

PEAK COLLABORATIVE INDEX

Des relations client-fournisseur au beau fixe

Piloté par le collectif Peak, l'indice de la collaboration entre clients et fournisseurs progresse pour la troisième année consécutive. Le progrès partagé, l'honnêteté intellectuelle, la consistance et la solidarité sont les compétences relationnelles qui génèrent le plus de confiance et de bénéfices.

Par Matthieu Maury

Une note d'optimisme dans les relations entre donneurs d'ordres et fournisseurs. Le Peak collaborative index s'améliore pour la troisième année de suite. Orchestré par le collectif Peak (Purchasing European Alliance for Knowledge) et le cabinet annécien Socrates, cet indicateur évalue la qualité de la coopération entre les clients et leur panel stratégique, du point de vue des deux parties. Il agrège dix-huit mesures de

comportements relationnels, qui correspondent à autant de compétences. En partant d'une base 100 en 2012, année de sa première édition, il affiche cette année 112. Soit une bonification de trois nouveaux points par rapport à 2014. Pour les auteurs de l'étude, cette amélioration continue s'expliquerait par la conjonction de politiques de filières plus collaboratives, du développement des achats responsables et des

actions nationales menées notamment par la Médiation des relations interentreprises. Mais, ils évoquent également plusieurs précautions de lecture : le passage d'une échelle de 5 à 10 pour la notation des comportements relationnels, l'uniformisation des questions sous forme positive, ainsi que l'évolution de l'identité des répondants (lire encadré). A noter que l'index atteint 118 du point de vue des fournisseurs dont les clients ont signé la charte de la Médiation. Seulement 103 pour les fournisseurs de la filière automobile (*La Lettre des Achats* n°242, octobre 2015).

Plus de collaboration, plus de bénéfices

Globalement, les équipes Peak constatent des compétences relationnelles mieux évaluées lorsque les partenaires interviennent dans le cadre d'une dépendance

Panel

La quatrième édition du Peak collaborative index repose sur la participation, entre janvier et mai 2015, de 309 répondants (représentant 146 entreprises différentes). Un panel en recul de 14 personnes par rapport à l'an dernier, mais qui reste bien supérieur aux deux premières éditions (100, puis 150 répondants). Près de 80 % des participants œuvrent dans l'industrie et même 63 % dans le secteur automobile, 48 % dans

un grand groupe (soit trois fois plus que l'an dernier). Situation inversée par rapport à la précédente édition, 60 % des répondants s'expriment en tant que clients sur la relation avec un de leurs fournisseurs partenaires et 40 % en tant que fournisseurs sur leur client stratégique. La moitié sont du niveau N-1 et 27 % N-2 de leur service (achats pour les clients, marketing-ventes pour les fournisseurs).

réciproque. Elles observent aussi que plus le degré de collaboration est intense, plus la satisfaction et les bénéfices de la relation (marges, délais, qualité, mais aussi innovation, compétences, réduction des conflits...) s'avèrent conséquents. En revanche, contrairement aux idées reçues, l'ancienneté de la relation client-fournisseur (12 ans de moyenne chez les répondants) n'est pas corrélée avec une augmentation du niveau de confiance entre les parties. Celles-ci feraient peut-être moins d'efforts avec le temps. Coopérer depuis longtemps ne signifie pas forcément partager une vision à long terme de la collaboration. Ainsi, les partenaires en lien depuis moins de 15 ans affichent une note de confiance de 8,04, contre 7,3 pour ceux en rapport depuis plus de 15 ans.

L'analyse longitudinale des quatre éditions du Peak collaborative index (soit près de 900 répondants) montre que certains comportements relationnels contribuent plus que d'autres à la génération et à la perception des bénéfices, donc à la confiance entre les deux entreprises. Le progrès partagé, l'honnêteté intellectuelle, la consistance et la solidarité constituent les quatre compétences « cœur de cible ». Elles s'accompagnent de deux leviers plus organisationnels qui consistent à inscrire la coopération dans le long terme et à partager les objectifs. Autant de priorités pour les managers achats qui

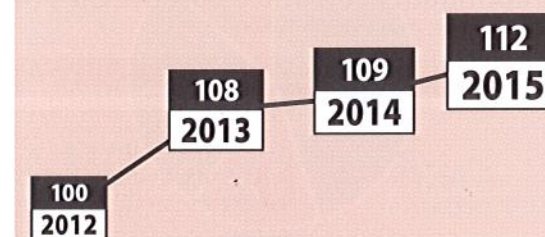
souhaitent améliorer leurs relations avec leurs fournisseurs stratégiques.

La courtoisie et l'intégrité en tête

Dans le détail, la progression de la version 2015 de l'indice par rapport à l'an dernier est alimentée par l'augmentation des niveaux de satisfaction en termes de concurrence loyale (+1,1/10), intégrité (+0,6) et solidarité (+0,4). Les autres comportements relationnels restent relativement stables, sauf la justification qui perd 0,4 point. Les items les mieux notés par les partenaires sont la courtoisie (8,1/10), l'intégrité (8) et la disponibilité (7,8). A l'inverse, le développement des compétences (6,4), la reconnaissance positive (6,5), l'équilibre de la relation

(6,7) et la transparence (6,8) récoltent les plus mauvaises notes. Par rapport à la première édition (2012), aucun comportement n'a reculé. La plupart ont progressé de 0,5 à 0,9 point sur 10. Le niveau des interlocuteurs (+1,9), la solidarité (+1,4) et la proactivité (+1,3) ont bénéficié des plus fortes hausses. ■

Le Peak collaborative index en amélioration continue



Les points forts

La courtoisie en toute circonstance	8,1 / 10	Une concurrence loyale	7,9 / 10
L'intégrité (respect des règles contractuelles)	8 / 10	La disponibilité en cas de besoin	7,8 / 10

Les points faibles

Le développement des compétences	6,4 / 10	L'équilibre de la relation (intérêts des deux parties préservés)	6,7 / 10
La reconnaissance positive (d'abord le positif dans les évaluations)	6,5 / 10	La transparence dans les échanges	6,8 / 10