

Ecole Nationale de Commerce et de Gestion
Master spécialisé: Logistique et transport
Tanger
2010-2011

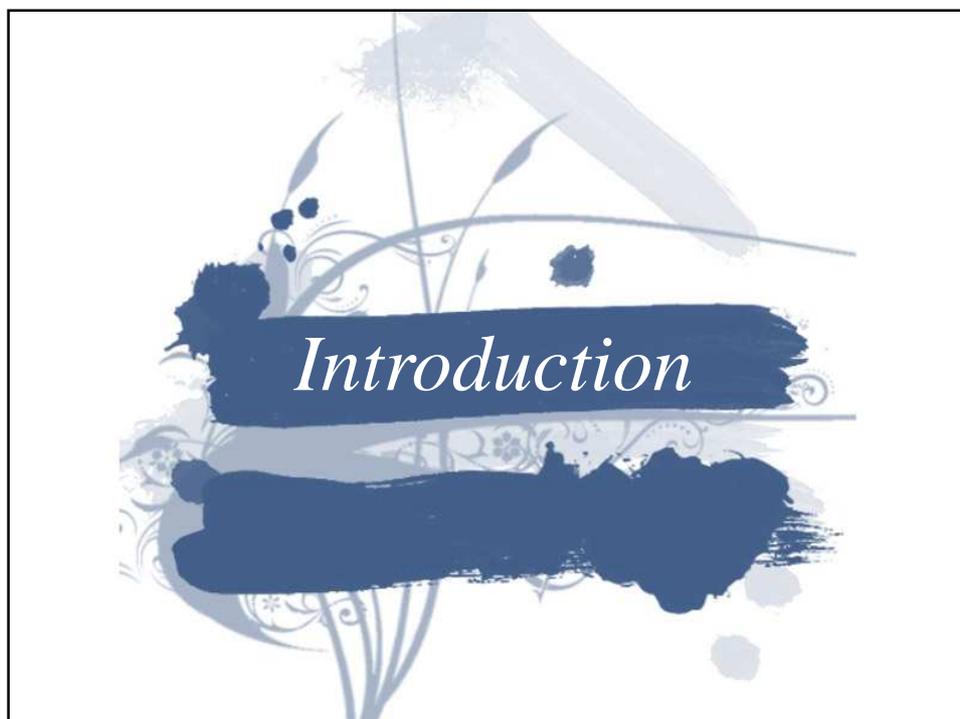
**E-SOURCING ET
E-PROCUREMENT**

Réalisé par:

- AMHAOUAR *Hakima*
- BENABDELOUAHAB *Randa*
- TOUZANI *Zineb*
- ZERAIDI *Karima*

Professeur:

- M. MEROUANI



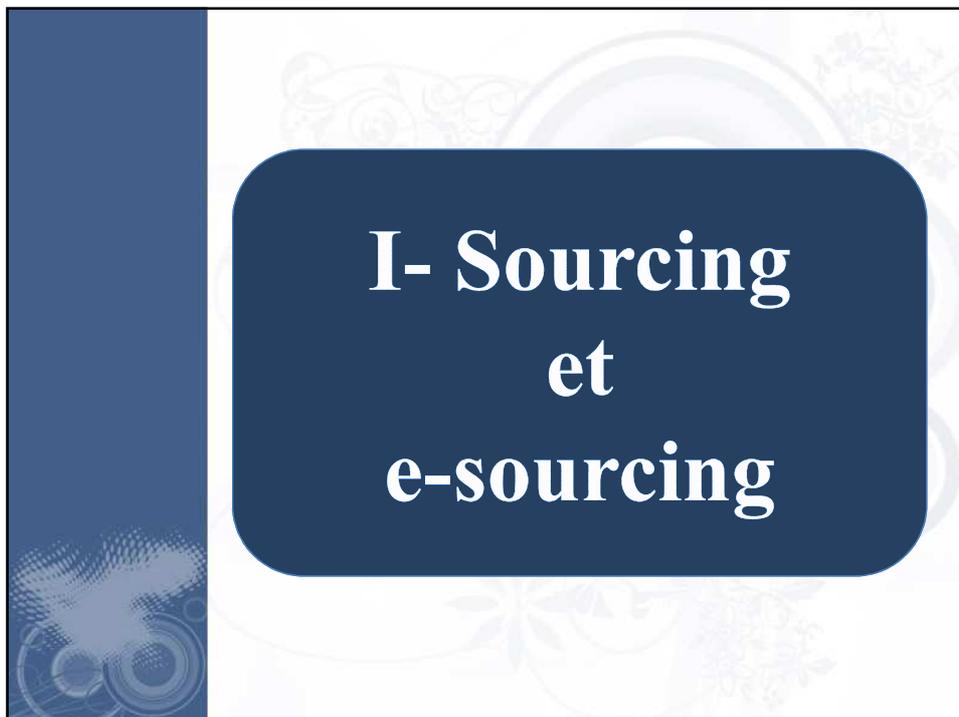
Plan

- 1 Cadre conceptuel
- 2 La démarche de mise en place de l'e-sourcing
- 3 Etude de cas

Partie 1: *Cadre conceptuel*



-  Sourcing et e-sourcing
-  Approvisionnement et e-procurement
-  E-sourcing et e-procurement



**I- Sourcing
et
e-sourcing**

1. Le sourcing et sa place actuelle

Le sourcing est la partie qui se déroule en amont de l'achat à proprement dit ou du passage du bon de commande. Il consiste à:

Optimiser la recherche

Leur mise en

Leur sélection

Mais aussi à alléger et simplifier les négociations

Tout ce processus, dans le cadre d'un achat non automatisé, est le quotidien habituel d'un acheteur.

Lorsque l'on parle de sourcing, il faut comprendre que c'est une activité qui prend la majorité du temps de travail de l'acheteur. Dans sa recherche de fournisseurs, il doit mettre en application ses connaissances du marché pour envoyer, analyser et confronter les résultats dans le but de choisir de manière justifiée, son fournisseur et son produit.

En effet, toutes les entreprises, ou presque, ont désormais une politique d'achat établie et que les acheteurs doivent respecter.

Celle -ci a pour but de guider et d'imposer les stratégies de Sourcing et de négociation des acheteurs.

Donc, ces derniers sont amenés à justifier leurs choix de fournisseurs et de produits par des justifications de prix, de valeur ajoutée et de coût global pour l'entreprise.

Ce qui nécessite, bien entendu, l'élaboration d'une comparaison d'offres différentes de plusieurs fournisseurs et de produits équivalents

Tout ceci fait que le Sourcing a une importance capitale dans le travail quotidien de l'acheteur et lui prend beaucoup de temps. De ce fait, des solutions d'automatisation de ces processus se sont développées.

2. E-sourcing

Activité de mise en relation des centrales d'achat, des grossistes, des importateurs avec des fabricants étrangers afin de trouver dans tout pays du monde des produits au meilleur rapport qualité-prix.



L'e-sourcing est donc un moyen d'automatiser les processus de sourcing dans le but de gagner en temps et en qualité lors de la recherche de fournisseurs. Elle inclue également les négociations et l'élaboration de contrats. Cette technique est de plus en plus utilisée dans les entreprises mais reste assez récente.

Concrètement, cela représente une place électronique sur laquelle les appels d'offres sont placés et à laquelle les fournisseurs peuvent accéder.

Il existe deux systèmes :

Une place de marché ouverte à tous les types de fournisseurs désireux de proposer une offre.

Une place de marché à laquelle les acheteurs donnent un accès aux fournisseurs dont ils désirent recevoir une offre.

Une pratique existe afin de limiter le temps nécessaire aux réajustements des offres et aux négociations. Celle-ci est appelée *enchère inversée*.

Les fournisseurs ont donc la possibilité, sur une période donnée, de faire des offres qui seront visibles pour tous les participants. Grâce à ce système, les différents fournisseurs voient le prix minimum proposé par leurs concurrents et ont donc la possibilité de s'y ajuster ou de proposer un meilleur prix.

● Avantages et objectifs

Les avantages du système des enchères inversées sont multiples, tant pour l'acheteur que pour le fournisseur.

