

# Manutan

[Accueil](#) / [BBI](#) / [Distribution](#)

## Les achats indirects tombent le masque

Les achats indirects pèsent dans la chaîne de valeur d'une entreprise. Avec sa méthode Savin'side®, Manutan est en mesure d'identifier les coûts cachés d'une entreprise pour ce type d'achats et de dresser un plan d'économies à travers six leviers de compétitivité. Pour favoriser la prise de conscience de ce potentiel d'économies, le distributeur publie des livres blancs et dernièrement un baromètre sectoriel, dont le premier est dédié à la construction. Il montre que les entreprises de ce secteur sont confrontées à deux défis principaux : le déploiement des contrats et leur utilisation, ainsi que la digitalisation des transactions.

Les achats sauvages gagneraient-ils à être domptés ? Appelés plus officiellement achats indirects ou achats de classe C, ces derniers avancent souvent masqués au sein des entreprises, dont ils ne sont pas reliés directement au cœur de métier. Rien à voir avec les achats de classe A, autrement dit ceux qui sont dévolus aux matières premières et autres composants entrant directement dans le cycle de production d'un produit, et ceux de classe B, tout ce qui est nécessaire pour supporter le processus de production, qui sont évidemment considérés aujourd'hui comme des achats stratégiques et que les entreprises maîtrisent au plus juste.

### Identifier les coûts cachés

Visant les approvisionnements utilisés dans le fonctionnement quotidien des organisations, mais n'entrant donc pas dans le processus de production, les achats de classe C, souvent non récurrents, ne constituent, il est vrai, que 5% du budget global d'achat d'une entreprise. Cependant, ils génèrent 60 à 70% des commandes en volume, reflétant une grande variété de produits et par conséquent un grand nombre de fournisseurs. En témoigne ce directeur des achats d'un grand groupe du secteur Energie, qui comptabilise près de 145 000 fournisseurs, dédiés uniquement aux achats indirects ! «Les achats de classe C ne pèsent pas lourd dans le budget mais représentent énormément de commandes avec des paniers très faibles, en moyenne de 350 euros, tous secteurs confondus. En revanche, ils coûtent beaucoup en gestion administrative...» explique Xavier Laurent, Directeur des services à valeur ajoutée chez Manutan. Des coûts sur lesquels les entreprises ont peu de visibilité, y compris dans leur propre ERP puisque souvent leurs équipes peuvent commander ces produits sans faire de bons de commande. Le compte est créé au moment de la réception de la facture.

### Méthologie Savin'side®

Positionné sur les achats de classe B et surtout de classe C, avec ses différentes catégories de produits (Bureau, Entrepôt, Fourniture industrielle, Sécurité, Emballage, Hygiène et Espace extérieur), l'e-commerçant BtoB Manutan s'est depuis trois ans penché attentivement sur le sujet. Il a ainsi mis au point une méthodologie, appelée Savin'side®, qui permet d'analyser le comportement de chaque secteur d'activité sur cette catégorie d'achats, entreprise par entreprise. Son objectif est de donner les moyens à ses clients de mieux cerner les coûts cachés liés aux achats indirects et de trouver les moyens de les atténuer, à travers six leviers de compétitivité : la rationalisation des fournisseurs, l'optimisation des produits, le déploiement de l'accord ; la digitalisation des transactions ; l'optimisation de la logistique ; le pilotage de la qualité. « Quand les clients dépensent 350 euros chez Manutan, ils dépensent aussi entre 100 à 150 euros de frais administratifs répartis entre la comptabilité, la personne qui passe la commande, celle qui

réceptionne le colis... Nous avons donc travaillé à matérialiser ces coûts. »

58 euros annuels par salarié

Pour donner plus de visibilité à son approche, Manutan a poussé sa démarche jusqu'à analyser toutes les commandes d'un secteur d'activité, de façon à dresser un état des lieux de ses forces et faiblesses ainsi que du réel...

Veillez vous identifier pour consulter la totalité de l'article.

\_\_\_\_\_

[Vous avez perdu votre n° d'abonné. N'hésitez pas à nous contacter.](#)

Valider

Vous n'avez pas de n° d'abonné ?

Abonnez-vous pour bénéficier de nos revues et l'accès à l'intégralité des articles !

[S'abonner à la  
revue](#)