

## L'édito

de Gérard Harry,  
président d'HA 17

Je profite de ce contact privilégié qu'est la Lettre d'HA17 pour vous rappeler l'objectif essentiel de notre Association :

Favoriser les échanges entre professionnels des grandes entreprises régionales et responsables de PME-PMI autour du sujet des achats et de l'approvisionnement.

C'est aussi permettre à ces PME-PMI de s'informer sur les organisations, les outils, les tendances du moment, et aux grandes entreprises de garder le contact avec le réalisme et la réactivité des « petites structures ».

Ces échanges rassemblent de plus en plus de participants et s'effectuent au rythme d'une soirée par trimestre soit :

- Sur des thèmes que vous nous transmettez, avec la participation d'experts,
- Avec des ateliers des témoignages et d'échanges d'expériences,
- Lors de visites d'entreprises.

Le calendrier de ces événements vous est communiqué en page 8 de la Lettre.

Je vous invite à réserver de suite ces dates sur vos agendas afin de nous rejoindre pour partager ces moments d'échanges privilégiés.

A très bientôt.



« HA17 / Formation : Le 13 octobre 2006, à la suite de la réunion thématique organisée par HA17 « Création d'une fonction achat dans les PME-PMI » (cf. CR page 2), les étudiants de la promotion 2005/2006 recevaient leur diplôme. »

## Sommaire

- p. 2 Soirée thématique
- **Les soirées thématiques d'HA17**
  - **Création d'une fonction achat dans les PME-PMI**
  - **Visite d'Initiatives Décoration à Rochefort**

- p. 4 Techniques d'achat
- **Acheter en Chine, une stratégie payante ?**

- p. 6 Les actus de l'ISAAP
- **L'ISAAP s'internationalise**
  - **promo 2005/2006 : que deviennent-ils ?**

- p. 7 Les actus d'HA 17
- **Ils nous ont rejoints : Spiral**
  - **CAP'HA : le bilan**
  - **En bref : le flux RSS • SIST 2007**

- p. 8 Agenda
- **Vos prochains rendez-vous**
  - **Le bureau HA 17 s'étoffe**



## Les soirées thématiques d'HA 17

Informations utiles et échanges entre professionnels

L'Association HA17 continue l'organisation de ses soirées ou ateliers thématiques, autour de sujets porteurs dans l'intérêt général de ses adhérents et de tous ceux qui se sentent concernés par les thèmes proposés. La Commission chargée de ces soirées reste à votre écoute, quant aux sujets que vous souhaiteriez voir aborder.



### Création d'une fonction achat dans les PME-PMI et TPE-TPI

#### Soirée du 13 octobre 2006

Le Président d'HA 17 accueille les participants et rappelle le programme : Témoignage de trois entreprises sur l'intégration de la fonction achat, bilan de CAP'HA et remise des diplômes aux étudiants de l'ISAAP, il rappelle que la qualité du partenariat CCI/ISAAP/HA17 favorise le développement économique du bassin Rochefortais, de sa région, et que Cécile Couhet permanente de la CCI, assure le secrétariat d'HA17, répond et oriente les entreprises selon leurs demandes.

Patricia Deles, directrice de l'ISAAP souligne l'objectif de l'école : Suivre sur une période de 1 an une formation d'acheteur pour accéder à un diplôme homologué niveau II. En 2006, l'ISAAP a eu ses 10 ans, P. Deles redit que cette formation a été créée sur l'impulsion et grâce à la volonté d'HA17 qui avait souhaité alors mettre en place un enseignement adapté à la problématique achat. Elle précise qu'en plus de la Formation ISAAP, les entreprises ont la possibilité de bénéficier de programmes de formation continue sur les thématiques achats ainsi que d'autodiagnostic, programmes proposés par L. Bernazeau spécialiste du suivi des entreprises dans ce domaine.

#### Sté RIDORET : Magalie BRAULT

Magalie Brault manage actuellement le service achat de cette société après avoir assumé la fonction «Ressources Humaines» pendant 10 ans. Suite au départ en retraite du responsable du SA, elle s'est vue offrir la possibilité de suivre la formation ISAAP pendant 1 an dans l'objectif d'assumer cette fonction nouvelle pour elle, c'est pour ces raisons qu'elle témoigne aujourd'hui de son expérience de développement d'un service Achat.

La Sté Ridoret créée en 1938 compte aujourd'hui 550 collaborateurs pour un CA de 55 M €. Ses activités gravitent autour de la menuiserie : PVC, aluminium, bois, pose et service, sur plusieurs sites et est, par ses filiales, représentée en France.

Les achats du groupe représentent 60 % du CA avec une équipe composée d'un responsable achats, de 3 personnes chargées des commandes et de 4 vérificatrices. Les achats portent sur les fournitures spécifiques à l'activité «pose et fabrication» et sur les produits communs au groupe : frais généraux, vêtements de travail, intérim, fournitures de bureau etc.

Forte de ses acquis au sein de l'ISAAP, M. Brault a créé dans l'entreprise une «bible achat» composée d'une commission technique destinée à identifier les différentes fournitures et le meilleur fournisseur. Le but suivant est de concentrer les achats sur les fournisseurs identifiés afin de négocier au mieux.