➤ Pour l'acheteur:

Gain de temps: permettent de gagner du temps en négociation et en demande de

Période d'enchère bien définie et en temps limité: la durée de négociation est prévisible et peut être anticipée par l'acheteur. La pression exercée sur les fournisseurs est d'autant plus forte et permet d'obtenir de

L'acheteur peut se permettre d'avoir un panel de fournisseur plus important: Il peut donc mettre en concurrence un plus grand nombre de fournisseurs

➤ Pour le vendeur:

Gain de temps considérable

Ecouler des stocks qu'il pourrait détenir et sur lesquels il a la possibilité de proposer des

un moyen pour les fournisseurs d'atteindre de nouveaux clients

**II-
Approvisionnement
et
e-procurement**

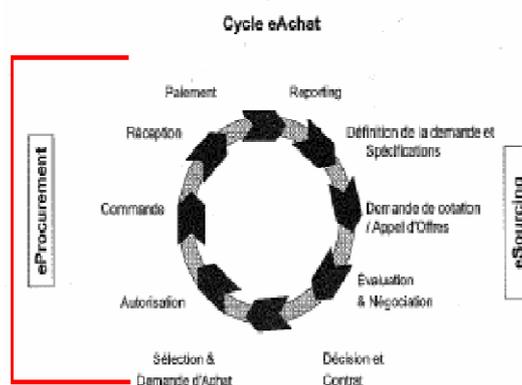
1. L'approvisionnement et sa place actuelle

L'approvisionnement conditionne les délais et influe directement sur la production ou sur le travail de chaque département.

L'approvisionnement et les conditions d'approvisionnement peuvent être considérés comme une valeur ajoutée à un produit donné.

Il faut noter que les approvisionnements peuvent influencer de manière plus ou moins importante sur le prix et la valeur réelle d'un produit.

2. E-procurement

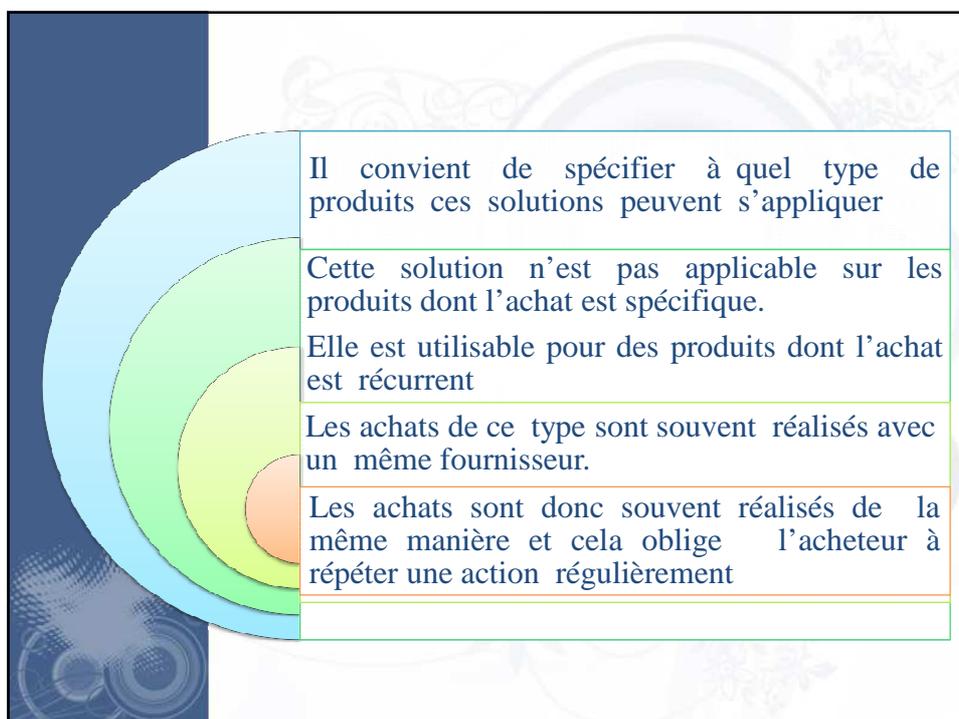
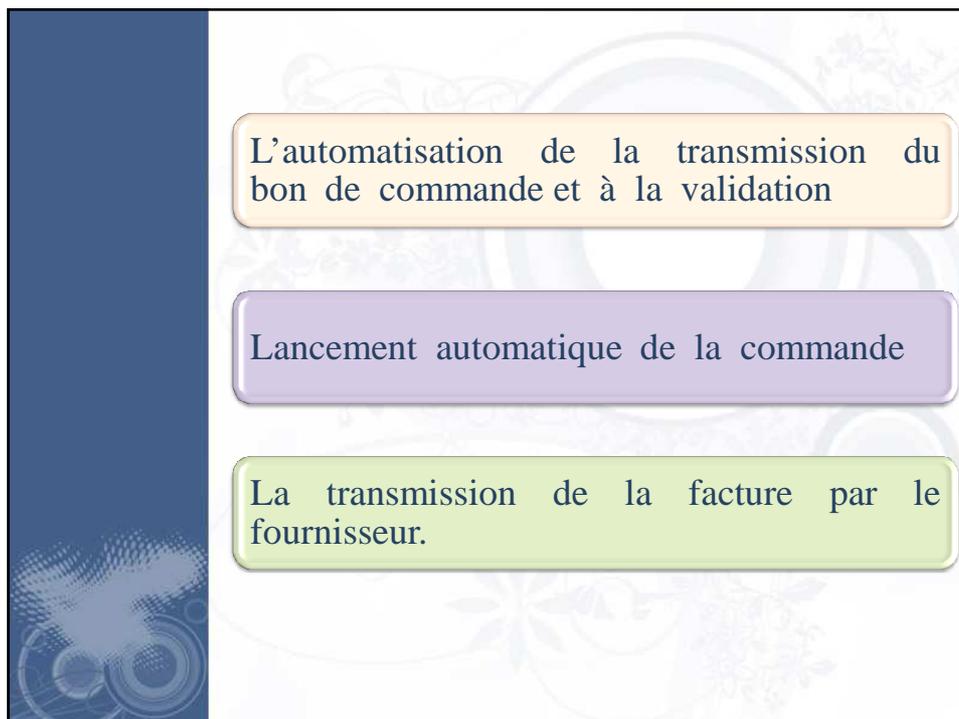


