

RESPONSABLE OPERATIONNEL DES ACHATS ET APPROVISIONNEMENTS REFERENTIEL D'ACTIVITES, DE COMPETENCES ET D'ÉVALUATION

Les candidats à la certification peuvent informer à tout moment le certificateur d'une situation de handicap (permanent ou temporaire). Ils sont alors mis en relation avec le référent handicap de la structure qui détermine, avec eux, sur la base des documents justifiant de la situation, les modalités de mise en œuvre (démarches de reconnaissance à réaliser, identification des moyens matériels et humains...) permettant des aménagements adaptés.

Le référent handicap transmet son avis motivé auprès du comité technique qui peut décider de mettre en place tout aménagement nécessaire, dans le respect du processus d'évaluation des compétences professionnelles des candidats.

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
Bloc n° 1 : Veille et analyse des marchés / segments d'activités de l'entreprise			
A.1.1 La préparation d'une veille multisectorielle (socio-économique, géopolitique, réglementaire, technologique) sur les marchés des familles de produits recherchés	C.1.1 Organiser une fonction de veille sur les différents marchés au niveau régional et mondial, au regard du secteur d'activités de son entreprise et de ses besoins d'achat, en déterminant les sources à utiliser et les modalités de collecte et de traitement de l'information, afin de réunir les données permettant une analyse fiable des évolutions et facteurs environnementaux impactant les achats.	Toutes les compétences du bloc sont évaluées selon la production suivante : Dans le cadre d'une étude de cas, chaque candidat doit présenter une étude d'un segment d'activité et de son marché en lien avec les achats et approvisionnements d'une entreprise.	Qualité méthodologique de l'étude et des recherches associées - Les sources d'information sélectionnées sont en cohérence avec le périmètre d'étude. - Les informations et données exploitées sont fiables et actualisées. - La collecte d'informations est réalisée au moyen des outils numériques.
A.1.2 L'analyse des marchés amont de l'entreprise et de leurs évolutions	C.1.2a Analyser les caractéristiques des marchés selon les secteurs concernés, au regard des données collectées, afin d'identifier toute évolution d'ordre économique, juridique ou géopolitique à prendre compte.	Production individuelle d'un rapport, en temps limité avec : - synthèse de la recherche d'informations (sources et résultats),	Pertinence de l'analyse du marché amont - Les facteurs de caractérisation du marché (économiques, juridiques, géopolitiques) sont identifiés de façon exhaustive et cohérente au regard de ses spécificités.

	C.1.2b Evaluer les opportunités et risques potentiels que présentent les différents marchés au regard de leurs évolutions et de leur zone d'implantation géographique, en analysant les indicateurs identifiés précédemment, afin de définir les modalités de planification des achats permettant d'anticiper ou de reporter les commandes selon l'évolution des fluctuations des différents marchés.	<ul style="list-style-type: none"> - analyse concurrentielle et géopolitique, des risques et des actions préventives potentielles, - benchmark, - veille technologique. <p>Le candidat s'appuie sur les données fournies dans l'étude de cas initiale et les complète par un travail de recherche personnelle en utilisant les outils numériques.</p>	Exactitude de l'identification des risques/opportunités du marché amont <ul style="list-style-type: none"> - Les risques de différentes natures du marché amont sont identifiés en cohérence avec les caractéristiques repérées. - Les opportunités portées par le marché amont sont repérées et qualifiées.
A.1.3 L'analyse du contexte géopolitique des marchés amont de l'entreprise	C.1.3 Anticiper les conséquences des événements politiques, sociaux ou d'autres natures touchant les régions concernées, en portant son attention sur l'actualité géopolitique des zones de production, afin de prévenir les risques éventuels et de contribuer à la sécurisation des approvisionnements.		Pertinence des mesures de prévention des risques identifiés <ul style="list-style-type: none"> - L'incidence et la prise en considération des risques pour la conduite des achats et approvisionnements sont définies.
A.1.4 Le benchmark des entreprises concurrentes	C.1.4 Identifier les pratiques les plus efficaces en matière de processus d'achat , en menant une analyse comparative des méthodes des entreprises concurrentes, afin d'améliorer ses <i>process</i> d'achat et d'optimiser sa performance.		Qualité du benchmark <ul style="list-style-type: none"> - Les pratiques des entreprises positionnées sur le marché sont analysées. - Les pratiques efficaces sont repérées et leurs avantages sont démontrés.
A.1.5 Le repérage d'innovation technique, composants ou produits présentant des gains potentiels pour l'entreprise	C.1.5 Repérer les solutions technologiques émergentes , en étudiant le potentiel d'innovation porté par les entreprises de son secteur d'activité, afin de contribuer à l'amélioration des procédés de production et de l'offre commerciale ou de service de son entreprise.		Identification de facteurs d'innovation <ul style="list-style-type: none"> - Une ou plusieurs innovation(s) technologique(s) en lien avec l'offre de l'entreprise ou ses processus d'achat est(sont) identifiée(s). - L'intérêt et la plus-value de(s) l'innovation(s) identifiée(s) sont décrits.
A.1.6 La formalisation et la restitution du produit de la veille auprès de la direction achats ou de la direction de l'entreprise	C.1.6 Synthétiser les éléments les plus significatifs de la veille opérée , en mettant en relief les facteurs de risque et d'opportunité repérés, afin d'apporter à sa direction des éléments éclairants lui permettant de décider des évolutions de sa politique et de sa stratégie d'achats.		Qualité de la formalisation et de la présentation de la veille <ul style="list-style-type: none"> - Les éléments les plus significatifs (opportunités, menaces...) ressortant de la veille ont été sélectionnés. - La restitution est à la fois précise et synthétique. - La restitution est étayée par des données chiffrées facilement assimilables.

