****

**COMMUNIQUÉ DE PRESSE**

Anderlecht, le 14 août 2018

*Un peu plus de 18 % des acheteurs n’ont pas de budget fixe*

**Les achats « ad hoc » coûtent chaque année des sommes considérables aux entreprises**

**En organisant mieux leurs achats non stratégiques, les entreprises peuvent annuellement faire des économies significatives. D’après une enquête récente\* de Manutan, un peu plus de 57 % des acheteurs passent essentiellement des commandes « ad hoc ». La majorité d’entre eux effectuent régulièrement une « tournée » ou groupent les commandes, mais ne disposent pas d’un planning annuel. Quelque 18 % ne déterminent même aucun budget d’achat au préalable et commandent en fonction de leurs besoins. Selon Ramon Kok, Managing Director Benelux et Allemagne de Manutan, cette pratique coûte chaque année des sommes considérables à ces entreprises. « En achetant de façon non structurée, elles perdent beaucoup d’argent », affirme-t-il. « Non seulement leurs frais de gestion sont plus élevés, mais les achats occasionnels sont également plus onéreux, et ce, d’autant plus s’il s’agit d’articles à acheter en urgence. Le prix ne joue alors souvent plus aucun rôle. »**

## ****Seuls 11 % disposent d’un planning annuel****

## 240_F_103759061_Dte9OjE3Bf2Vv5fHJttCTT4kTgw3GdQK adobe.jpg**22 % des acheteurs commandent seulement quelques mois à l’avance. Près de 57 % achètent à encore plus court terme en réagissant immédiatement à des demandes « ad hoc », en groupant des commandes « ad hoc » ou en faisant une tournée pour s’enquérir des fournitures à commander prochainement. Presque 8 % des acheteurs comptent sur le fournisseur pour leur indiquer quand ils devraient commander certains produits. Pas plus de 11 % déclarent se tenir à un planning annuel auquel ils ne dérogent pas. Dans la plupart des cas, les acheteurs ne tiennent pas compte des saisons pour effectuer leurs achats. Toutefois, ce facteur s’avère différer d’un secteur à l’autre d’après l’enquête : dans l’industrie, 38,5 % ne se soucient pas de la saison, ce pourcentage atteint 30 % dans la construction, 33,9 % dans la logistique et le transport et 37,5 % dans la prestation de services. « Ceci signifie que des produits tels que le sel d’épandage, les vêtements de protection ou les ventilateurs ne sont achetés qu’à la dernière minute. Une fois qu’ils deviennent indispensables en somme. Les acheteurs se hâtent alors pour trouver un fournisseur. La procédure d’achat contourne alors souvent le processus de commande normal et, en raison de la demande pressante, le prix est souvent un élément qui ne peut être négocié. », ajoute Ramon Kok.**

## ****Les achats « ad hoc » ne se contrôlent pas****

**« Nous savons que les achats ad hoc concernent justement des produits non stratégiques », déclare Ramon Kok. « Compréhensible, puisque ces produits n’influencent pas le processus de production primaire des entreprises. Ils sont pourtant essentiels à leur bon fonctionnement. De nombreuses entreprises ont dès lors décidé de structurer une grande partie de leurs achats non stratégiques afin d’effectuer ainsi des économies importantes. Cependant, des achats ad hoc surviennent encore fréquemment et parviennent généralement à se soustraire au processus interne, avec toutes les retombées financières qu’ils peuvent entraîner. Ils échappent complètement au contrôle de la gestion des achats, spécialement dans des entreprises possédant plusieurs implantations. »**

## ****Solutions****

## « Heureusement, il existe de bonnes solutions pour pallier ce problème : une plateforme numérique veille à ce que l’utilisateur trouve tous les produits souhaités auprès d’un seul fournisseur central. Ce cadre permet à une entreprise de négocier des réductions directes intéressantes et valables sur tous les produits. De plus, les achats sont ainsi complètement automatisés si la plateforme est reliée au système ERP de l’acheteur », poursuit-il. « Après la commande, tout le processus se déroule de façon complètement automatique.

## Ces espèces de distributeurs automatiques sur le lieu de travail peuvent constituer une autre solution. Tous les produits pertinents sont ainsi à portée de main. Une carte d’accès personnelle permet à l’utilisateur d’accéder à l’appareil. Le distributeur est connecté au système du fournisseur qui veille à son tour à toujours réapprovisionner la machine à temps. Ce processus aussi se déroule de façon totalement automatique. »

\*) *Étude commanditée par Manutan et menée auprès de 359 travailleurs qui passent des commandes et/ou sont responsables des achats de fournitures d’entreprise dans les secteurs suivants : industrie, construction, logistique & transport, et services.*

**À propos de Manutan**

Manutan fait partie du Manutan Group international, leader européen sur le marché des fournitures pour les entreprises. Le groupe est composé de 25 filiales dans 17 pays européens. Il recense 2000 collaborateurs, propose 200.000 articles différents et compte plus d'un million de clients. La vision du Manutan Group se caractérise, entre autres, par des relations chaleureuses, sincères et personnelles avec les clients. Son slogan est « Entreprendre pour un monde meilleur ».

En Belgique et aux Pays-Bas, Manutan est le plus gros fournisseur d'articles pour les entrepôts, ateliers, sites et bureaux. Les articles sont vendus via le site web, le contact center et des catalogues. Du transport interne et de l’entreposage aux outillages et à la sécurité, Manutan propose aussi des services et une consultance dans le cadre de l’aménagement global de projets (entre autres pour des entrepôts et bureaux) ainsi qu'un service d’exportation et des systèmes d’achat efficaces. [www.manutan.be](https://www.manutan.be/fr/mab) et [www.manutan.be/blog](https://www.manutan.be/blog/fr-be/)

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**Note destinée à la rédaction et non à la publication :**

Pour obtenir davantage d'informations sur Manutan et ses initiatives, vous pouvez contacter :

**Manutan**
Filip Van den Abeele – Director Sales Operations Benelux
Tél.: +32 (0)2 583 51 99
E-mail : filip.vandenabeele@manutan.be
Site Internet: [www.manutan.be](http://www.manutan.be/fr/mab)ou

**Two Cents**
Ward Vanhee
Tél. : +32 (0)2 773 50 28
E-mail : wv@twocents.be

La photo en haute résolution et le communiqué de presse en version numérique sont disponibles via ce lien vers notre espace presse : [http://manutan.media.twocents.be](http://manutan.media.twocents.be/)