Un des objectifs primordiaux à atteindre en 4 ans : 60 % des achats devront se faire en contrat de partenariat. L'avantage concurrentiel étant de sélectionner les meilleurs fournisseurs, d'exploiter au mieux les lois du marché avec pour finalité la satisfaction client grâce à un

meilleur produit et un meilleur service en intégrant également l'anticipation du besoin client. Elle a également mis en place un contrat avec des sociétés d'intérim.

Le groupe Ridoret aspire à obtenir la certification ISO 9001 v. 2000 et les moyens développés tendent à acquérir une polyvalence de l'équipe achat, une performance plus importante par le biais du suivi de formation et l'optimisation des outils achat en termes de passation des commandes et de communication entre les différents sites.

#### MILCO : Sandrine LEBAIL

Située à Saint Jean D'Angély sur un site de 2500 m<sup>2</sup>, Milco créée en 1960 a été reprise en 2005 par Messieurs Clermont et Boucher-Doigneau. Elle réalise un CA de 4 M € dont 35 % à l'export avec un effectif de 30 personnes.

Spécialisée dans la production de terrines et de pâtés fins elle propose un ensemble de 362 articles et ses achats sont répartis sur 4 grandes familles : Viande, foie et gras - Ingrédients et additifs - Emballages - Transports

Le portefeuille achat est de 1.6 M € pour les matières 1<sup>ères</sup> et emballages, et 0.33 M € pour le poste transport.

Le choix de créer un service achat s'est fait immédiatement après la reprise de Milco par les nouveaux dirigeants et l'objectif affiché pour 2006 était de réduire de 15 % le coût des achats de ces trois postes.

Charge pour S. Lebaill, ancienne étudiante ISAAP, d'influer sur les achats, mais aussi de mettre en place une meilleure organisation, et une planification des approvisionnements. Ses difficultés dans cette prise de poste ont été la gestion des urgences et un manque de visibilité des besoins.

Pour avancer elle a travaillé en binôme

avec le service Production grâce au savoir-faire et aux connaissances des techniciens en alliant les impératifs production et qualité. Pour développer ces actions et réaliser ces objectifs, des outils ont été mis en place (tableaux de bord, reporting) en utilisant l'ensemble des apports de la formation ISAAP. A fin septembre 2006, les objectifs ont été tenus puisqu'une économie de 15 % a été réalisée sur les postes achat matières premières, de 13 % sur le poste emballage et de 200 K € sur le poste transport.

S. Lebaill souligne l'importance de certaines qualités en termes de "savoir-être" nécessaires à l'exercice de la fonction d'acheteur : réactivité, écoute, souplesse et bonne humeur et recommande aux nouveaux étudiants de savoir gérer les priorités, être proche du terrain, aimer le travail en équipe, pratiquer l'empathie et savoir communiquer.

#### LCM: Patricia ROBERT

LCM se compose de 3 salariés et 2 apprentis son CA était de 432 K € en 2005, son activité est concentrée sur la fabrication de conserves artisanales qu'elle distribue auprès de la GMS Poitou-Charentes.

P. Robert participe de manière assidue aux soirées thématiques d'HA17, suite à un atelier dont le thème était « Comment négocier en période de hausse » et à l'issue d'échanges informels avec différents acteurs, elle constate des hausses de tarifs régulières et importantes de son poste achat énergie (gaz).

De par l'augmentation des volumes consommés et la fin de validité du contrat en cours, P. Robert a souhaité accorder une importance particulière à ce poste en le renégociant. Elle a donc décidé de mettre en application les procédures utilisées en exemples lors de la soirée

## Visite d'Initiatives Décoration à Rochefort mercredi 15 novembre 2006

HA17 est accueillie par E.Louge, directeur général, qui donne ensuite quelques informations relatives à l'entreprise.

Cette SA, au capital de 2 M € employait 131 personnes au 31.12.05, le CA croissant, 14 M € en 2003, 15 M € en 2004, 16 M € en 2005 est prévu à 20 M € pour 2006.

**La Société :** Depuis 1976, des grandes marques ont jalonné le parcours d'ID : Chimie SAV, Termitol, Les Anciens Ebénistes, Lakéone, L'Ebène, Bricolakéone, SGIC, Gabachim Déco, permettant ainsi en 2002 à la suite du retrait de Guy de Maillard de la direction, le regroupement des sociétés sous le nom d'Initiatives Décoration puis la prise de participation majoritaire dans une société italienne, Tenexa, permettra la distribution exclusive des produits en Italie.

Enfin, en 2005 le déménagement du site d'Ecoyeux à Rochefort et ses bâtiments neufs de 10.000 m<sup>2</sup> (sur un terrain de 50.000 m<sup>2</sup>) puis le renforcement de l'actionariat par une augmentation des fonds propres permettront de recevoir les fruits d'une croissance externe attendue, l'outil de production ayant été dimensionné à cet effet.

**Son activité :** ID fabrique et vend des produits chimiques pour l'entretien et le nettoyage de la maison (nettoyant, détachant, déboucheur ...) la décoration et la personnalisation de l'habitat (peinture, enduit, cire, crépis), la restauration et l'entretien des meubles (cire, pâte à bois, teinte, rénovateur). La gamme se

thématique évoquée plus haut.

Après une analyse de ses coûts appuyée par un historique de ce poste achat, la consultation sur Internet du site de l'Usine Nouvelle et un abonnement au service des indices et cotation, P. Robert a pu, grâce à l'obtention et au suivi des courbes d'indice du Propane CIF, entamer une phase de consultations et de négociations auprès de 3 fournisseurs potentiels locaux.