(Source : *Les Achats : la révolution discrète* de **Maxime Ayel / Thierry de Cassan Floyrac / Didier Picot** édité par **Elenbi Editeur**)

Ces solutions d'interconnexions entre ces deux acteurs se sont développées et notamment en ce qui concerne les approvisionnements au travers de la transmission des bons de commande

● Définition

- L'e-procurement, est donc une solution informatique visant, tout comme l'e-sourcing, à automatiser une partie des achats.
- En ce qui concerne l'e-procurement, elle s'applique principalement à la partie aval de l'achat



● Le fonctionnement du système d'e-procurement

1

- L'acheteur doit justifier le choix d'un fournisseur

2

- Négocier un catalogue de produit (Ce catalogue sera établi au regard des commandes préalablement passées et en collaboration avec les besoins et les prévisions de besoins des utilisateurs internes).

3

- Valider par la signature d'un contrat (Ce contrat devra également préciser les révisions de l'inventaire et des prix contenus dans le catalogue. Ainsi, une période de validité devra être précisée.)

5

- Le client et le fournisseur soient connectés par un système d'information gérant ce type de catalogues

6

- il faudra également que ce système gère éventuellement les stocks du fournisseur, la préparation du produit et de son envoi ou de toutes autres fonctionnalités nécessaires au fournisseur, mais aussi la gestion des envois de factures voire des paiements de ces dernières par le client.

3. Avantages et objectifs

Automatiser les approvisionnements de manière rapide

Une meilleure visibilité et une meilleure prévision tant pour le fournisseur que pour l'utilisateur

Favoriser les recherches de flux tendus des entreprises de production.

Réduire les délais d'obtention

Obtenir les bons produits au bon moment sur les chaînes de production.

