

# PARCOURS DE PROFESSIONNALISATION « ACHAT »

## 3 solutions pour le développement de compétences individualisées :

- **un parcours « à la carte »** sur la base d'une offre de 12 modules de formation qui couvrent toutes les compétences liées à la chaîne de l'achat
- **un parcours « métier Acheteur public »** qui engage les professionnels sur l'ensemble des modules et comprend une étape d'auto-positionnement en ligne et une étude de cas finale ; **ce parcours délivre un certificat .**
- un parcours certifiant + des modules complémentaires pour valider **un diplôme de Responsable des Achats, inscrit au RNCP niveau II bac +4**

**PUBLIC :** Professionnels impliqués dans le processus Achat : professionnels de la cellule Achat, de la cellule Marché public, les contributeurs métiers, les approvisionneurs

## 1. PARCOURS A LA CARTE DE CONSOLIDATION DES COMPETENCES

- Les modules de formation peuvent être suivis dans leur intégralité (parcours certifiant) ou dans une modalité « à la carte » pour appuyer le développement des compétences spécifiques des professionnels impliqués dans la chaîne Achat.
- Le calendrier de mise en œuvre des sessions s'appuie sur une organisation souple, tenant compte des contraintes des professionnels. La formation se déroulera en discontinue, à raison d'un module par mois, de façon à permettre, dans l'intervalle, l'appropriation des démarches et des outils et les situations de mises en pratique, mais aussi afin de faciliter la conciliation avec votre travail

## 2. PARCOURS A VISEE DE CERTIFICATION

Pour les professionnels qui s'engagent dans le parcours certifiant (ensemble des modules), une évaluation des compétences, permet à la fois :

- D'élaborer une cartographie personnelle de leurs compétences, en toute confidentialité et anonymat
- D'avoir une vue d'ensemble de leurs forces et de leurs points d'amélioration pour mettre en lumière les zones nécessitant un développement de compétences.

A l'issue de l'analyse, le programme de professionnalisation sera défini sur un mode individualisé. Celui-ci pourra être mis en œuvre dans le cadre d'un parcours progressif, au rythme du projet d'évolution de chacun.

Le modèle de montée en compétences proposé mobilise des méthodes, outils, mises en situation, innovations et jeux pédagogiques pour développer et structurer les connaissances fondamentales, les savoir-faire, les postures professionnelles et savoirs multidimensionnels, les bonnes pratiques.

Le parcours complet, suivi avec succès, délivre un **certificat de formation « Acheteur public »** délivré par l'organisme de formation.

### 3. PRESENTATION DES MODULES

|            |                                    |   |
|------------|------------------------------------|---|
| <b>MO1</b> | Team Building (2j)*                |   |
| <b>MO2</b> | Processus et activités achats (2j) | <p><b>Place des achats</b><br/> Rôle et enjeux des achats<br/> Centre d'achat<br/> Définir le concept<br/> Place de l'acheteur dans le centre d'achat<br/> Approche du point de vue des achats<br/> Approche du point de vue des fournisseurs</p> <p><b>Présentation des activités de la gestion du besoin</b><br/> Segmentation<br/> Expression besoin<br/> Analyse Valeur<br/> Modèle de coût</p> <p><b>Présentation des activités de la connaissance des marchés amonts</b><br/> Consultation<br/> Sourcing</p> <p><b>Présentation des activités de la stratégie segment</b><br/> Priorisation<br/> Stratégie d'Achat / Plan d'action</p> <p><b>Présentation des activités de la sélection des fournisseurs</b><br/> Étude de Marché<br/> Négociation / Contractualisation</p> <p><b>Présentation des activités de la mise en œuvre et déploiement</b><br/> Mesure la performance<br/> Actions correctives</p> |