A l'issue de ces négociations, LCM a bénéficié dans un premier temps d'une remise de 150 €, puis a obtenu une participation commerciale de 1500 € sur les contrats en cours qui arrivaient à échéance et dont les coûts, semble-t-il, avaient dépassé de manière significative la moyenne des cours. Avec la mise en place de cette nouvelle tarification, LCM a enregistré une économie de 20 %.

P. Robert souligne que les échanges au cours des soirées thématiques, les exercices pratiques réalisés au cours des ateliers par HA17, lui ont permis d'élargir et de modifier sa gestion des achats.

D'autre part, sa participation en juin 2006 au stage autodiagnostic Achat et Approvisionnement organisé par la Formation de la CCI a déclenché la mise en place d'un plan d'action en termes d'alertes sur les indices matières premières (Internet) et sur la négociation de l'important poste "emballage".

En conclusion, cette dirigeante souligne l'intérêt et le bénéfice pour elle et sa société de participer aux échanges et réunions d'HA 17, qui lui permettent d'élargir et de faire évoluer son « fonctionnement achat ».

N'hésitez pas à demander un compte-rendu complet de cette soirée (CR n°2006/13) en nous retournant le coupon-réponse de la page 8.



répartissent pour 77 % en France et 23 % à l'export dont : Espagne-Portugal (48 %), Pays-Bas (17.8 %), Belgique (14.5 %), Italie (14.1 %), USA (2.2 %), Canada (2.2 %), Royaume Uni (1.2 %)

**Ses Clients :** Les principaux clients sont le grand public par l'intermédiaire des moyennes et grandes surfaces de bricolage, et les professionnels, artisans, commerçants et décorateurs de la branche ameublement, et la sous-traitance.

**Sa démarche Qualité :** Aujourd'hui une société chimique ne peut ni évoluer ni se développer si elle n'est pas certifiée pour la qualité et l'environnement. Le 12 avril 2006 la direction d'ID a pris un engagement : Avec le nouvel essor de la société de par la création d'un nouveau site de production, elle doit s'investir dans une stratégie de développement et de rentabilité sur le long terme. Les certifications recherchées sont : ISO 9001, ISO 14001, qui repose sur l'impact significatif des processus sur l'environnement, l'élaboration d'indicateurs chiffrés mesurant l'impact des processus, et la mise en place d'une amélioration continue. Pour 2008, OHSSAS 18000 relative à la sécurité des personnes et des installations.

De cette présentation il ressort pour ID qu'en termes d'éléments bruts : 95 % des fournisseurs sont Français, que les stocks représentent 1 M € de matières premières et 1.5 M € de produits finis, que la R&D et la Sécurité sont les coûts les plus importants, qu'en termes d'innovation le Marketing, la Direction commerciale et le Bureau d'études travaillent

ensemble pour rechercher la Qualité et le Service et non le Prix.

En seconde partie, N.Ribaud, directeur des achats du Groupe Prévoist Industries nous parle de la Supply Chain au sein de Roler, en relation avec les GSB et comment optimiser les flux de la commande client à la livraison.

NB .Les Powerpoint des présentations sont disponibles sur demande



décline en plus de 350 produits (4000 références) et ce sous différents conditionnements (bidon, pot, aérosol) de volume et de masse variables (de 50 ml à 10 l et de 50 g à 25 kg).

La société diffuse essentiellement ses produits dans les GSB et dans les magasins de meubles et de centre ville. Elle exporte ses produits dans plusieurs pays d'Europe et du monde.

Ses secteurs d'activité : Les ventes se

## Acheter en Chine, une stratégie payante ? avec le concours de Alexandre Babin, diplômé de l'ISAAP, 1ère promotion

La mondialisation oblige les entreprises françaises à être de plus en plus compétitives. Chacun sait l'importance que revêt la fonction Achats dans ce contexte. De plus en plus de nos clients nous contraignent à rechercher des solutions de sourcing «LCC», (Low Cost Country ou Pays à bas coûts). Après les pays d'Europe de l'Est et hors Europe (Maghreb, Amérique du Sud...), qui sont, sur certaines typologies d'achats, restés compétitifs; l'Asie prend une part importante dans les stratégies de sourcing LCC, et notamment chez KP.

Faire du sourcing en Chine est devenu un impératif stratégique. Le potentiel de productivité achats est considérable, sans pour autant faire de concession en termes de qualité. La réflexion en amont à la prise de décision de sourcing Chine, amène, elle, à se poser des questions, que nous listons afin de vous faire profiter de notre expérience.

Avant toute démarche «Asie», il est important de s'imprégner de la culture et du contexte géopolitique de ce vaste pays et de bien définir sa stratégie de sourcing (Benchmark, achats directs, achats par trader, etc.)

### La Chine, un territoire immense et varié

La Chine est un empire plusieurs fois millénaire et le poids du passé est omniprésent pour les Chinois. La date officielle de la fondation de la République Populaire de Chine est 1949, cette date sert de référence pour parler de l'extraordinaire développement de la Chine moderne.

Ce pays couvre 9,6 M. de km<sup>2</sup> (18 fois la France). Le climat est diversifié : subarctique, tropical au sud, désertique et montagneux (Tibet). Cette diversité s'affiche aussi par l'existence d'ethnies différentes : 92 % de la population sont les Hans, les 8 % restants se divisent en 55 minorités (Tibétaines, Musulmanes Ouïgoures, Mongoles), qui n'ont pas toutes les mêmes droits. La langue officielle est le Mandarin et l'ensemble des ses variantes régionales, ainsi que le Cantonais.

