



HAL
open science

La fonction Achat et le développement des nouveaux produits : quelles relations ? Cas des entreprises du grand ouest

Oussama El Khalil HOUSSAINI

► **To cite this version:**

Oussama El Khalil HOUSSAINI. La fonction Achat et le développement des nouveaux produits : quelles relations ? Cas des entreprises du grand ouest. Laboratoire d'Economie et de Gestion de l'Ouest, Jun 2022, Concarneau, France. hal-04413436

HAL Id: hal-04413436

<https://imt-atlantique.hal.science/hal-04413436v1>

Submitted on 23 Jan 2024

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

La fonction Achat et le développement des nouveaux produits : quelles relations ?

Cas des entreprises du grand ouest

Oussama El Khalil HOUSSAINI

Directeurs de thèse :

Pr. Nicolas JULLIEN
Pr. Thierry SAUVAGE



Contexte

La fonction Achat a connu ces deux dernières décennies une mutation considérable au niveau de toutes les industries. Dans le cadre du développement des nouveaux produits (DNP), 56% des directions Achat en France souhaitent définir des partenaires d'innovations (Deloitte, 2019). En parallèle, la plupart des recherches ont abouti à une panoplie de modèles et de taxonomies qui tentent d'identifier les nouveaux rôles de la fonction Achat. Ces modèles sont souvent mobilisés dans le cadre des recherches qualitatives (Viale, 2018 ; Stek, 2021 ; Johnsen et al., 2022 ; Picaud-Bello et al., 2022). Mais, ils fournissent néanmoins un contexte favorable à la présente étude.

Mots clés : la fonction Achat, la collaboration fournisseurs, DNP, relation acheteurs-fournisseurs.

Objectifs

Cette recherche a pour objectif d'évaluer la relation entre les caractéristiques de la fonction Achat et la performance des projets de DNP à travers l'effet médiateur de la collaboration avec les fournisseurs.

Question de recherche

Les caractéristiques de la fonction Achat déterminent-elles la performance des projets de développement des nouveaux produits ?

Méthodologie

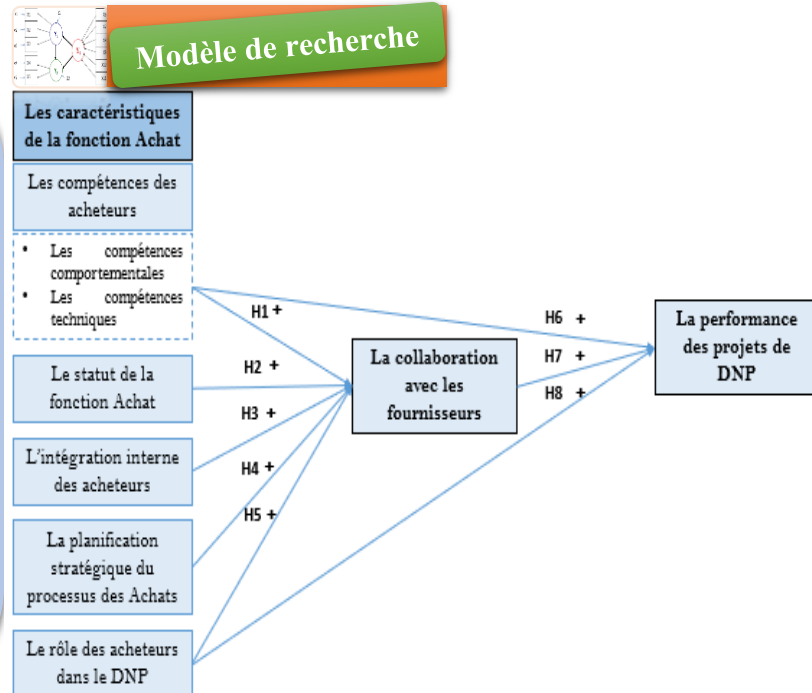
La méthodologie retenue pour notre recherche repose sur une approche mixte. À l'aide d'un guide d'entretien, nous avons conduit une première phase qualitative exploratoire avec 24 interviewés du personnels du service des achats. Ensuite, une deuxième phase quantitative confirmatoire sur un échantillon composé de 135 répondants représentés essentiellement par des acheteurs opérant dans les entreprises du grand ouest français.

Résultats

L'analyse des résultats démontre que le statut stratégique de la fonction Achat risque d'induire des résistances aux changements avec les collaborateurs. Donc, les acheteurs doivent avoir recours à la notion de proximité avec les clients internes et proposer un service et les prémisses de la fonction Achat en mettant en avant leurs compétences comportementales. L'objectif est de considérer la notion d'achat comme quelque chose d'extrêmement simple et facile. Cela permettra d'une part d'instaurer une confiance mutuelle et d'autre part favorisera la participation de l'acheteur à des stades précoces.

Dans les projets de DNP, l'acheteur occupe un rôle de support et d'exécutant. Il est donc nécessaire de repenser la perception du chef de projet et des membres en offrant la possibilité aux acheteurs d'engager des dialogues (choix des matériaux à sourcer, les fournisseurs à consulter, les risques d'approvisionnement) dès le tout début du projet. Cette démarche aboutira à la co-création d'un cahier des charges complet pour lequel toutes les contraintes des différents métiers seront prises en compte. Ainsi, cette association des connaissances permettra d'une part de favoriser un ciblage précis des fournisseurs capables d'apporter des solutions sur-mesure, et d'autre part de respecter les délais et jalons préalablement définis.

Modèle de recherche



Contributions théoriques

- La **fonction Achat** comme unité d'analyse.
- La proposition et le test empirique d'un **modèle intégrateur** des différentes caractéristiques de la fonction Achat.
- La mobilisation d'une **approche mixte** dans le management des Achats et innovation en France.

Recommandations managériales

- Développer la performance des projets de DNP en se basant sur:
- Les **compétences comportementales (relationnelles) des acheteurs** dans la gestion des fournisseurs et des prescripteurs.
 - La **planification stratégique du processus des achats** à long terme.
 - La vulgarisation du **rôle des acheteurs** dans les équipes projets.
 - L'**intégration** et le **développement des fournisseurs**.
 - Le **leadership** des acheteurs et leurs capacités à **conduire un changement**.

Limites et perspectives

- Limite contextuelle liée au marché français.
- Test sur un autre marché (européen, international).
- Extension du terrain sur le marché des services.
- Élargissement de la recherche vers la dyade (interroger les fournisseurs).
- Analyse de l'effet de la taille des services des achats et leurs influences sur l'innovation.
- Analyse de l'effet de la culture d'entreprise sur le rôle de l'acheteur dans l'innovation.

Références

- Johnsen, T., Le Dain, M. A., Kiratli, N., & Schiele, H. (2022). Purchasing and innovation: Past, present and future of the field of research. *Journal of Purchasing and Supply Management*, 100768.
- Picaud-Bello, K., Johnsen, T., & Calvi, R. (2022). Purchasing involvement in new product development: An absorptive capacity perspective. *Industrial Marketing Management*, 104, 150-166.
- Stek, K. (2021). Purchasing Skills Leading to Success: How to Succeed in Innovation Sourcing. (Doctoral dissertation, University of Twente, Pays Bas).
- Viale, L. (2018). Contribution de la fonction achats dans le processus d'innovation des industries agro-alimentaires (Doctoral dissertation. Université Grenoble Alpes. France).