

## Brèves

### S'instruire sur les nouvelles pratiques achats B2B

La conférence en ligne Enjeux Achats B2B, organisée le 1<sup>er</sup> décembre dernier par la société d'études du numérique Next Content avec l'aide de la Fédération du e-commerce et de la vente à distance, est accessible en ligne. Elle porte sur les nouvelles pratiques numériques dans le commerce interentreprises. Parmi les intervenants : Nicolas Chardon, responsable du commerce numérique de Pomona.

### Bonduelle teste son outil d'achat

Bonduelle Amérique du Nord s'est construit un outil d'achat interne « sur le même modèle qu'un site de e-commerce », apprend-on sur le site Internet de Bonduelle. Il vise à simplifier les « gestes d'achat », donner plus de visibilité aux dépenses et fluidifier le processus. Si cet outil fait ses preuves à Bonduelle Americas Long Life (conserves et surgelés), il serait « potentiellement déployé » dans tout le groupe.

### Apprendre à acheter le transport

La société de formation professionnelle Demos offre pour 2021 trois sessions consacrées à l'achat de transport, en mars, juin et octobre. Ce sont trois jours à Paris avec un consultant en achat de transport, afin d'appréhender l'ensemble du marché, apprendre les techniques et modalités du transport national et international, les étapes du cahier des charges, l'établissement du contrat et du prix de revient.

## CONSEIL

# L'ABEA aiguise l'achat des IAA bretonnes

**En Bretagne, l'ABEA accompagne les entreprises agroalimentaires sur tous les aspects, y compris les achats. Témoignage de Bruno Morin, gérant de l'entreprise Marie Morin.**

**D**epuis qu'il a réalisé le diagnostic performance achat de l'Association bretonne des entreprises alimentaires (ABEA), Bruno Morin, gérant de l'entreprise familiale Marie Morin (Quessoy, Côtes-d'Armor) spécialisée dans les desserts, a identifié des gains pouvant représenter jusqu'à « 65 000 euros par an ». Un objectif non négligeable pour une PME qui génère 23 millions d'euros de chiffre d'affaires avec une cinquantaine de salariés. Le dirigeant a témoigné il y a quelques jours lors d'un webinar de l'ABEA sur la fonction achat en lien avec la RSE. « Nous avons présenté le diagnostic qui s'adresse à toutes les entreprises bretonnes depuis 2017 », explique Clothilde d'Argentré, chef de projet à l'ABEA. Cet outil bâti avec le Réseau Néo, cabinet de conseil stratégique achats, installé à Lorient (lire encadré), « a pour objectif d'optimiser les achats d'une entreprise par une meilleure organisation de la fonction, y compris par l'amélioration des compétences », explique Marc Bouleux, dirigeant fondateur du Réseau Néo qui réalise les diagnostics, en partenariat avec l'ABEA.

### Diagnostic hors achats de matières premières

Le diagnostic ne prend pas en compte les achats de matières premières, mais uniquement les consommations annexes : emballages, énergie, communication, propreté, intérim... Il se déroule sur un laps de temps « de trois à six jours selon la taille de l'entreprise », poursuit Marc Bouleux. Entretien avec le dirigeant



© Marie Morin

> Marie Morin a identifié des gains au niveau achats pouvant représenter jusqu'à 65 000 euros par an.

et les chefs de service, politique achats, analyse comptable... tout est passé en revue, décortiqué, « benchmarké, avec au bout l'établissement d'un rapport d'analyse et de radars de positionnement et de compétences », précise-t-il. Coût de l'opération : 1 000 euros par jour, couverts par des aides au besoin. Dans des PME et encore plus dans le TPE, la fonction achat relève souvent du dirigeant. Chez Marie Morin, « la politique d'achats a été laissée au soin des services (emballages, expédition, etc.) et nous avons pléthore de fournisseurs », reprend le dirigeant, Bruno Morin.

### Réduire le nombre de fournisseurs

Le diagnostic performance achat lui a permis de réduire cette offre sans perdre ni en qualité ni en prix. « Pour les emballages par exemple, nous sommes passés de vingt-deux à cinq

fournisseurs, poursuit Bruno Morin. De la même manière sur le poste outillage-nettoyage (45 fournisseurs avant le diagnostic, NDLR), nous avons divisé leur nombre par deux. »

La politique RSE d'une entreprise influe forcément sur ses relations avec ses fournisseurs. Situés, quand c'est possible, dans un cercle géographique proche, ils deviennent bien souvent des partenaires. Une relation nécessaire pour que ces derniers engagent les investissements de montée en gamme, dont ont besoin leurs clients pour leurs propres produits. Jusqu'à présent, ce diagnostic n'a convaincu qu'une « petite dizaine d'entreprises agroalimentaires », glisse Marc Bouleux. C'est peu. D'où l'idée de ce webinar pour redonner de l'élan à l'opération et réaliser « une vingtaine de diagnostics d'ici la fin 2021 », selon lui.

**Franck Jourdain**

### LE RÉSEAU NÉO : DU SUCRE ET DU CONSEIL « ACHAT »

Né il y a cinq ans, ce cabinet s'est d'abord spécialisé dans l'achat de matières premières sucrées auprès de clients du Grand Ouest, avant de se diversifier dans la méthode « achat » pour accompagner ses membres (une cinquantaine) « dans la stratégie achats : optimisation des coûts d'achat de matières premières, diagnostic performance achat », écrit-il son site Internet. Avec cinq personnes, le Réseau Néo est intervenu à l'achat de 12 millions d'euros de matières premières et a réalisé 2,6 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2019. Il table sur une forte croissance de son activité dans les cinq ans (7 ou 8 M€ de CA), notamment grâce à l'exportation.