III- E-sourcing et E-procurement

1. Quelle est la différence entre e-Sourcing et e-Procurement ?

L'e-sourcing a pour vocation d'optimiser l'amont de l'achat en standardisant et automatisant la recherche, la sélection et la négociation avec les fournisseurs. Il s'agit d'améliorer la qualité de l'information de l'acheteur professionnel et l'augmentation de sa productivité.

L'e-Procurement gère les approvisionnements en visant l'automatisation des commandes et des transactions. L'e-Procurement s'appuie sur des catalogues en ligne, appartenant à l'entreprise ou aux fournisseurs. L'objectif principal est l'économie de processus.

2. Faut-il choisir l'e-Sourcing ou l'e- Procurement ?

Ces deux solutions sont en fait complémentaires. Pourtant, elles ne s'adressent pas forcément aux mêmes entreprises.

Un projet d'e-Procurement n'est pertinent que pour les entreprises ayant un large portefeuille d'achats indirects que l'on peut cataloguer. Il nécessite de lourds investissements techniques, en création et en maintenance des catalogues en ligne, ainsi qu'en intégration de systèmes.

Alors que l'e-Procurement permet d'automatiser la commande et la transaction, l'e-Sourcing s'attaque au processus de contractualisation. L'amont de la signature d'un contrat repose sur des processus standards que la technologie permet d'accompagner : analyse des besoins, évaluation de l'offre, identification et qualification des fournisseurs, analyse du coût total d'acquisition.

3. Les pertes et inconvénients

En dépit de tous ses points positifs, l'utilisation d'un tel système entraîne quelques contraintes et points négatifs :

Perte de relation directe entre le

Certains sous-traitants pensent

Pour familiariser cette nouvelle

L'inconvénient majeur pour le fournisseur reste que c'est lui qui concédera une partie de sa marge au prestataire de la plateforme lors de la transaction effectuée puisque la plupart du temps, les appels d'offre sont gratuits pour les entreprises acheteuse.



Partie 2

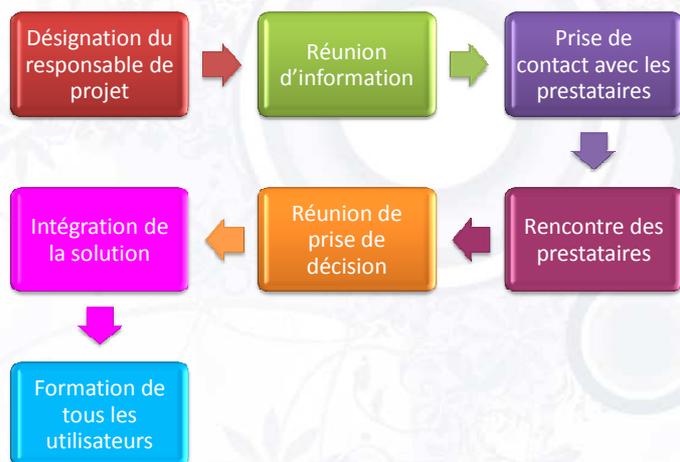
Démarche de mise en place du e-sourcing

La mise en place d'une démarche e-sourcing n'est pas une chose aisée. Celle-ci ne peut dépendre uniquement de la mise en place de technologies et d'outils informatiques de pointes. Pour ce faire, les acteurs de la mise en place de cette démarche, qui sont très souvent les acheteurs, doivent déployer une approche globale accordant une place importante à l'expertise humaine

Les équipes constituées doivent absolument se sentir impliquées dès le début du projet, afin de ne pas s'en désintéresser.

En effet l'e-sourcing est une technique d'achat qui, si elle est bien intégrée et maîtrisée, génère des économies.

Cette technique prouve qu'il sera possible d'établir des gains sur les prix mais également sur le processus d'achat.





1. Présentation de la société

La SEMITAG est la société d'économie mixte des transports de l'agglomération de Grenoble en France.

La SEMITAG emploie actuellement 1300 personnes dont :

- 834 conducteurs.
- 466 administratifs et ateliers.

Elle compte 29 lignes de bus et tramway et 400 véhicules de transport.

Actuellement, la SEMITAG transporte environ 250000 personnes par jour répartis équitablement entre les tramways et les bus.