Bloc n° 2 : Collecte, analyse et définition des besoins d'achat de l'entreprise

<p>A.2.1 L'organisation de la collecte des besoins d'achat de l'entreprise</p>	<p>C.2.1b Organiser la collecte des besoins d'achat des différents services de l'entreprise, en fixant les modalités de transmission des informations et la nature des données à recueillir, afin de permettre la définition précise des biens à acquérir en termes de nature, de qualité, de quantité et de délai.</p>	<p>Toutes les compétences du bloc sont évaluées selon la production suivante :</p> <p>Sur le fondement d'une étude de cas, le candidat doit présenter l'expression du besoin d'achat et ses modalités d'acquisition à travers un cahier des charges formalisant :</p> <ul style="list-style-type: none"> - le bien ou service à acquérir, - le processus à mettre en œuvre (appel d'offre), - le chiffrage de la valeur du bien recherché, - la stratégie d'achat à travers les critères de choix. <p>Le candidat travaille en mode projet, en identifiant et en s'appuyant sur les compétences des services associés à la démarche.</p>	<p>Rigueur de la méthode de collecte du besoin</p> <ul style="list-style-type: none"> - Le processus et les outils associés pour obtenir les informations concernant le produit/service à acquérir sont décrits. - Les informations nécessaires à l'analyse du besoin sont identifiées de façon exhaustive.
	<p>C.2.1b Caractériser les biens à acquérir au regard de leur importance pour l'entreprise, des volumes d'achats à effectuer et des délais d'acquisition, notamment pour l'achat de biens nécessitant la conception de solutions « sur-mesure », afin de prioriser et d'organiser les achats à conduire.</p>		<p>Pertinence de la définition du besoin</p> <ul style="list-style-type: none"> - L'importance du besoin exprimé est qualifiée au regard de sa place dans la chaîne de valeur de l'entreprise. - Les contraintes de délai et de volumes d'acquisition sont identifiées.
<p>A.2.2 La définition et la formalisation des besoins d'achat de l'entreprise</p>	<p>C.2.2a Analyser les besoins d'achat exprimés par les services de l'entreprise, en effectuant une démarche d'investigation complémentaire auprès des collaborateurs concernés, pour les biens complexes ou présentant une dimension stratégique pour l'entreprise, afin d'identifier et de mieux comprendre les spécificités des besoins à couvrir.</p>	<p>Le travail est réalisé collectivement, en mode projet, avec restitution de livrables écrits.</p> <p>Chaque candidat doit également faire une présentation orale individuelle permettant d'apprécier ses compétences concernant les étapes opérationnelles de la définition du besoin.</p>	<p>Exactitude de l'analyse du besoin</p> <ul style="list-style-type: none"> - La nature du produit ou service à acquérir et ses spécificités techniques sont identifiées avec précision.
	<p>C.2.2b Formaliser le cahier des charges du produit ou service à acquérir à partir des indications transmises par le service émetteur ou en faisant intervenir un bureau d'étude, en spécifiant les attendus et caractéristiques du bien recherché et les contraintes à respecter, intégrant le cas échéant les besoins spécifiques des utilisateurs en situation de handicap, afin de permettre la consultation ultérieure de fournisseurs potentiels.</p>		<p>Pertinence de la qualification du besoin</p> <ul style="list-style-type: none"> - Le cahier des charges du produit ou service à acquérir est formalisé selon les standards attendus (complétude des informations, choix du bon niveau d'information...). - Les spécifications techniques et/ou fonctionnelles du produit ou service attendu sont précisément et clairement formulées. - Des spécifications environnementales sont précisées, en conformité avec les engagements RSE de l'entreprise et les exigences qui en découlent.