|                   |   |   |
|-------------------|---|---|
| <p><b>M03</b></p> | <p>Marketing et Stratégie Achat (2j)</p>  | <p><b>L'étude de marché fournisseurs</b><br/>         Qu'est-ce qu'un marché ?<br/>         5 forces de Porter appliquées à l'étude de marché Achat<br/>         Les composantes de l'offre et la demande<br/>         Les situations de concurrence<br/>         Les Cycles de Vie<br/>         L'analyse de portefeuille BCG<br/>         Le benchmarking<br/> <b>Le Sourcing</b><br/>         Définition<br/>         Processus de Sourcing<br/>         Activités du Sourcing (RFI, Audit, RFQ, RFP, Pricing, etc.)<br/>         Identifier les plans d'actions en fonction des opportunités et menaces du marché (FFMO)<br/> <b>La qualification des fournisseurs</b><br/>         Les principes de la qualification des fournisseurs<br/>         Les activités et le processus<br/>         Meilleures pratiques (AQF, AQP, etc.)<br/> <b>Les sources d'informations</b><br/>         Les informations utiles<br/>         Les moyens pour connaître le marché<br/>         Organiser sa veille<br/>         Profiter des ressources accessibles par Internet<br/> <b>L'exploitation du Sourcing</b><br/>         Définir sa stratégie segment<br/>         La continuation du Sourcing à travers la consultation<br/>         L'amélioration continue de la démarche de Sourcing<br/> <b>Méthodologie d'une Matrice SWOT</b><br/>         Introduction<br/>         Les analyses stratégiques<br/>         Construction d'une analyse SWOT</p>  |
| <p><b>M04</b></p> | <p>Essentiels et actualités des marchés publics pour un achat performant (2j)</p> | <p><b>Choix de la procédure</b><br/>         Choisir la procédure de passation adaptée à son marché<br/>         L'appréciation des seuils pour les travaux, fournitures et services.<br/>         Spécifications, options, variantes, allotissement, tranches conditionnelles...<br/>         Le développement durable en marchés publics (clauses et critères d'attribution sociales et/ou environnementales)<br/>         Neutralité du marché vis à vis du droit de la concurrence<br/> <b>La sélection des candidats</b><br/>         L'examen des garanties professionnelles et techniques<br/>         Les renseignements pouvant être demandés aux entreprises<br/>         La recevabilité des candidatures<br/>         Les grilles de dépouillement de candidatures<br/>         Les pièces complémentaires demandées aux candidats<br/> <b>Le choix des critères de jugement des offres</b><br/>         La notion d'offre "économiquement la plus avantageuse"<br/>         Le choix des critères utiles à l'analyse<br/>         Les paramètres de l'analyse (pondération, notation)<br/>         L'élaboration du tableau de comparaison<br/> <b>L'analyse de prix</b><br/>         L'analyse des différentes formes de prix (forfaitaire et unitaire)<br/>         La détection des offres anormalement basses<br/> <b>La motivation du choix : la décision</b><br/>         La rédaction des rapports d'analyse et de présentation<br/>         La motivation des rejets</p> |