2. Application de l'e-sourcing dans la société SEMITAG

Quels types d'achats sont concernés ???

Après avoir analysé le portefeuille achat de l'entreprise, le responsable de projet a défini exactement les produits qu'il peut acheter via une solution Internet. L'entreprise a commencé par des achats simples, non stratégiques pour l'entreprise et représentant des volumes relativement importants, donc susceptibles de dégager des économies, dans le but d'essayer la solution.

The slide features a dark blue vertical bar on the left side. The background is white with a faint, decorative floral pattern. Two callout boxes are present: a purple one for 'La classe B ou C' and a teal one for 'La classe A'. Each box is followed by a grey arrow pointing to the right, containing a bullet point.

La classe B ou C

- semblent être les produits les plus appropriés à consulter à travers cet outil, puisque les frais administratifs sont souvent élevés pour ce type d'achat.

La classe A

- ils peuvent également être consultés via la solution. Les économies escomptées pour ces produits seront beaucoup plus conséquentes du fait de volumes d'achats plus importants.

The slide features a dark blue vertical bar on the left side. The background is white with a faint, decorative floral pattern. A central orange callout box contains the title text.

La conduite du projet e-sourcing

La conduite du projet a été faite sous la responsabilité d'un manager de projets, qui était un acheteur. Il organisait une réunion d'informations avec les différents acteurs. Il y avait les acteurs directs qui sont les utilisateurs du système, notamment tous les acheteurs et dans certains cas les approvisionneurs. Il y avait également les utilisateurs indirects, c'est-à-dire les acteurs qui interviennent indirectement à l'intégration de la solution en faisant part de leurs besoins et idées par rapport au projet

La définition
du besoin

Choix du
prestataire

L'intégration
de la solution

Elle a débuté notamment par une réunion de démarrage projet. Cette réunion s'est effectuée en présence des ingénieurs commerciaux du prestataire choisi qui sont venues recueillir le maximum d'informations. Il s'agit d'informations concernant le paramétrage de visualisations de la page d'accueil de la plateforme e-sourcing ; c'est-à-dire de la personnalisation de cette page avec des logos et les couleurs de la société par exemple. Ils se renseignent également sur le nombre d'utilisateurs donc de licences à allouer. L'entreprise a fait aussi part de son panel fournisseurs au prestataire pour que ceux-ci soit intégrés sur notre plateforme.