<p>A.2.3 La détermination des conditions d'achat du produit/service recherché</p>	<p>C.2.3a Produire une estimation du prix d'acquisition du produit ou service recherché, en conjuguant l'évaluation de son coût de production pour le fournisseur et en calculant son coût ou sa valeur global(e) de possession, afin de déterminer un prix d'achat acceptable compte tenu de l'importance et des bénéfices de toute nature du produit ou service.</p>		<p>Qualité de l'estimation financière du marché</p> <ul style="list-style-type: none"> - Le calcul du budget du marché est établi selon des techniques intégrant le « coût total d'acquisition » et/ou la « valeur totale de possession ». - L'estimation et les calculs opérés sont justes et réalistes au regard des normes de marché.
<p>A.2.4 L'élaboration de la stratégie opérationnelle d'achat du produit/service recherché</p>	<p>C.2.3b Choisir la procédure d'achat appropriée, en fonction du contexte, de la nature du besoin et des particularités du marché, afin de mettre en place une consultation loyale des fournisseurs potentiels et garantissant le respect des obligations légales attachées au contexte.</p>		<p>Conformité de la procédure d'achat choisie</p> <ul style="list-style-type: none"> - Le contexte de l'achat est analysé et les éventuelles contraintes et obligations réglementaires sont identifiées de façon exhaustive. - La procédure d'achat choisie est adaptée au contexte et respecte la réglementation associée ; elle permet une mise en concurrence loyale et ouverte.
	<p>C.2.4a Elaborer la stratégie opérationnelle d'achat relevant de sa responsabilité, en veillant à sa cohérence avec la politique achat de son entreprise, notamment au niveau de ses valeurs et de ses engagements RSE, afin d'optimiser l'atteinte des objectifs assignés en la matière.</p>		<p>Pertinence de la stratégie opérationnelle d'achat en lien avec le produit ou service recherché</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les spécificités du marché amont et les risques ou opportunités qui lui sont associés sont identifiés et pris en compte. - La stratégie proposée est respectueuse de la politique de l'entreprise et sécurise le processus d'acquisition du produit/service. - La stratégie proposée démontre une appropriation des valeurs et de la culture de l'entreprise et lien avec les engagements RSE et une identification claire des objectifs et indicateurs associés.
	<p>C.2.4b Définir les objectifs prioritaires et les critères de choix dans le mode de sélection des fournisseurs, en intégrant les paramètres relevant de la qualité, du coût, des délais et en y associant la déclinaison des exigences RSE de son entreprise en matière d'écoresponsabilité, de développement durable et de considération sociale, notamment concernant l'emploi des personnes en situation de handicap, afin de garantir le respect des engagements de son entreprise et de produire des achats durables et responsables.</p>		<p>Objectivation des critères d'achat</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les critères d'achat retenus sont cohérents et respectueux de la politique de l'entreprise. - Les critères d'achat retenus sont clairs et objectifs (qualitativement ou quantitativement). - Plusieurs critères sont spécifiquement intègrent les dimensions sociales et environnementales conformément à la RSE de l'entreprise.