### Approche Culturelle

Aujourd'hui, les Chinois portent le costume-cravate qui a remplacé la tunique Mao. Comme nous ils consomment, lorsqu'ils le peuvent, mais imaginer qu'ils pensent ou fonctionnent de la même façon, il n'y a qu'un pas qu'il ne faut pas franchir !

La Chine vit une grande mutation. L'argent, sujet autrefois «tabou», est devenu la mesure de toute chose. Avec l'ouverture à l'Étranger, aux techniques moder-



nes, aux idées étrangères, la société chinoise communique : 340 M. de téléphones portables, 80 M. d'internautes, un demi-million d'étudiants en Amérique et en Europe.

Le Parti a le monopole du pouvoir politique. Il est primordial de s'enrichir mais sous réserve de ne pas parler politique, ou de ne pas pratiquer ouvertement sa religion. Nos concepts occidentaux de démocratie, de droits de l'Homme, d'Etat de Droit restent souvent imperméables et inopérants. Le fonctionnaire, héritier des mandarins, conserve un pouvoir non négligeable et le Parti gouverne encore bien des aspects de la vie quotidienne. On peut dire alors que la Chine est en état de « liberté surveillée ».

Il est primordial de s'imprégner de ce principe de base pour les futures relations d'affaires car notre façon de penser est également différente de celle des Chinois. Dans la plupart des cas, nous, occidentaux, allons droit au but, analysons, expliquons, abordons les problèmes de manière logique. En Chine, on vous noie dans des détails apparemment sans importance, on tourne "autour du pot", on se complait dans la logique floue et finalement, on n'aborde jamais franchement les sujets même si la discussion a duré des heures. Une explication possible est que la société Chinoise évite les occasions de confrontation, il est important de ne jamais perdre la face.

### Stratégies Achats

Il appartiendra aux directions Achats de bien définir leur politique et ce, en fonction des moyens qu'elles comptent y mettre. Tout dépend également de la ty-

pologie des produits qu'elles souhaitent acheter en Chine : pièce sur plan, machine catalogue, bien de grande consommation... Dans notre exposé, nous nous concentrerons sur les moules d'injection plastiques (cf. encadré).

Enfin, il est important de bien communiquer sur sa politique Achats, en interne, avec sa hiérarchie car des réticences peuvent voir le jour, par exemple, sur des conditions de règlement différentes d'avec la France (paiement avant expédition des produits par bateau ou avion contre 90 jours FDM le 10). Dans le même ordre d'idée, pour les services logistiques, des stocks importants en transit feront "exploser" les inventaires, enfin la communication au jour le jour pourrait dans certains cas poser des problèmes. Faire du commerce avec la Chine impose de bien se préparer en interne, de communiquer sur les raisons d'un tel choix, de montrer tout l'intérêt qu'a l'entreprise à entrer dans un processus global de «LCC».

Pour ce faire, il existe plusieurs solutions pour passer le cap.

### Des solutions différentes en fonction de vos moyens

Achats directs ou trader : En Chine le processus d'achat (recherches d'informations, demande de prix et cotation) n'est pas très différent d'un processus achat classique mais il prend plus de temps et nécessite plus de travail. Ce ne sont pas des notions inconnues des entreprises chinoises, l'analyse et la décomposition des coûts (Cost Breakdown) seront faites comme avec n'importe quel fournisseur. La phase «sourcing» peut

être laborieuse, et longue. Il est conseillé d'aller sur place afin de valider le choix de tel ou tel fournisseur en fonction de critères bien précis, il faut aussi être accompagné (qualiticien, méthodiste, logistique,...), ce qui occasionne des coûts qu'il faudra prendre en compte.

Le fournisseur validé, le coût final du projet peut être différent. Prenons l'exemple d'un moule d'injection plastique : à chaque étape il faudra dépêcher quelqu'un sur place pour valider la bonne avancé : conception, réalisation, premiers essais, mises au point, expédition finale. Ce n'est pas un manque de confiance mais les méthodes de travail sont différentes, les délais serrés, il ne peut y avoir de place pour l'erreur.

Pour des raisons de sécurité, KP n'a pas uniquement choisi cette pratique d'achats directs bien qu'elle soit la plus rentable mais qui peut, en cas de problèmes, se révéler financièrement catastrophique, et qui nécessite la présence sur place de personnel de l'entreprise dédié aux suivis des outillages.

Pour sécuriser nos achats nous faisons appel à «un trader» avec qui nous avons validé un panel de fournisseurs correspondant à nos critères. Notre partenaire gère alors en son nom et sous sa responsabilité l'intégralité de l'avancement du projet. KP reste le donneur d'ordre mais n'a pas à financer l'intégralité du processus. Le trader se rémunère sur notre prix d'achat, il est la garantie d'acheter un produit conforme à nos spécifications, cela reste une solution

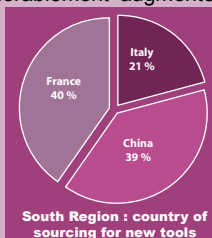
### Le Groupe KP

est un groupe équipementier automobile mondial (7000 personnes - 23 sites dans 13 pays - CA : 700 M \$) spécialisé dans la conception et la réalisation de divers composants et sous-ensembles plastiques fonctionnels, à mécanismes ou de décoration.