|                   |                                    |  |
|-------------------|------------------------------------|--|
| <p><b>M05</b></p> | <p>L'expression du besoin (2j)</p> | <p><b>L'analyse du besoin</b><br/>         Place de l'analyse du besoin dans le Processus Achat<br/>         Juste besoin et l'innovation<br/>         Rôle des achats dans l'analyse du besoin<br/>         Acteurs de l'analyse du besoin<br/>         Hiérarchie des besoins<br/>         Différentes normes<br/> <b>L'Analyse Fonctionnelle</b><br/>         Avantages et inconvénients du Cahier des Charges technique<br/>         Spécifier une fonction<br/>         Différentes fonctions<br/>         Reformulation du besoin<br/>         Développement de l'innovation et de la créativité<br/> <b>Méthodologie de rédaction d'un Cahier des Charges Fonctionnel</b><br/>         Quand et pourquoi faire un Cahier des Charges fonctionnel<br/>         Pour qui est destiné un Cahier des Charges fonctionnel<br/>         Appliquer une méthode<br/>         Aspects incontournables du Cahier des Charges fonctionnel<br/>         Comment traduire un Cahier des Charges fonctionnel en Cahier des Charges technique<br/>         Dans quels cas et comment repasser à un Cahier des Charges technique<br/> <b>L'Analyse de la Valeur</b><br/>         Origine et évolution de l'analyse de la valeur<br/>         Différence entre analyse fonctionnelle et analyse de la valeur<br/>         Quand faire une analyse de la Valeur<br/>         Notion de valeur : la valeur perçue et la valeur produite<br/>         Leviers d'augmentation de la valeur<br/> <b>Méthodologie d'Analyse de la Valeur</b><br/>         Cadre de l'Analyse de la Valeur<br/>         Identification des besoins et des fonctions<br/>         Validité et hiérarchie des fonctions<br/>         Contraintes<br/>         Analyse du coût de chaque fonction<br/>         Evaluation de la satisfaction des besoins</p> |
|-------------------|------------------------------------|--|

|                   |                               |   |
|-------------------|-------------------------------|---|
| <p><b>M06</b></p> | <p>Analyse des coûts (2j)</p> | <p><b>Partie 1 : Processus d'analyse et de décomposition des coûts fournisseurs</b></p> <p><b>Identifier les leviers de coûts fournisseurs</b><br/>         Éléments de décomposition<br/>         Coûts fixes / Coûts variables<br/>         Coûts directs / Coûts indirects</p> <p><b>Mesurer les impacts économiques</b><br/>         Courbes de production<br/>         Impact volume / Impact coûts - prix<br/>         Impact changement de spécifications</p> <p><b>Elaborer des modèles de coûts fournisseurs</b><br/>         Sources d'informations / Méthode évaluation économique<br/>         Utilisation informations publiques / Méthode estimation poste par poste / Demandes informations fournisseurs (RFI)<br/>         Méthode de décomposition complète</p> <p><b>Analyser le processus de décomposition des coûts</b><br/>         Analyse marché fournisseur<br/>         Structure du marché et des coûts<br/>         Analyse de nos besoins<br/>         Application des leviers de coûts<br/>         Construire un modèle de coûts</p> <p><b>Rechercher les solutions de réduction des coûts</b><br/>         Sur le levier courbe des coûts de production<br/>         Sur le levier volume / Sur le levier coûts-prix<br/>         Sur le levier changement spécification</p> <p><b>Partie 2 : Méthodes de calcul des coûts fournisseurs</b><br/>         Les différents types d'analyse de coûts<br/>         Le processus d'analyse des coûts</p> <p><b>Application des règles de calcul des coûts MP + MO</b><br/>         Calcul des coûts matières<br/>         Des coûts main d'œuvre</p> <p><b>Application des règles de calcul des coûts machine</b><br/>         Identifier les leviers de coûts machine<br/>         Mesurer l'efficacité machine<br/>         Calculer les coûts amortissements machine<br/>         Calculer les coûts des intérêts financiers<br/>         Calculer les coûts de maintenance<br/>         Calculer les coûts des énergies<br/>         Calculer les coûts des surfaces utilisées<br/>         Synthèse des coûts Machines</p> <p><b>Calcul du résultat d'exploitation</b><br/>         Calcul des frais généraux de production<br/>         Calcul des frais de ventes, généraux et administratifs<br/>         Calcul des frais de packaging et de transport<br/>         Calcul des prix et des marges</p> <p><b>Identification des leviers de création de valeur</b><br/>         Les leviers et l'optimisation de la valeur<br/>         Les outils de réduction des coûts<br/>         L'analyse de la valeur pour les achats<br/>         Les outils du Lean manufacturing</p> |
|-------------------|-------------------------------|---|