			- Les différents critères retenus sont pondérés et réservent une importance significative à la dimension RSE.
--	--	--	---

Bloc n° 3 : **Sourcing fournisseurs, négociation et contractualisation des marchés**

<p>A.3.1 La recherche et l'identification de fournisseurs potentiels</p>	<p>C.3.1a Structurer les modalités d'enquête sur les zones à investiguer dans le cadre de la recherche de nouveaux fournisseurs, afin de repérer et d'évaluer les fournisseurs potentiels en utilisant et en croisant différentes sources d'informations.</p>	<p>Les candidats doivent présenter les productions suivantes :</p>	<p>Qualité de la méthode sourcing</p> <ul style="list-style-type: none"> - L'identification des zones à investiguer est correcte au regard de la politique de l'entreprise (volonté de relocalisation, RSE...) et de la réalité économique (présence de matières premières, capacités de production...). - Le type et la nature des informations à collecter concernant les fournisseurs est en cohérence avec le produit/service recherché et permettent de produire une première identification/évaluation.
	<p>C.3.1b Mesurer l'état de l'offre et de la concurrence sur le segment d'activité concerné, en analysant les données macroéconomiques du marché concerné par la demande, afin d'identifier les fournisseurs potentiellement aptes à répondre aux besoins de l'entreprise.</p>	<p>1/ Sourcing fournisseurs.</p> <p>Sur le fondement d'une étude de cas chaque candidat doit produire un livrable écrit restituant une action de sourcing fournisseurs.</p>	<p>Qualité de l'identification des fournisseurs potentiels</p> <ul style="list-style-type: none"> - L'adéquation des fournisseurs potentiels avec la satisfaction du besoin concerné est fondée sur une analyse objective et juste des données collectées. - Un panel suffisant de fournisseurs potentiels est constitué pour permettre une réelle mise en concurrence.
<p>A.3.2 L'évaluation et la sélection de fournisseurs potentiels</p>	<p>C.3.2a Mettre en concurrence les fournisseurs potentiels, en recourant à un appel d'offre ou en opérant leur consultation par tout autre moyen adéquat (<i>Request for quotation, Request for information</i>), afin de disposer d'un nombre d'offres suffisant pour identifier le « <i>mieux-disant</i> ».</p>	<p>Le travail est réalisé individuellement.</p>	<p>Pertinence de la consultation des fournisseurs potentiels</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les modalités de consultation des fournisseurs potentiels sont adaptées aux spécificités du marché.
	<p>C.3.2b Effectuer un audit des fournisseurs potentiels ciblés, afin d'évaluer leurs capacités et leur fiabilité au regard du marché concerné, de l'adéquation de leurs pratiques avec les engagements RSE de l'entreprise et de leurs garanties financières, techniques et logistiques.</p>		<p>Qualité de l'évaluation des fournisseurs ciblés</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les modalités d'examen et d'approfondissement des capacités et pratiques de fournisseurs ciblés sont alignés avec les exigences et la criticité du produit ou service à acquérir.