Avec 8 usines en Europe dont 3 en France à Bellême-61, Rochefort-17 et Voujeaucourt-25, Key Plastics produit pour Renault, PSA, VW, Kia, Nissan, Fiat, GM, Faurecia, Visteon, Delphi...

Les Achats projets sont centralisés sur le site de Bellême pour toutes les catégories d'achats de moules d'injection, de soufflage, composants métalliques, textiles et mousses, transport, emballages, machines d'assemblages, moyens de contrôles, pièces électriques ....

Le volume d'achats de moules d'injection en Chine a considérablement augmenté pour atteindre 40 % en 2006 contre 10 % en 2005 et l'objectif est de passer le cap des 70 % en 2007.



rentable et compétitive car nous parlons de prix Chinois additionné d'un «Mark-up». Cette solution nous permet de passer nos commandes en France et de conserver des conditions de règlements et de droit des contrats Français, ce qui n'est pas négligeable. Nous préconisons donc cette solution pour débiter dans le sourcing Asie

### A faire ou ne pas faire Business et bonnes manières

- L'échange de carte de visite : Début du cérémonial elle est donnée à deux mains, tourné vers l'interlocuteur, doit être traduite au verso (nom, fonction, activité).

- L'incontournable banquet : Généralement convivial c'est une figure imposée en affaires, le cérémonial concerne aussi bien la place des convives que les plats qui devront tous être goûtés, les discours et les toasts peuvent être nombreux...

Négocier au mieux :

- Connaître les règles du jeu de la négociation permet de ne pas forcément faire perdre la face à des Chinois qui connaissent et maîtrisent l'art du commerce de longue date.

- Le temps n'a pas d'importance, il ne faut pas être pressé, le sourire n'est qu'une façade, garder son contrôle, rester modeste, ces éléments donneront envie à votre interlocuteur de travailler avec vous et forgeront lentement une relation personnelle ultérieure qui deviendra un atout.

- Ne pas être trop direct, les Chinois ne vont pas à l'essentiel tout de suite, la négociation se fait dans une logique d'affrontement, par métaphores, allusions feutrée où la finesse l'emporte bien souvent sur le droit.

Enfin, une dernière règle : ce n'est pas parce que la productivité chinoise est supérieure à celle de la France que l'on atteindra le coût objectif, car souvent aveuglé par les "savings" on en oublie l'analyse des coûts.

### Risques et contraintes du sourcing Chine

La copie ou le détournement intellectuel : Ne jamais donner d'informations, le nom du client final, du projet, car le problème de la copie n'est pas limité aux produits de luxe ou au textile, il concerne tous les domaines d'activité.

Le Droit pénal chinois a défini sept types de sanctions sur la violation de la propriété intellectuelle, contrefaçon des marques déposées, vente de produits, fabrication et vente illégales de marques contrefaites et violation des droits d'auteurs, le risque d'être copié reste important et les tribunaux chinois traitent de plus en plus de cas de violation de la propriété intellectuelle en milieu industriel. Il faut se prémunir en consultant sur des technologies connues et non straté-

giques.

Les contrats : Pour les chinois, la valeur des mots est plus importante que celle des écrits, les contrats signés en anglais ont valeur légale en Chine. Il ne faudra en aucun cas accepter de signer un contrat écrit en Chinois ou bilingue sans prendre de précautions majeures. Il faut savoir que si une autorité locale décide arbitrairement qu'un contrat n'est plus applicable, il n'existe aucun recours.

### La communication

La barrière de la langue demeure une difficulté capitale bien que de plus en plus de Chinois parlent anglais alors que dans les usines, souvent, seuls le Mandarin et le Cantonais sont pratiqués. Il sera alors nécessaire de faire traduire les cahiers des charges et autres documents de travail.

Au-delà de la langue, peuvent se poser de manière plus aiguë, les problèmes des normes et standards, de correspondance et de traduction technique.

### Résistance interne dans l'entreprise

Il faut aussi, parfois, faire face à la résistance aux changements dans l'entreprise, changer de fournisseurs est souvent un exercice difficile. BE, Production, Qualité, ont souvent tendance à valoriser, parfois à raison, la pérennité d'une relation «client-fournisseur» établie. Cette résistance sera d'autant plus forte qu'il s'agit de la Chine véhiculant des connotations négatives de non-qualité, de difficultés de communication et de complications dans la Supply Chain. Les succès permettront petit à petit de réduire ces oppositions au profit de tous.

### Acheter en Chine ?

Décision à ne pas prendre à la légère et raisonner en termes de coûts complets incluant les frais de transport, financiers, de stocks en transit, les conditions de paiement, les coûts de qualification des fournisseurs, de traduction des spécifications, de rédaction de contrats, de déplacement...

Un conseil simple est de ne pas céder aux effets de mode, il existe des solutions qui peuvent préparer au sourcing Chine. La première étape est de passer par un intermédiaire en France pour préparer, qualifier ses achats en provenance de Chine. Le Trader est, certes moins rentable que les achats directs, mais permet, pour ceux qui ne peuvent ou ne veulent monter une structure sur place, de se "faire la main" sur ce nouveau mode de travail.

Il n'en reste pas moins que la Chine est un formidable vivier d'opportunités et la mépriser constituerait une erreur mais il est nécessaire de bien prendre en compte que cette démarche à un coût qu'il ne faut pas négliger.