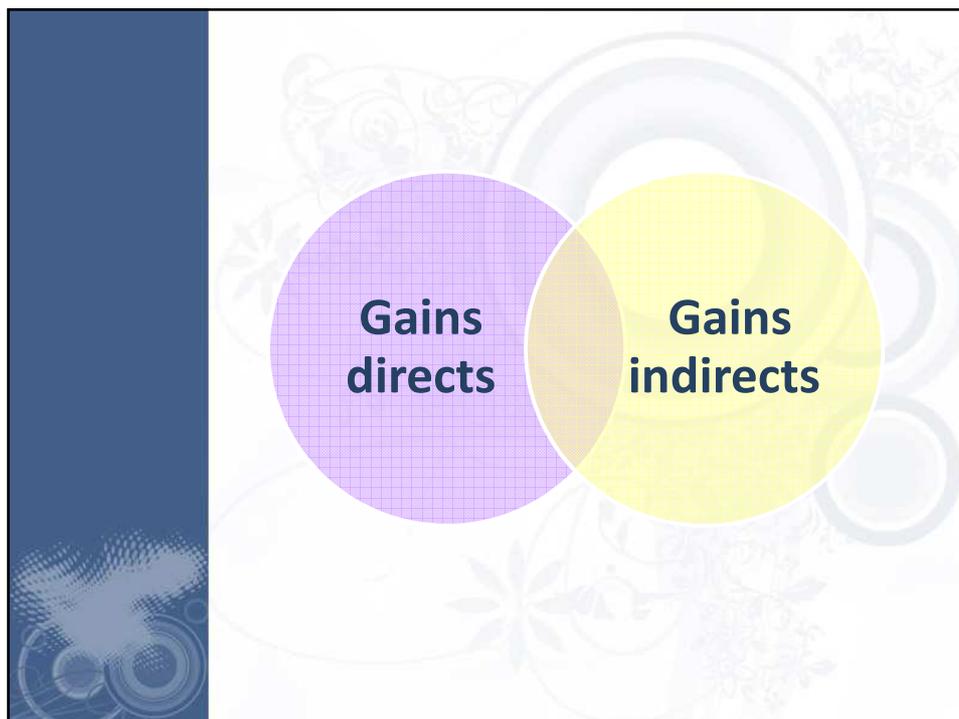
Les coûts de la solution

Pour des solutions complètes, les prix débutent pour les moins distants aux environs de 1500 euros annuel pour aller jusqu'à 4000 euros pour certains prestataires.

La grande différence entre ces deux prestataires reste évidemment les services proposés en annexes. Il y a plus d'options chez le prestataire le plus cher comme par exemple, des possibilités d'extensions à d'autres solutions (intégration de l'ERP, e-procurement...), une assistance téléphonique personnalisée, etc.

Les gains et les avantages

Le premier résultat remarquable était évidemment le gain de temps dans le cycle de l'achat. Normalement, c'est le coût complet de chaque achat qui s'en trouve réduit. Les acheteurs parlent d'une réduction de 25% du coût de l'achat, et d'une réduction de 50% du cycle de recherche de fournisseur. De plus, la solution a permis de créer et gérer un panel de fournisseurs préférés, ou attirés (d'où, là encore, un gain de rapidité de l'échange).



➤ Gains directs:

Sourcing : l'utilisation d'un tel système a permis de trouver des fournisseurs locaux qui auparavant n'étaient pas connus, pour pouvoir ainsi avoir des gains sur les coûts de transport.

Gain sur le papier : les acheteurs ne devaient plus envoyer de plans, de documents qualité ou de lettre par courrier, ce qui a fait économiser du papier ainsi que les coûts d'envoi

➤ Gains indirects:

Augmentation de la productivité des acheteurs

Via une solution e-sourcing

Les documents techniques (plans, spécifications, documents qualités) sont transmis à la demande de l'acheteur, par le bureau d'étude sous format électronique, qu'il les joint par la suite dans l'appel d'offre : 4 heures environ.

Ce calcul comprend le temps entre la demande des documents techniques et leur réception, le temps de saisie des champs des différentes pages de la solution et l'envoi de l'appel d'offre.

Augmentation de la productivité des acheteurs

Via la méthode traditionnelle

il faut avant tout effectuer la demande des documents sous format papier, c'est-à-dire, les plans, les spécifications techniques et les documents qualité au bureau d'études. Après réception, il faut les photocopier pour les différents fournisseurs présélectionnés. Sachant qu'il y a x articles et qu'un article compte au moins trois à quatre documents.

Via la méthode traditionnelle

Ainsi, les temps d'exécution sont :

- Photocopies : 1 heure et 30 minutes.
- Etablir le courrier pour les différents fournisseurs : 1 heure
- Adresser les enveloppes : 30 minutes
- Trier et insérer les documents dans les enveloppes : 3 heures.

The diagram features a light green box with the text 'Via la méthode traditionnelle' and a downward-pointing arrow. Below it is a larger pink box containing a list of tasks and their durations. The background includes a faint watermark of a classical building facade.

Via la méthode traditionnelle

Nous obtenons donc un total de six heures contre quatre pour la méthode via l'utilisation d'une plateforme e-sourcing. Certes, l'écart n'est pas très important mais si nous tenons compte des efforts humains qu'engendre le va et le vient entre la photocopieuse et le bureau, le tri et le transport, le gain n'est pas négligeable. La suppression de ces tâches superflues a permis à l'acheteur de se concentrer d'avantages sur son travail.

This diagram is similar to the one above, with a light green box at the top and a pink box below it. The pink box contains a comparative paragraph. The background features the same faint watermark of a classical building facade.

Via la méthode traditionnelle

Pour mieux illustrer ce profit, nous allons le chiffrer en terme de coût sachant que le taux horaire brut d'un acheteur est d'environ 13 euros, nous allons multiplier ce taux d'horaire par deux, qui est le gain escompté via l'e-sourcing, ce qui nous donne 26 euros de gain par dossier de consultation établi.