|                   |   |   |
|-------------------|---|---|
| <p><b>M07</b></p> | <p>Les fondamentaux de la supply chain (2j)</p> | <p><b>Les enjeux de la Supply Chain</b><br/>         Logistique et capitaux circulants<br/>         Entreprise transversale, entreprise étendue<br/>         Les outils du logisticien<br/>         Les quatre niveaux de flux<br/> <b>La gestion des flux</b><br/>         Typologie des flux<br/>         La prévision<br/>         La Plan Directeur de Production<br/>         Le plan de Charge<br/>         L'ordonnancement<br/> <b>Les constituants du coût d'acquisition</b><br/>         Les modes de transport et leur réglementation<br/>         L'emballage<br/>         Le prix de transport<br/>         Les incoterms<br/>         L'assurance sur facultés<br/>         La douane<br/>         Les différents statuts juridiques des prestataires<br/> <b>Les constituants du coût de possession</b><br/>         Stocks et coût de trésorerie<br/>         Flux internes<br/>         Gestion de l'entrepôt<br/>         Gestion du stock<br/> <b>Continuité Achats et Logistique</b><br/>         Acheter les conditions logistiques<br/>         Identification des risques contractuels<br/>         Bonnes pratiques</p> |
| <p><b>M08</b></p> | <p>Négociation Achat (2j)</p>                   | <p><b>Négocier dans le cadre des marchés publics</b><br/>         L'impact des achats sur la gouvernance interne des établissements<br/>         Définir une politique et des stratégies d'achat<br/>         Les données générales de la négociation<br/>         Négocier c'est communiquer<br/>         Un cadre juridique spécifique<br/>         Les réformes et mutations en cours<br/> <b>La préparation et le déroulement de la négociation</b><br/>         L'objet, les enjeux, les objectifs de la négociation<br/>         Choix de l'instant, du lieu et des participants<br/>         Préparer un ordre du jour de la négociation<br/>         La méthodologie<br/>         Les trois phases<br/>         Les impératifs<br/> <b>Techniques de négociations</b><br/>         Face à face, les attitudes<br/>         Le questionnement, la reformulation, l'argumentation<br/>         La matrice de décision<br/>         Résoudre les impasses<br/>         La réfutation<br/>         Les objections<br/>         Savoir conclure<br/>         Analyser les résultats</p>  |

|     |   |  |
|-----|---|--|
| M09 | Mesure de la performance et pilotage (2j) | <p><b>La mesure de la performance aux Achat</b><br/> Le lien entre la stratégie retenue, les objectifs et la performance Achat<br/> Comment mesurer les résultats<br/> La communication autour de la performance Achat<br/> Les actions correctives</p> <p><b>Méthodologie</b><br/> Le lien avec la stratégie globale de l'établissement<br/> Les axes de progrès<br/> Définir et piloter des objectifs<br/> Recueillir les données nécessaires<br/> Construire son tableau de bord Achat</p> <p><b>La relation fournisseurs</b><br/> <b>Communiquer autour de la fonction achat</b><br/> Les outils de communication interne<br/> Les outils de communication<br/> Valoriser la fonction Achat</p>  |
| M10 | Communication de l'acheteur (2j)          | <p><b>Le positionnement de la fonction achat</b><br/> La fonction Achat<br/> Sa place dans les fonctions de l'entreprise<br/> Les attentes des clients internes de la fonction Achat<br/> Les interactions avec les autres fonctions de l'entreprise<br/> L'éthique de la fonction achat</p> <p><b>Le Leadership</b><br/> Introduction<br/> On naît leader ou on le devient ?<br/> Par quoi se distinguent les leaders ?<br/> Connaissances et compréhension<br/> Compétences et aptitudes : application aux achats<br/> Travail d'équipe<br/> Visualisation<br/> La part du risque<br/> La valeur chez les autres : la reconnaître et l'encourager<br/> les styles de leadership<br/> Les styles de leadership de situation<br/> Comment choisir le style de leadership le plus utile<br/> La confiance, carburant du leadership<br/> Style de management<br/> Découvrir son style et ses potentialités de leadership</p> <p><b>L'Ecoute</b><br/> Processus d'écoute (éléments)<br/> La non-écoute<br/> Les façons de mieux écouter<br/> La rétroaction (feed-back)</p> |