	<p>C.3.2c Conduire l'analyse multicritère des propositions et offres des fournisseurs potentiels, en procédant à leur dépouillement au moyen d'une grille de lecture objective établie selon les critères prédéfinis, afin de vérifier leur adéquation et leur conformité au cahier des charges et exigences fixées (qualité, quantité, délai, considérations sociales et environnementales).</p>		<ul style="list-style-type: none"> - L'analyse des caractéristiques des fournisseurs et leurs capacités est conduite en application d'une grille de critères objectifs et pondérés, incluant la dimension RSE.
	<p>C.3.2d Sélectionner le ou les fournisseurs auxquels confier le marché, en s'appuyant sur l'analyse produite et sa restitution, et en élaborant un argumentaire justifiant les choix effectués et la pondération des critères utilisés, afin d'engager le processus de négociation et de contractualisation.</p>		<p>Justification de la sélection opérée</p> <ul style="list-style-type: none"> - Le choix du ou des fournisseurs sélectionnés est justifié selon un argumentaire objectif. - Les avantages du ou des fournisseurs sélectionnés sont démontrés. - La sélection opérée est en cohérence avec la politique achat de l'entreprise.
A.3.3 Le choix de la stratégie de négociation du marché avec le fournisseur sélectionné	<p>C.3.3a Analyser les enjeux et intérêts du fournisseur sélectionné à collaborer avec son entreprise, afin de qualifier les forces en présence et de développer un argumentaire commercial permettant de valoriser les avantages et intérêts partagés entre son entreprise et le fournisseur en vue de la négociation du marché.</p>	<p style="text-align: center;">2/</p> <p style="text-align: center;">Un entretien de négociation</p> <p style="text-align: center;">Sur la base d'une étude de cas, chaque candidat doit, dans un premier temps, rédiger un livrable permettant d'évaluer la qualité et la pertinence de la préparation de la négociation.</p> <p style="text-align: center;">En s'appuyant sur ce document, il réalise une négociation en anglais avec un fournisseur potentiel dans le cadre d'une mise en situation simulée.</p>	<p>Qualité de la préparation de la négociation</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les positions respectives des parties en présence et leurs éventuelles positions de force sont définies. - Les intérêts partagés entre les parties en présence sont identifiés et valorisés. - L'argumentaire préparé démontre les intérêts communs entre les deux parties en présence.
	<p>C.3.3b Concevoir une stratégie de négociation avec le fournisseur sélectionné, en tenant compte des caractéristiques et de la position du fournisseur, voire d'éventuels facteurs culturels, afin de parvenir à un résultat conforme aux objectifs définis.</p>		<p>Pertinence de la stratégie de négociation</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les leviers de discussion possibles sont identifiés. - Les objets ne pouvant être discutés et points de rupture sont déterminés. - Les spécificités culturelles de l'interlocuteur sont identifiées et prises en compte.
A.3.4 La négociation du marché avec le fournisseur sélectionné	<p>C.3.4a Conduire la négociation avec le fournisseur en français ou en anglais, en adaptant sa stratégie au regard du déroulement du processus, en prenant en compte les arguments et objections de son ou ses interlocuteurs et en développant, pour chaque point évoqué, un argumentaire adapté, afin de parvenir à un accord acceptable et profitable pour les deux parties.</p>		<p>Professionalisme de la conduite de la négociation</p> <ul style="list-style-type: none"> - L'usage oral et/ou écrit de l'anglais atteste d'un niveau de maîtrise B2 du CECRL - Le comportement est adapté à la situation et propose une image valorisante de l'entreprise. - Les émotions sont maîtrisées.

	C.3.4b Valider les points d'accords conclus au cours des différentes étapes et à la fin de la négociation , en effectuant des reformulations et des synthèses permettant de vérifier avec le fournisseur les différents termes de la proposition commerciale à passer, afin de finaliser un engagement réciproque.		<ul style="list-style-type: none"> - Les objections sont traitées et contre-argumentées. - La négociation aboutit à un accord acceptable.
A.3.5 La contractualisation du marché avec le fournisseur sélectionné	C.3.5a Elaborer ou collaborer à l'élaboration du contrat fixant les termes du marché à l'issue de la négociation, en vérifiant la présence et la légalité de ses différentes clauses, afin de sécuriser et de garantir la conformité de la transaction.	3/ Un contrat d'achat Sur la base d'une étude de cas, chaque candidat rédige un projet de contrat en lien avec l'achat d'un bien. La production est écrite et le travail réalisé individuellement.	Conformité du contrat <ul style="list-style-type: none"> - Les réglementations et éléments juridiques spécifiques à la zone géographique et au secteur d'activité sont pris en considération. - Les clauses nécessaires à la sécurisation et à l'anticipation des risques inhérents au marché sont présentes. - Les différentes dispositions nécessaires à l'exécution du marché sont identifiées et documentées.
	C.3.5b Vérifier l'engagement du fournisseur à respecter des différentes clauses convenues, en formalisant le contrat stipulant les conditions du marché.		

