****

**COMMUNIQUÉ DE PRESSE**

Anderlecht, le 5 septembre 2018

*Comparer les prix et rechercher les bons produits, des tâches trop chronophages*

**69 % des acheteurs désireux d’un processus d’achat plus efficace**

**Une grande majorité des responsables achats en Belgique pense pouvoir gagner jusqu’à 10 heures par semaine sur le processus d’achat. Une étude\* récente de Manutan indique qu’ils consacrent souvent trop de temps à la comparaison des prix, à l’orientation et à la recherche du bon produit, mais aussi au processus de commande en lui-même. L’approbation en interne des commandes remporte également une grande partie des suffrages. Selon Stephane Arkenbout, directeur commercial chez Manutan, un processus de commande efficace ne fait pas seulement gagner du temps, mais également économiser sur les frais d’achat totaux. « De nombreuses entreprises peuvent économiser jusqu’à 40 % sur leurs dépenses directes et le nombre d’heures qui y sont consacrées en interne », affirme-t-il.**

## ****Frais cachés****

## **Plus de 31 % des acheteurs commandent par e-mail. Près de 19 % commandent de façon complètement automatique et quelque 18 % commandent sur des boutiques en ligne pour entreprises. Environ 10 % règlent encore tout principalement par téléphone.**240_F_103759061_Dte9OjE3Bf2Vv5fHJttCTT4kTgw3GdQK adobe.jpg **« Nous constatons, surtout dans les entreprises disposant de plusieurs implantations, que les méthodes de commande, voire les fournisseurs, diffèrent selon l’implantation », explique Stephane Arkenbout. « Vous n’avez dans ce cas-là pas de vue centralisée sur les commandes. Le processus prend beaucoup de temps et la qualité ainsi que les prix des produits achetés fluctuent. Nous remarquons de grosses économies potentielles, surtout pour les achats de classe C, à savoir les produits non stratégiques achetés à une fréquence irrégulière. Ils s’accompagnent de nombreux frais cachés. »**

## ****La qualité des produits, le critère primordial****

**Une grande majorité des acheteurs (près de 65 %) travaille de préférence avec des fournisseurs connaissant précisément leurs besoins. 58 % d’entre eux cherchent d’ailleurs à conclure des accords avec le moins de fournisseurs possible. Les principaux aspects du choix d’un fournisseur sont la bonne qualité des produits et la fiabilité. « Le prix est important, mais ne constitue pas l’élément décisif », déclare Stephane Arkenbout. « Les acheteurs visent l’efficacité et la qualité. Cela implique toutefois que vous devez conclure des accords centraux avec un nombre restreint de fournisseurs, voire en choisir un seul qui vous fournira tous les produits via un seul canal que tous les acheteurs de l’organisation peuvent utiliser. Vous ne pouvez cependant effectuer de tels choix que lorsque vous comprenez l’établissement des frais d’achats dans leur ensemble. »**

## ****Analyse****

## « Une analyse approfondie vous permet de déceler les frais cachés », poursuit Stephane Arkenbout. « Ces frais inutiles se retrouvent par exemple dans le processus d’approbation, le nombre de livraisons, le processus logistique, le non-usage d’accords de prix centraux ou la collaboration avec de trop nombreux fournisseurs. Grâce à une telle analyse, vous établissez ensuite un plan pour réduire ces frais cachés. Chez Manutan, nous avons dans cette optique développé la méthode Savin’side. Grâce à diverses données, nous identifions tous les frais cachés au moyen de 6 indicateurs clés et tentons ensuite de trouver des solutions. Cette méthode est accessible à tous et peut vous faire réaliser des économies considérables. Certains acheteurs sont déjà satisfaits de son utilisation et ont ainsi grandement contribué aux résultats de leur entreprise. Le temps où les acheteurs passaient la plupart de leur temps à négocier une remise encore plus élevée est depuis bien longtemps révolu. Nous constatons que la fonction d’acheteur au sein d’une entreprise gagne de plus en plus d’importance. »

\*) *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](https://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/)