

64%

des répondants affirment que la crise de la Covid-19 a grandement impacté leurs chaînes d'approvisionnement

CETTE PERIODE A BOULEVERSE LE VECU DES ACHETEURS ET DE LEURS CHAINES D'APPROVISIONNEMENT.



UN FACTEUR DE REUSSITE POUR LA TRAVERSEE DE CETTE PERIODE A ETE DE S'INSCRIRE DANS DES DYNAMIQUES DE COLLABORATIONS, TANT EN INTERNE QUE DANS UNE SOLIDARITE AVEC LES FOURNISSEURS.

64%

des répondants affirment que cette crise a permis une collaboration renforcée de la direction Achats avec d'autres fonctions stratégiques. Ces collaborations internes vont s'ancre dans le temps.

65%

des répondants considèrent que cette crise a permis / va permettre le repositionnement stratégique de la direction achats au sein de leur entreprise, en vue de lui donner plus de poids.

44%

des répondants ont pu respecter, voire raccourcir, les délais de paiement de leurs fournisseurs, tous types confondus (20% l'ont fait uniquement pour les TPE/PME, qu'ils ont payé en priorité).

LES DIRECTIONS ACHATS ENGAGEES DANS LES ACHATS RESPONSABLES ONT MIEUX FAIT FACE A LA CRISE QUE LES AUTRES.



82%

des répondants ayant mis en place une politique achats responsables pensent que celle-ci a facilité la gestion de la relation fournisseurs et le maintien de leur activité pendant la crise

55%

des répondants disent que cette crise leur a fait prendre conscience d'une connaissance insuffisante des acteurs de leurs chaînes d'approvisionnement

50%

pensent donc mettre en place à court ou moyen terme une stratégie de renforcement de la traçabilité et de la transparence

LES DIRECTIONS ACHATS DEVRONT CONTINUER A TRAVAILLER A UNE MEILLEURE CONNAISSANCE DE LEURS FOURNISSEURS, TANT SUR LEUR PERFORMANCE FINANCIERE QU'EXTRA-FINANCIERE, ET CE VIA UN DIALOGUE FOURNISSEURS RENFORCE

61%

des répondants affirment qu'ils vont davantage dialoguer / collaborer avec les acteurs de leurs chaînes d'approvisionnement suite à cette crise



LA CRISE A FAIT EVOLUER LE PROFIL ATTENDU DES ACHETEURS, TANT DANS LES QUALITES REQUISES QUE DANS LES MODES DE TRAVAIL.

81%

des répondants pensent qu'au sortir de cette crise, la hard skill qui doit la plus être renforcée chez les acheteurs est la gestion des risques



66%

des répondants s'accordent à dire que les outils digitaux vont être beaucoup plus présent et importants dans le quotidien des acheteurs



60%

des répondants considèrent que la période "post-Covid" est une opportunité et une chance à saisir pour repenser leur stratégie achats et la rendre plus responsable.

30%

Cependant, seuls 30% considèrent que les risques sociaux et environnementaux seront à gérer de façon accrue au sortir de la crise, alors même que d'autres parties prenantes alertent sur leur importance.