Institut Supérieur des Achats  
et des Approvisionnements



## L'ISAAP s'internationalise

Après avoir accueilli des étudiants polonais ou marocains, c'est au tour de l'Afrique Noire d'être présente depuis 2 ans dans la formation de l'ISAAP.

La promotion 2005/2006 a ainsi compté dans ses membres Igor, qui venait de Port-Gentil au Gabon. Acheteur depuis 3 ans dans une compagnie pétrolière, il ressentait le besoin de revoir ses bases et d'acquérir des méthodes et outils d'acheteurs professionnels.

Il a connu la formation ISAAP par Internet et a décidé de tenter l'aventure.

« Avant l'ISAAP, je n'avais jamais entendu parler d'analyse ABC, je n'avais pas de véritables indicateurs de performance de mes fournisseurs. Mes négociations se résumaient à une petite discussion sur les prix. Aujourd'hui, je pense pouvoir affirmer que je suis force de proposition, que j'ai un avis qui compte. Je participe à rationaliser les achats dans mon entreprise, à réduire les coûts tout en conservant un bon niveau de qualité et en respectant les délais de livraison. Même si le démarrage a été assez dur du fait de l'éloignement et de l'hiver dont je ne suis pas coutumier, je retiens une année riche en enseignement, un stage de rêve (à Houston - USA) et un diplôme à la clé.

Cette année, c'est le Burundi, petit pays d'Afrique Centrale (28000 km<sup>2</sup> pour 6 millions d'habitants) qui est représenté en la personne d'Emmanuel. Peu d'industries

sont installées dans ce pays, qui a été ravagé par une guerre civile, et donc pas de formation aux achats. Emmanuel est depuis 20 ans salarié en tant que gestionnaire de stock, de l'imprimerie d'état qui produit des livres scolaires.

« Quand j'ai vu sur Internet l'existence de cette formation, j'ai été surpris car mon idée était de chercher un stage court de perfectionnement. J'ai été motivé par le fait que la formation était diplômante et j'ai décidé d'envoyer mon dossier de candidature ».

Aujourd'hui intégré à la promotion 2006/2007, Emmanuel est très satisfait d'acquérir les techniques du métier et recherche activement un stage sur Rochefort.

« A la fin de la formation, je retournerai dans mon entreprise. La formation me permettra de mieux organiser mon service pour le rendre plus opérationnel. Le diplôme de l'ISAAP sera également un atout personnel ».

Dans les 2 cas, les futurs acheteurs ont montré qu'ils savaient être ouverts aux autres, en effet, aussi bien Igor qu'Emmanuel insistent sur l'accueil de leurs collègues qui leur a permis de ne pas se sentir

isolés et de surmonter le dépaysement. Une anecdote racontée par Emmanuel.

« A l'approche des vacances de Noël, mes camarades de la promo me demandaient toujours où je passerais les fêtes de Noël et du Nouvel An. Je leur répondais que je resterais chez moi. Finalement, un camarade de la promo m'a proposé de passer la fête de Noël avec lui dans sa famille et un autre m'a proposé de passer le réveillon du Nouvel An chez lui. »

L'équipe de l'ISAAP ne peut qu'être sa-



tisfaite de ces réussites et s'efforcera pour sa part de continuer à oeuvrer pour que la belle aventure continue....

## Promo 2005/2006 Que deviennent-ils

Les membres de la promotion 2005/2006 ont reçu leurs diplômes le 13 octobre dernier.

Fin janvier 2007, soit 3 mois et demi plus tard, où en sont-ils ?

Sur les 13 diplômés :

8 sont en poste, tous dans des fonctions achats et/ou approvisionnements. Parmi eux, 3 ont réintégré leur entreprise d'origine avec de nouvelles compétences et une meilleure reconnaissance de celles-ci.

5 sont en recherche d'emploi dont : un a terminé un contrat fin décembre 2006 et redémarre juste sa recherche

2 ont / ou vont déménager, ce qui a bien sûr perturbé la recherche active d'un emploi.

Soyons sûr que l'enquête « officielle » faite par l'ISAAP en avril (soit 6 mois après la sortie) confirmera cette bonne tendance, comme les années précédentes.

## A noter

### Portes ouvertes de l'ISAAP

Dans quelques jours, le samedi 24 mars prochain de 14 h à 17 h, l'ISAAP ouvrira ses portes au grand public. L'occasion pour les étudiants de la région de découvrir les équipements et le fonctionnement de l'ISAAP, de rencontrer l'équipe pédagogique et de se renseigner sur le métier d'acheteur.

### La formation continue à l'ISAAP

D'avril à juillet, l'ISAAP propose 7 séminaires de formation aux entreprises de Poitou-Charentes dans le domaine des achats et des approvisionnements :

- La négociation d'achats • 26, 27 juin et 3 juillet à Saintes (durée 3 jours)
- Les outils de l'acheteur • 12 et 13 avril à Rochefort (durée 2 jours)
- Etre convaincant au téléphone • 28 juin à Rochefort (durée 1 jour)
- La qualité aux achats et aux approvision-

nements • 9 mai à Rochefort (durée 1 jour)

• Optimiser la recherche de fournisseurs grâce à Internet • 22 et 23 mai à Rochefort (durée 2 jours)

• Maîtriser la pratique des achats de marchés public • 10 et 11 mai à Rochefort (durée 2 jours)

• Maîtriser la chaîne logistique : supply chain management • 21 et 22 juin à Rochefort (durée 2 jours)

Renseignements et inscriptions :

Laurent Bernazeau, conseiller en formation continue

tél. 05 46 84 11 83

l.bernazeau@rochefort.cci.fr



## Ils nous ont rejoints !

### SPIRAL

Président du directoire : Guillaume Olivier  
Avenue Paul Langevin - 17187 Périgny  
Tél : 05 46 30 66 70

<http://www.spiral-sa.fr> • Courriel : [contact@spiral-sa.fr](mailto:contact@spiral-sa.fr)

Créée en 1987, SPIRAL était à l'origine totalement orientée vers les marchés de l'automobile (transmissions et amortisseurs).