|     |  |  |
|-----|--|--|
| M11 | L'achat public durable (2j)  | <p><b>Introduction</b><br/>         Pourquoi penser Achats Durables et Responsables.<br/>         Les spécificités du contexte Marché Public<br/> <b>Les enjeux et perspectives du Développement Durable</b><br/>         Enjeux économiques, sociaux/sociétaux, environnementaux<br/>         Repères historiques<br/>         Cadre réglementaire<br/>         Définition achats éco -responsables / achats équitables<br/>         Etat des lieux des meilleures pratiques Achats Durables et Responsables<br/>         L'impact du Grenelle de l'Environnement<br/>         Les futures orientations<br/> <b>L'impact des Achats Durables et Responsables sur la préparation des Marchés</b><br/>         Pourquoi et comment prendre en compte les Achats Durables et Responsables dans la phase amont<br/>         Eviter les consultations infructueuses<br/>         Eviter d'être discriminatoire : les critères de candidatures et de sélection des offres<br/> <b>Les référentiels pour les Achats Durables et Responsables</b><br/>         Normes, référentiels (SD 21000...), labellisation, réglementations européennes et nationales<br/>         Connaître les mécanismes<br/>         Faire le bon choix<br/> <b>La mise en œuvre de la procédure d'Achats Publics Durables et Responsables</b><br/>         Le code des marchés publics et les Achats Durables et Responsables<br/>         Une organisation efficace<br/>         Retours d'expérience<br/>         Cartographie des achats responsables par segment<br/>         Comment mettre en œuvre, les priorités à déterminer<br/>         Grille de mise en œuvre, les priorités, les outils et les actions<br/> <b>Outils Achats Durables et Responsables / Cas concrets d'application</b><br/>         Les outils essentiels : code de déontologie, communication aux fournisseurs, analyse des risques, demande d'information, critères environnementaux et sociaux d'évaluation des fournisseurs<br/>         Innovation, management du cycle de vie et Eco-conception<br/> <b>La place du Développement Durable dans l'Achat Public</b><br/>         Méthodologie<br/>         Etat des lieux des meilleures pratiques<br/>         Les jurisprudences existantes<br/>         Exemples de mise en œuvre</p> |
| M12 | Marchés spécifiques (NTIC, Informatique, Travaux et Immobilier) (1j) |  |
| M13 | Etude de cas et évaluation finale (2j)*                              |  |

\* Module non ouvert à la carte



#### 4. OBTENTION D'UN DIPLOME DE RESPONSABLE DES ACHATS, INSCRIT AU RNCP NIVEAU II BAC +4

Afin d'obtenir un diplôme de Responsable des achats reconnu par tous les secteurs d'activités (public et privé), un parcours complémentaire est prévu afin de faire acquérir les compétences requises.

##### **Parcours complémentaire :**

Une offre de 10 modules complémentaires établis sur une durée d'environ 15 jours ainsi qu'un système d'évaluation adapté aux exigences du diplôme seront organisés sur la région à l'issue du déroulement des cursus certifiants.

##### **Prérequis :**

- 3 ans d'expérience
- le suivi et la validation du cursus certifiant « Acheteur public » ; ce certificat est valable pendant 5 ans.

##### **Contacts :**

**Pour plus d'informations :** contacter Stéphanie About, conseillère formation, [s.about@anfh.fr](mailto:s.about@anfh.fr) ou 01.53.82.84.96

**Pour les inscriptions :** contacter Julie Ridel , conseillère en gestion de fonds [j.ridel@anfh.fr](mailto:j.ridel@anfh.fr) ou 01.53.82.87.82