Via la méthode traditionnelle

Pour un acheteur qui établirait environ 500 dossiers de consultation annuelle de ce type, nous obtiendrions un gain annuel par acheteur de $500 \times 26 = 13000$ euros d'économie en terme de coût. Ce qui est loin d'être négligeable.

Gain sur la qualité du travail de l'acheteur

L'emploi d'un tel système a permis également aux acheteurs de se concentrer sur le corps du métier des achats à proprement dit, puisque que toutes les tâches contraignantes (impression, photocopie, tri, adressage...) ne sont plus à effectuer.

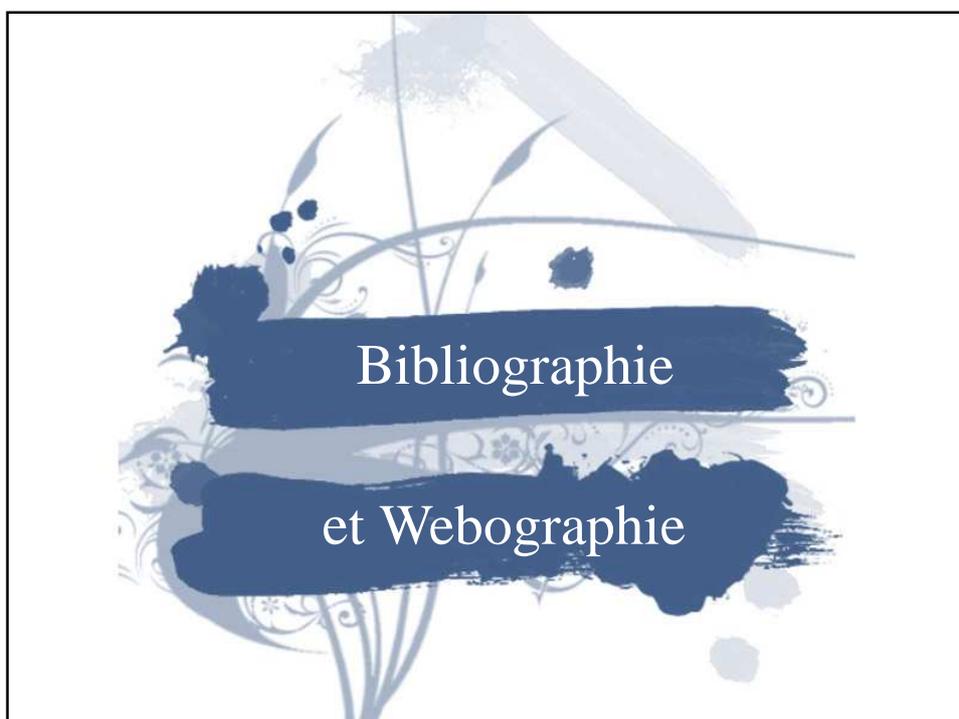
Gain sur le temps dans le processus de négociation

Tous les acheteurs utilisaient le même processus d'achats

La réduction des coûts d'achats

les utilisateurs de cette solution ont enregistré des économies sur les prix objectifs puisque l'e-sourcing garde le principe des appels d'offre qui est de mettre en concurrence directe plusieurs fournisseurs. Ainsi, les gains obtenus ont été retranscrit pour l'entreprise acheteuse qui par la réduction de ses coûts d'approvisionnement est devenue plus compétitive par rapport à la concurrence.

L'acheteur s'est disposé d'une plateforme d'échanges qui a permis d'entrer avec de nouveaux fournisseurs potentiels. Il pouvait ainsi comparer un grand nombre de propositions simultanément.



- Hubert d'Hondt, « Achat et e-achat: convictions et retours d'expérience, BearingPoint, Avril 2003, France.
- <http://www.revuebanquelibrairie.com/boook/commerce-36/politiques-commerciales-37/e-sourcing-la-revolution-dans-l-achat-strategique-9783932213069>
- http://www.journaldunet.com/solutions/0207/020724_esourcing.shtml

Merci pour

Pour votre attention