Bloc n° 4 : Organisation de la chaîne d'approvisionnements

<p>A.4.1 La participation à l'élaboration de la politique de gestion des flux physiques, financiers et d'informations de l'entreprise</p>	<p>C.4.1 Contribuer à la définition d'une politique de gestion des flux physiques, financiers et d'informations, en cohérence avec la stratégie de l'entreprise, en s'appuyant sur sa connaissance de la chaîne logistique et en préconisant un mode d'organisation adéquat, afin de garantir la mise à des produits nécessaires à la production de l'entreprise dans les attendus et dans le respect de ses engagements RSE.</p>	<p>Toutes les compétences du bloc sont évaluées selon la production suivante :</p> <p>La déclinaison opérationnelle d'une stratégie d'approvisionnement, comprenant :</p> <ul style="list-style-type: none"> - le choix des moyens associés (infrastructures, outils, ressources humaines : modernisation d'un entrepôt...), - le calcul des stocks, - la planification, - les solutions transport, - les actions correctives d'amélioration. 	<p>Pertinence des choix d'organisation des approvisionnements- Les besoins de l'entreprise en matière de mise à disposition de produits/nécessaires à sa production et/ou son fonctionnement sont identifiés et qualifiés.</p> <ul style="list-style-type: none"> - La méthode de gestion des flux physiques de l'entreprise est adaptée à son mode de production et est rationnelle. - Les outils associés à la gestion des flux physiques, financiers et d'informations sont dimensionnés aux moyens de l'entreprise et à son mode de fonctionnement.
<p>A.4.2 La mise en œuvre de la politique de gestion des flux physiques de l'entreprise</p>	<p>C.4.2 Planifier les approvisionnements de l'entreprise au moyen d'outils numériques et selon des méthodes appropriées, en tenant compte de sa méthode de gestion de production et des volumes de besoins déterminés, afin d'optimiser les flux de marchandises et leur stockage.</p>	<p>Le travail est réalisé collectivement, en mode projet, avec restitution de livrables écrits.</p> <p>Chaque candidat doit également faire une présentation orale individuelle permettant d'apprécier ses compétences concernant la mise en œuvre des étapes opérationnelles de la gestion des approvisionnements.</p>	<p>Qualité de la planification des approvisionnements</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les calculs des stocks à disposition sont justes. - Les impératifs de quantité et de délai sont pris en compte et satisfaits. - La technique de planification applique de façon maîtrisée une méthode prédictive ou prescriptive. - La planification garantit la mise à disposition des produits nécessaires à la réalisation de l'activité.
<p>A.4.3 Le suivi des commandes et contrats d'achat et le contrôle de leur exécution</p>	<p>C.4.3a Piloter la gestion administrative des commandes suite à la signature des contrats avec les fournisseurs, en veillant à l'établissement, au traitement et au suivi des pièces justificatives (bons de commande, bons de livraison, factures...), afin d'assurer le respect des engagements financiers pris vis-à-vis des partenaires sur les bases contractuelles et réglementaires.</p>		<p>Conformité de la gestion des commandes sur le plan administratif</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les pièces administratives sont établies conformément aux processus et procédures de l'entreprise et permettent de garantir les engagements pris vis-à-vis des fournisseurs.
	<p>C.4.3b Contrôler la bonne exécution des commandes, en vérifiant le respect des quantités, qualité et délai de livraison par le fournisseur au regard des conditions négociées, afin de s'assurer du respect de leurs engagements pris contractuellement.</p>		<p>Exactitude et justesse des contrôles opérés</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les différents éléments à vérifier concernant la bonne exécution des contrats sont identifiés. - Les contrôles opérés permettent une identification exacte de tout écart entre le réel et l'attendu.

	<p>C.4.3c Gérer les impondérables affectant la chaîne d’approvisionnement, en identifiant les solutions à mettre en place, afin d’éviter toute rupture de production ou de minorer les effets de l’aléa survenu.</p>		<p>Pertinence de l’analyse et du traitement de l’anomalie</p> <ul style="list-style-type: none"> - La cause génératrice de l’anomalie est identifiée. - La criticité de la situation et son impact sur la chaîne d’activité de l’entreprise sont évalués. - La solution proposée est réaliste, dimensionnée aux enjeux concernés et permet de minorer l’impact de l’anomalie.
<p>A.4.4 L’évaluation et l’amélioration continue du système d’approvisionnement de l’entreprise</p>	<p>C.4.4a Evaluer l’efficacité et l’efficience de la chaîne d’approvisionnement de l’entreprise, en instaurant des indicateurs clés et des outils de mesure objectifs, afin d’apprécier les résultats des actions mises en œuvre (productivité achat, taux de rotation des stocks, délais de livraison, taux de disponibilité...).</p>		<p>Qualité de l’évaluation de la chaîne d’approvisionnement</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les différents indicateurs permettent une évaluation objective et exhaustive de la chaîne d’approvisionnement. - L’analyse des indicateurs permet l’identification des insuffisances et marges de progrès.
	<p>C.4.4c Déterminer les mesures correctives à mettre en œuvre, en s’appuyant sur l’analyse des résultats et des voies de progrès identifiées, afin de remédier aux dysfonctionnements repérés et d’optimiser la chaîne d’approvisionnement de l’entreprise.</p>		<p>Pertinence des mesures correctives proposées</p> <ul style="list-style-type: none"> - La faisabilité des mesures collectives est démontrée. - Les gains et progrès escomptés sont démontrés et quantifiés.