La société a su se diversifier, au rythme de développements réguliers et de croissances externes. La sous-traitance industrielle est devenue une activité majeure de SPIRAL.

Façonnier en usinage, SPIRAL par son historique et la diversité de ses activités, se positionne aujourd'hui à un niveau de maîtrise d'œuvre accomplie : ses fonctions intégrées de gestion de projet, bureau d'études, d'usinage, d'assemblage et de contrôle ainsi que sa structure d'achats et logistique développée lui permettent de se positionner sur des travaux de sous-traitance globale ou de façonnier.

SPIRAL est en mesure de prendre en charge des projets de prototypes, d'outillages et de produits de petites et moyennes séries dans l'ensemble des métiers de la mécanique (aéronautique, automobile et industries diverses).

SPIRAL compte 76 salariés et a réalisé 5,7 M € de CA. La certification «EN 9100» qu'elle souhaite obtenir au cours du 1<sup>er</sup> semestre 2007 devrait lui ouvrir à terme de nouveaux débouchés.



## CAP'HA : le bilan

Le 20.11.06, CAP'HA faisait le bilan de ses travaux desquels il ressort qu'une organisation plus fonctionnelle devait être mise en place. Les différents opérateurs sont désormais répertoriés.



### Qui fait quoi ?

- Pôle décisionnel : HA 17 Président et le Bureau, CCI Président /ISAAP: P.Deles
- Pôle organisationnel : HA 17 Responsables projet, ISAAP Danielle Proust
- Pôle opérationnel : ISAAP Étudiants, CCI Henri Morin, Entreprises 2007 - Maisons de retraite et Hôtels-Restaurants et 2 tuteurs professionnels
- Pôle contrôle : HA 17 (Le Bureau), ISAAP (P.Deles, D.Proust), ISAAP (les étudiants)

Le Pôle décisionnel pour Orientation, objectifs, forme (HA 17/CCI) définit vers quoi on tend, les objectifs et attentes pour l'ISAAP, HA17, les Entreprises. Le Pôle opérationnel méthodologie assure la mise en application pragmatique et concrète de l'exercice, le suivi et le contrôle des actions. Le Pôle opérationnel ISAAP/Étudiants assure la réalisation du cas avec Henri MORIN (Entreprises 2007: expression des besoins. Encadrement des entreprises par tuteurs professionnels). Le Pôle contrôle HA 17 veille à l'intérêt stratégique et politique. L'ISAAP veille à l'intérêt pédagogique et les étudiants ISAAP à l'intérêt économique

Afin que les attentes, rôles et objectifs, soient clairs pour tous, il est absolument nécessaire que chacun garde pour fil conducteur cette organisation et respecte les rôles définis et validés. Il en va de l'intérêt du projet pour les étudiants, du travail de fond effectué par HA 17, de la formation de l'ISAAP et du soutien aux entreprises apporté par la CCI.

A court terme, l'objectif est de pérenniser la démarche CAP'HA en améliorant le processus déjà en place et en répondant à un nombre croissant de demande. A moyen terme, nous souhaitons que les entreprises adhérentes à CAP'HA acquièrent une autonomie, en créant un éventuel groupement d'achat, en ayant un acheteur à temps partagé. L'Association HA17 n'a pas pour vocation de gérer un groupement d'achat mais souhaite impulser aux entreprises, la volonté de mettre en place un outil adapté aux préoccupations, cultures, attentes et besoins propres à chaque filière ou regroupement de filières.

Pour 2007, CAP'HA doit répondre aux besoins des entreprises adhérentes. En 2008, HA 17 et les entreprises adhérentes ont pour objectif le soutien à la mise en place d'une structure d'achat autonome pour les Maisons de retraite et les Hôtels-restaurants. CAP'HA prendra alors en charge un nouveau groupe d'entreprises.

## En bref

### SIST 2007

Le SIST Interrégional 2007 a tenu toutes ses promesses

Le 23 janvier, le Salon Inversé de la Sous-traitance organisé par la CCI des Deux-Sèvres et celles du Poitou-Charentes et des Pays de Loire s'est tenu à Niort et a été un franc succès.

47 donneurs d'ordre intéressés et leurs 109 acheteurs se sont livrés à un « marathon économique »: Rencontrer en une seule journée près de 400 fournisseurs capables de répondre à leurs besoins, soit au total 2000 rendez-vous environ, tenus dans une ambiance professionnelle et conviviale.

Poursuivre les échanges sur le web : Soucieux de faire perdurer les nombreux et fructueux échanges, les organisateurs ont mis en place une bourse d'affaires en ligne sur le site du Salon [www.sist.fr](http://www.sist.fr) qui est uniquement réservée aux donneurs d'ordre et aux fournisseurs de l'édition 2007. Elle va permettre de déposer en ligne leurs offres

de sous-traitances. Les fournisseurs, des domaines d'activités concernés, recevront une alerte par messagerie électronique les prévenant qu'une offre de sous-traitance vient d'être déposée par un des services achat. Charge à eux, de cliquer sur le lien pour consulter cette offre et en connaître toutes les modalités.

