

Veille fournisseurs : aller au devant du marché n'est pas toujours facile

Publié le 05/06/2015 par [Anne-Sophie David](#)

Les pratiques de sourcing et de suivi des fournisseurs évoluent. Les salons professionnels sont peu à peu détrônés par le Web, les outils en ligne ou les réseaux et clubs d'acheteurs pour le sourcing. Le suivi repose quant à lui aujourd'hui sur le développement de relations plus structurées.

Comment organisez-vous votre veille fournisseur ? Quel genre de pratiques innovantes avez-vous mises en place pour mieux connaître votre marché fournisseur ? Utilisez-vous le Web et les réseaux sociaux dans ce cadre ?



Telles étaient les questions posées à la dizaine de grands noms des achats, du secteur public et privé, réunis à l'occasion du 2ème comité éditorial organisé par Décisions Achats, le 2 juin dernier.

Sourcing : les salons, le Web, les réseaux

"Ce n'est pas toujours simple de mobiliser les acheteurs sur la veille fournisseurs car ils sont souvent pris dans le flux des dossiers. Difficile donc de dégager du temps pour aller à la rencontre de potentiels nouveaux fournisseurs sur des salons ou lieux de production". Le constat du **président de la CDAF, Marc Sauvage**, a été partagé par plusieurs directeurs achats présents.

Mais si les acheteurs se déplacent moins sur les salons professionnels faute de temps, c'est aussi, comme l'a estimé **Olivier Wajnszok, directeur associé d'AgileBuyer**, parce que *"le format salon est aujourd'hui dépassé, il appartient à une époque"*.

Pour d'autres en revanche, les salons demeurent une source d'informations intéressante. *"Nous envoyons nos jeunes acheteurs prenant connaissance de leur portefeuille sur des salons car ce format permet, à la fois de récolter de l'information par l'échange anonyme et ciblé, ou de concentrer un grand nombre de rencontres fournisseurs sur une seule journée"*, a ainsi réagi Ahlem Hamdi, la directrice des achats de RMN Grand Palais.

Autre élément qui explique ce phénomène : le Web. *"La poussée du Web et la possibilité pour les directions achats de récolter des informations fournisseurs directement sur internet fait que l'on se déplace moins"*, a ainsi souligné **Arnaud de Varine-Bohan, le directeur achats de Swiss Life.**

Lui qui considère que **l'écoute est la première qualité d'un acheteur**, nuance toutefois son propos en disant qu'Internet donnait seulement "l'impression" d'avoir toutes les informations à portée de main. *"La curiosité est essentielle"*, a abondé Patrick Chabannes, directeur associé de Cyrenac Consulting, soulignant l'importance du contact direct avec de potentiels fournisseurs pour bien sourcer.

Le sourcing repose aussi de plus en plus sur les **réseaux et clubs d'acheteurs**. ADRA, CDAF ou encore Club des acheteurs de prestations intellectuelles, ces lieux sont devenus incontournables pour la profession dans la mesure où ils permettent aux acheteurs d'échanger leurs best practices achats.

Le suivi : "Un fournisseur se manage comme un collaborateur"

Quant au travail d'évaluation et suivi des fournisseurs, le **responsable des achats de Damart, Mahmoud Sadik**, a souligné l'impérieuse nécessité de se déplacer pour aller à la rencontre des fournisseurs sur les différents lieux de production. La

connaissance de la supply chain étant devenue pour ce groupe français de textile, capitale pour la pérennité de l'entreprise. Deux à trois fois par semestre, des membres de la direction des achats se rendent ainsi sur place (Asie, notamment).



Mahmoud Sadik, Damart

Sébastien de Boisfleury, responsable communication et marketing au sein du **cabinet de conseil Karistem**, a tenu à souligner qu'aujourd'hui, "un fournisseur doit être considéré par les directions achats comme un collaborateur, il faut donc le manager."

La tendance étant de plus en plus au développement de relations fournisseurs basées sur co-développement et la co-innovation, Marc Sauvage a rappelé que les acheteurs devaient embarquer les fournisseurs dans ce travail de veille et de suivi. La CDAF organise d'ailleurs une **convention** deux fois par an afin d'**aider les fournisseurs à répondre aux appels d'offres**, le taux de réponse dans le secteur public étant encore faible.

Chez **Orange**, des revues d'affaires fournisseurs (RAF) ont été mises en place, a expliqué **Michel Maurin, directeur des achats indirects**, et "les acheteurs challengent régulièrement les fournisseurs les plus stratégiques."

Côté secteur public, **Fabien Voisin, responsable national des achats de l'INRIA**, a pointé que la veille était surtout assurée par les prescripteurs, ajoutant néanmoins qu'aujourd'hui "il y a une vraie expertise achats par familles avec la constitution d'un binôme acheteur / prescripteur".