Bloc n° 5 : **Gestion des relations partenariales et durables avec les membres le panel fournisseurs**

<p>A.5.1 La rationalisation et l'animation de son réseau de fournisseurs</p>	<p>C.5.1a Opérer une gestion équilibrée de son portefeuille, en conciliant les intérêts particuliers et/ou communs de son entreprise et de ses fournisseurs, afin de garantir la sécurisation de ses approvisionnements.</p> <p>C.5.1b Rationaliser son réseau de fournisseurs en tenant compte de la stratégie de l'entreprise, de la législation réglant les relations client/fournisseur, en diversifiant et en enrichissant son portefeuille, afin de réguler le taux de dépendance avec ses prestataires.</p> <p>C.5.1c Construire une relation partenariale avec ses fournisseurs, en pérennisant les liens entretenus avec les entreprises composant son portefeuille, afin de favoriser l'atteinte d'objectifs communs et la préservation d'intérêts partagés.</p> <p>C.5.1d Gérer les situations litigieuses avec ses fournisseurs, le cas échéant en relation avec le service juridique de son entreprise et/ou sa hiérarchie, en privilégiant la formulation de solutions amiables, afin de préserver l'intérêt des deux parties prenantes et la qualité de leurs relations.</p>	<p>Les candidats doivent présenter les productions suivantes :</p> <p style="text-align: center;">1/</p> <p style="text-align: center;">Un plan de gestion fournisseurs, intégrant une volonté d'innovation</p> <p>Sur la base d'une étude de cas, le travail est réalisé collectivement avec restitution de livrables écrits. Chaque candidat doit également faire une présentation orale individuelle permettant d'apprécier sa capacité à animer son panel de fournisseurs, le faire évoluer et accompagner l'innovation.</p>	<p>Qualité et conformité normative des modalités de relations avec les fournisseurs</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les obligations législatives visant à éviter toute position dominante sont identifiées et appliquées. - Les repères normatifs visant à construire une relation respectueuse, équilibrée et durable avec les fournisseurs sont identifiés et appliqués. - Les modalités de communication avec les fournisseurs (nature, fréquence, format...) sont de nature à consolider les liens mutuels et à permettre l'identification de l'évolution des besoins respectifs. - Les engagements de l'entreprise vis-à-vis de ses fournisseurs sont clairement établis et permettent, notamment, d'éviter toute fragilisation sur le plan financier. - Les modes de résolution des différends avec les fournisseurs privilégient le règlement amiable et la préservation de leurs intérêts communs.
<p>A.5.2 La mise en place de projets d'innovation en partenariat avec les fournisseurs</p>	<p>C.5.2 Contribuer à l'innovation et à l'évolution de l'offre produit ou service de son entreprise, en identifiant les partenariats à développer avec les entreprises à fort potentiel et en engageant ses fournisseurs stratégiques dans la voie de l'innovation, afin de participer à la compétitivité de l'entreprise et à sa performance durable.</p>		<p>Pertinence de la proposition d'innovation</p> <ul style="list-style-type: none"> - La proposition d'innovation partagée avec le fournisseur est réaliste au regard de son positionnement, de son savoir-faire et de ses capacités. - Les bénéfices ou gains potentiellement retirés par les deux parties sont identifiés et qualifiés. - Les modalités d'accompagnement du fournisseur dans l'innovation sont établies.