Le prochain SIST se tiendra à Nantes en mars 2008. (Informations sur [www.sist.fr](http://www.sist.fr))



### RSS

Le flux RSS ou fil RSS (really simple syndication) est un système d'information sur le web permettant d'obtenir en temps réel les dernières mises à jour de sites sélectionnés selon l'intérêt que l'on y porte, ou bien à partir de mots clés que l'on aura définis.

Les applications de ce système de diffusion sont nombreuses et dans notre métier cet outil est surtout destiné à la veille technologique, l'acquisition d'informations sur les concurrents ou sur un secteur d'activités précis.

2 moteurs de recherches sont incontournable

et donc à retenir : [www.google.fr](http://www.google.fr): inscription simple et rapide en ligne au programme de recherche « google alert » et [www.copernic.com](http://www.copernic.com): téléchargement d'un petit logiciel « copernic agent » permettant de lancer simultanément une recherche sur plusieurs moteurs.

Astuce : avoir toujours une page word ouverte lorsque vous consultez les informations reçues pour le « copier/coller » et ensuite les archiver, télécharger également « google desktop search » pour accéder rapidement et facilement à vos fichiers.

## Nos prochains rendez-vous

Soirée "visite d'entreprise"

### Les coulisses d'un Hyper Carrefour

Découverte de la Supply Chain, apros et organisation des flux produits en rayons

Le xx mai 2007 à 18 h à Puilboreau

CCI-RS - ISAAP - HA 17

### Journée ISAAP

Matinée dédiée aux soutenances des rapports de stages, Après midi : Atelier thématique « Comment mesurer la performance Achat : Tableaux de bords et indicateurs » suivie de la remise des diplômes aux étudiants de la promotion 2006/2007

Le 12 octobre 2007



CCI-RS - ISAAP - HA 17

### Rentrée de la promotion XI de l'ISAAP

Le 18 septembre 2007

## Le Bureau d'HA17 s'étoffe...

Grace à nos "Soirées thématiques", nous enregistrons de nouvelles adhésions. Certains nous rejoignent au Bureau pour participer à la vie de l'Association et de nouvelles commissions ont vu le jour...

<p><b>Gérard HARRY</b> <i>Président</i> COOP Atlantique Commission Projet ISAAP Commission Communication</p>	<p><b>René LAMY</b> <i>Vice-Président</i> Secrétaire général Commission Communication</p>	<p><b>Cécile COUHET</b> <i>Secrétaire-Permanent HA17</i> CCI-RS</p>	
<p><b>Jérôme GREFF</b> <i>Membre</i> INAGO CONSEIL Commission Projet CAP'HA</p>	<p><b>Pierre-Yves LAVAUD</b> <i>Treasorier</i> ALSTOM Transport Commissions Projet CAP'HA et Soirées Thématiques</p>	<p><b>Didier BASSETTO</b> <i>Treasorier Adjoint</i> Commission Internet</p>	<p><b>Laurent BERNAZEAU</b> <i>Membre</i> CCI-RS Commission Soirées Thématiques</p>
<p><b>Martine SCHEID</b> <i>Membre</i> BLANC-JAUNE Commissions CAP'HA et Communication</p>	<p><b>Rémy GRANIER</b> <i>Membre</i> BRUNET GROUPE Commission Soirées Thématiques</p>	<p><b>Nicolas RIBAUDO</b> <i>Membre</i> PREVOST INDUSTRIES Commissions Soirées Thématiques</p>	<p><b>Thomas RUBY</b> <i>Membre</i> HARMONY YATCHIS Commission Internet</p>
<p><b>Patricia DELES</b> <i>Membre</i> Directrice Formation CCI-RS Commission Projet CAP'HA</p>	<p><b>Frédéric HAREL</b> <i>Membre</i> ECO France Commission Soirées Thématiques</p>	<p><b>Christophe RICHARD</b> <i>Membre</i> SOROMETAL Commission Projet CAP'HA</p>	<p>Membres ISAAPiens <b>Luëtitia FOUQUET</b> <i>Secrétaire générale Adjoint</i> <b>Isabelle GROS</b> <b>Pascal MOREAU</b> <b>Julien COURSAUT</b></p>



La Corderie Royale, siège de l'association HA 17

Pour recevoir la documentation qui vous intéresse, retournez ce coupon-réponse à :

**HA 17 • Corderie Royale • BP 20129  
17306 Rochefort Cedex**

Prénom

Nom

Société

Adresse

Tél.

Fax

Je désire recevoir les documents suivants :

CR N° 2006/13  
Création d'un poste Achat en PME-PMI

Visite d'Initiatives Décoration

La Lettre des Acheteurs de Charente-Maritime est une publication de l'association HA 17 • La Corderie Royale, BP 20129, 17306 Rochefort Cedex • tél 05 46 84 11 83 • fax 05 46 84 48 54 • courriel : formation@rochefort.cci.fr • site : www.ha17.org  
Directeur de la publication : Gérard Harry  
Rédaction : René Lamy  
Crédit photos : R. Lamy  
ISSN : en cours  
Dépôt légal : septembre 2006  
Maquette : CCI-RS - service communication  
Impression : imprimerie Rochelaise