**Chapitre II : La gestion des approvisionnements**

**II.1. LA FONCTION APPROVISIONNEMENT**

Dans la plupart des entreprises, les matières premières, les composants, les fournitures et services divers sont acquis à l’extérieur. La compétitivité et la rentabilité de l’entreprise dépendront des choix ou des arbitrages réalisés à cette occasion.

**II.1.1 Mission de la fonction approvisionnement :**

La mission de la fonction « approvisionnement » est de procurer à l’entreprise, dans les meilleures conditions de qualité, de coûts, de délais et de sécurité, les matières premières, les composants, les fournitures, les outillages, les équipements et les services dont l’entreprise a besoin pour ses activités.

***II.1.2. Tâches de la fonction approvisionnement :***

La fonction « approvisionnement » a pour tâches de :

- connaître les marchés et les sources d’approvisionnement pour toutes les catégories d’achats et surveiller leurs évolutions ;

- collaborer à la définition des caractéristiques et spécifications des produits à acheter

- rechercher, sélectionner les fournisseurs et négocier avec eux ;

- programmer, passer les commandes d’achats ;

- suivre les livraisons des commandes ;

- contrôler les réceptions des commandes ;

- analyser l’utilisation des achats dans les différents services ;

- gérer les stocks ;

- fournir les informations dans ce domaine à tous les services utilisateurs.

***II.1. 3. Objectifs de la fonction approvisionnement :***

Les principaux objectifs de cette fonction sont :

- assurer la sécurité et la régularité des approvisionnements ;

- améliorer le rapport qualité/prix des produits achetés ;

- limiter et optimiser le niveau des stocks de matières premières et des fournitures.

***II.1. 4. Obligations de la fonction approvisionnement :***

La fonction « approvisionnement » doit concilier, en fonction de la stratégie générale de l’entreprise, les exigences parfois contradictoires des autres fonctions (commerciale, production, financière).

***II.1. 5. Organisation de la fonction approvisionnement :***

Il y a un grand nombre de possibilités d’organisation et de structures de cette fonction. Dans certains cas, elle est rattachée à la fonction « production ». Sans vouloir définir un modèle normatif d’organisation, cette fonction comprend, généralement, trois services :

- un service « Etudes » ;

- un service « Achats » ;

- un service « Magasins et Stocks ».



**Organigramme de la fonction approvisionnement**

**II.2. LA FONCTION ACHAT :**

Si le rôle de la fonction approvisionnement est d’assurer la gestion au quotidien des stocks, la fonction achat, concerne plus particulièrement, toutes les relations avec les fournisseurs.

Les missions de la fonction achat sont :

- à court terme, d’acquérir et de procurer les produits demandés, conformes en quantité, qualité et délai avec un niveau de service en conformité avec la politique d’approvisionnement élaborée par l’entreprise.

- à long terme, d’être à l’écoute des évolutions du marché afin de définir et mettre en place une stratégie d’achat, (ex : surveiller les niveaux de prix, apparition de nouveaux fournisseurs…)

La fonction achat repose sur la relation et la négociation avec les fournisseurs (recherche des meilleures conditions).

**II.3. Gestion des stocks et gestion des magasins**

Il est primordial de bien différencier la gestion du magasin de la gestion des stocks. Meme si leurs domaines de responsabilités sont facilement définissables, les confusions restent très fréquentes. Cette différenciation est nécessaire pour mieux définir les échanges et interfaces en évitant toute redondance.

**II.3.1. Gestion des stocks**

La gestion des stocks est une fonction-clé de la gestion de production. Elle décide ou permet de décider d’un certain nombre de principes stratégiques ou tactiques :

* Détermination des articles à tenir en magasin
* Evaluation des quantités
* Choix des modes de réapprovisionnement
* Choix du mode de valorisation

La gestion des stocks est également chargée de tâches opérationnelles :

* Enregistrement des mouvements d’entrée et de sortie
* Surveillance de l’état du stock (inventaire permanent)
* Rapprochement des niveaux de stocks et des points de commande ou de lancement de fabrication
* Réservation des articles affectés à une commande
* Gestion des manquants et des reliquats en relation avec les services commerciaux
* Lancement des commandes
* Choix du type d’inventaire à effectuer (inventaire tournant)

En résumé, la gestion des stocks est responsable du « **quoi** ?», du « **combien** ? », du « q**uand** ? » et du « **à quel prix** ? » et ce en relation avec la direction générale de l’entreprise et les directions marketing, commerciale, fabrication et achats.

**II.3.2. Gestion des magasins**

La gestion des magasins à pour rôle de permettre leur pilotage comme de n’importe quelle autre division de l’entreprise et de mettre en œuvre ce qui a été décidé par la gestion de production et la gestion commerciale.

La gestion des magasins a pour rôle essentiel d’optimiser les flux physiques qui lui sont imposés de l’extérieur. Le magasin est seulement maître des flux internes : réagencement et réapprovisionnement des zones de préparations à partir du stock de masse.

En résumé, la gestion des magasins est responsable du « où ? », du « comment ? » et du « quand ? » mais à très court terme.

**II.3.3. Echanges entre gestion des stocks et gestion des magasins**

Les principaux échanges de la gestion des stocks vers la gestion des magasins sont les suivants :

* Fichier de livraisons attendues des fournisseurs ou de la production
* Fichier des commandes à exécuter assorties de tous les renseignements nécessaires
* Demandes d’inventaire
* Fichier d’anomalies

Les principaux échanges en provenance de la gestion des magasins à destination de la gestion des stocks sont les suivants :

* Fichier des entrées réelles
* Fichier des sorties exécutées
* Comptage d’inventaire
* Diagnostic des anomalies (perte ou destruction d’articles, indisponibilité due à un écart d’inventaire, retour clients non prévus, dates de péremption dépassée, litiges…

**II.3.4. *Méthode d’épuisement des lots :***

*a- Méthode dite du « premier entré, premier sorti »* ou F.I.F.O (First in, First out)

Cette méthode considère que les matières ou les produits entrés les premiers doivent sortir les premiers. On évalue donc les sorties de magasin au coût des entrées les plus anciennes. Par voie de conséquence, en fin de période, le solde en magasin (stock existant) est chiffré au coût des entrées les plus récentes.

*b- Méthode dite du « dernier entré, premier sorti »* ou L.I.F.O (Last in, First out)

Cette méthode est très exactement l’inverse de la précédente. Elle considère que ce sont les produits entrés les derniers qui doivent être sortis les premiers. On évalue donc les sorties de magasin au coût des entrées les plus récentes. Par voie de conséquence, en fin de période, le solde en magasin est chiffré au coût des entrées les plus anciennes.

**II.3.5. *Méthode du coût pondéré (C.M.P.) :***

Cette méthode consiste dans son principe à calculer pour chaque nature de matières ou de marchandises le coût moyen unitaire pondéré en divisant le coût total des entrées

successives par leur quantité totale et à appliquer ce coût ainsi déterminé aux sorties de la période considérée.