<p>A.5.3 Le pilotage de l'évaluation et la mesure de la performance des fournisseurs</p>	<p>C.5.3a Piloter le dispositif d'évaluation de ses fournisseurs nationaux ou internationaux, en coordonnant l'action des services concernés en la matière (qualité, logistique, réception) et en contrôlant la remontée des informations selon une périodicité définie via un outil informatisé, afin de disposer des éléments objectifs permettant la qualification de la performance fournisseurs selon des critères prédéfinis et incluant les dimensions sociales et environnementales, notamment concernant l'emploi des personnes en situation de handicap.</p>	<p style="text-align: center;">2/</p> <p>Une analyse de la performance des fournisseurs et un plan de mesures correctives associé</p> <p>Sur la base d'une étude de cas, chaque candidat doit restituer des livrables écrits relatifs à la mesure de la performance des fournisseurs et aux actions d'amélioration à mettre en œuvre. Les actions d'amélioration à mettre en œuvre devront être rédigées en anglais.</p>	<p>Pertinence du système d'évaluation fournisseurs</p> <ul style="list-style-type: none"> - Le système d'évaluation est dématérialisé et ses outils associés sont dimensionnés aux moyens et à la maturité technologique de l'entreprise. - L'évaluation de la performance fournisseurs est objectivée au moyen de critères précis. - L'évaluation de la performance fournisseurs intègre les dimensions sociales et environnementales dans le respect de la politique RSE de l'entreprise.
	<p>C.5.3b Mesurer la performance de ses fournisseurs nationaux ou internationaux, en interprétant les données recueillies et en les restituant, afin d'identifier leurs points forts et les axes d'amélioration possibles, sur le plan du taux de satisfaction, de la qualité de service et de l'alignement avec les engagements RSE de l'entreprise.</p>		<p>Justesse de l'évaluation fournisseurs</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les indicateurs déclinant les critères de performance sont correctement interprétés. - L'identification des points de satisfaction et facteurs de succès des fournisseurs est justifiée et démontrée. - Les marges de progrès des fournisseurs sont identifiées et qualifiées objectivement au moyen des indicateurs. - Les vulnérabilités des fournisseurs sont repérées et les facteurs de risques qui en découlent pour l'entreprise identifiés.
<p>A.5.4 La recherche des axes d'amélioration dans les modalités de collaboration avec les fournisseurs</p>	<p>C.5.4a Identifier les vulnérabilités des fournisseurs nationaux ou internationaux, afin de déterminer les évolutions de son portefeuille de partenaires permettant d'anticiper d'éventuelles crises et de sécuriser ses approvisionnements.</p>		
	<p>C.5.4b Convenir d'un plan de mesures correctives intégrant la dimension RSE (développement durable et considération sociale, notamment en lien avec l'emploi des personnes en situation de handicap) avec des fournisseurs nationaux ou internationaux ciblés, en fonction des problèmes identifiés et en concertation avec les fournisseurs concernés, afin d'améliorer leur service et de résoudre les insuffisances détectées.</p>		<p>Pertinence du plan de mesures correctives</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les mesures proposées sont en cohérence avec les insuffisances constatées et leur origine probable ou avérée. - Le choix du périmètre visé par le plan de mesures correctives privilégie les enjeux stratégiques de l'entreprise. - Les bénéfices et objectifs attachés aux mesures correctives sont spécifiés et permettent d'en suivre la mise en place. - L'usage oral et/ou écrit de l'anglais atteste d'un niveau de maîtrise B2 du CECRL

Evaluation complémentaire

Chaque candidat doit rédiger et produire un rapport de mission, qu'il présente à l'oral devant un jury d'évaluation. Ce jury d'évaluation est composé au minimum de trois personnes, dont au moins deux professionnels et un représentant de l'autorité de certification. Le tuteur (maitre d'apprentissage, maitre de stage...) du candidat peut être présent à titre d'auditeur libre mais il ne peut en aucun cas, pour des raisons déontologiques, être évaluateur ni intervenir, de quelque façon que ce soit, lors de l'oral d'évaluation.

Ce rapport a pour finalité de permettre au candidat de rendre compte de la mobilisation coordonnée des différentes compétences inscrites dans les référentiels, dans le cadre d'une expérience réelle menée en entreprise, sous la forme d'un stage ou d'une alternance (contrat de professionnalisation ou d'apprentissage).

Sans que cette description soit limitative ou impérative, le rapport doit généralement présenter et décrire :

- L'entreprise cadre de la mission et son contexte (analyse économique et contexte/enjeux de la mission accomplie en lien avec les achats/approvisionnements).
- La construction et le pilotage des activités en lien avec la mission accomplie.
- La réalisation des activités/travaux et les résultats obtenus.
- La mise en perspective de la mission.
- L'analyse de la contribution personnelle du candidat.

Le rapport de mission comporte 30 pages maximum ; il est communiqué au jury d'évaluation au minimum 2 semaines avant la présentation orale.

Durée de l'oral : 25 minutes de présentation et 10 minutes d'échanges avec le jury. La présentation s'appuie impérativement sur un outil numérique adapté (par exemple et sans limitation : Powerpoint, Prezzi...).

