

## **BLOC 1 : Analyser les besoins des business partners et des marchés fournisseurs**

Dans le processus d'achat, la compréhension du besoin va au-delà d'une simple entrée de données. L'acheteur est garant de l'analyse de toutes les phases d'utilisation du produit, incluant l'installation, l'utilisation, la maintenance et la fin de vie. En privilégiant une approche fonctionnelle via le cahier des charges fonctionnel, le responsable des achats ouvre des perspectives. En effet, 75 % des coûts étant déterminés à cette étape, il est très important de remettre en question le besoin de manière exhaustive et de réduire les risques liés à une mauvaise spécification menant à de la sur-qualité ou à de la sous qualité. Une des expertises clés du responsable des achats réside dans la connaissance approfondie des marchés, en identifiant les acteurs, les concurrents, les produits de substitution, les barrières à l'entrée et les risques des marchés.

REFERENTIEL D'ACTIVITES	REFERENTIEL DE COMPETENCES	REFERENTIEL D'EVALUATION	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
<p><b>A1.1</b>  <b>Recueil des besoins des prescripteurs</b>, qui repose sur l'application de techniques de questionnement pour obtenir une compréhension exhaustive et précise de leurs besoins, en tenant compte des particularités de chaque situation, y compris les besoins spécifiques des personnes en situation de handicap</p>	<p><b>C1.1.1 Organiser la collecte de données des prescripteurs</b>, en identifiant l'origine du besoin (méthode des 5 pourquoi), en appliquant une méthode de questionnement (QQOQCCP), en tenant compte des possibilités d'interaction de chacun et également des besoins spécifiques des prescripteurs en situation de handicap, afin de mener un recueil exhaustif, inclusif et qualitatif des besoins d'achat</p> <p><b>C1.1.2 Compiler les attentes, contraintes et exigences des prescripteurs</b>, en dissociant la demande souhaitée du besoin réel et en identifiant les phases d'utilisation du service/produits pour mieux comprendre le besoin et les attentes du prescripteur</p> <p><b>C1.1.3 Identifier les phases d'utilisation du service/produit et des éléments (appelés interacteurs) avec lesquels il sera en relation</b>, pour identifier l'ensemble des contraintes et des fonctionnalités à apporter, y compris pour les prescripteurs en situation de handicap</p>	<p>Chaque modalité d'évaluation du bloc de compétences est organisée en mettant en œuvre, sous conseil de la référente handicap, des aménagements nécessaires aux situations spécifiques de handicap déclarées par le candidat, y compris d'un tiers-temps</p> <p><b>M.1.1 (compétences des A1.1 et A1.2) Mise en situation professionnelle collective – avec notation individuelle – sous forme de jeu de rôle (oral) avec production d'un support écrit</b></p> <p><b>Phase 1</b>                      Dans le cadre d'une mise en situation portant sur le recueil du besoin d'un prescripteur : à partir d'une formulation succincte du besoin qui lui sera communiquée, le candidat devra :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Préparer l'interview du prescripteur,</li> <li>- Mener l'entretien,</li> <li>- Formaliser le recueil des besoins du prescripteur,</li> <li>- Expliquer la méthodologie employée.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La cause racine du besoin d'achat est identifiée avec la méthodologie des 5 pourquoi</li> <li>- Le recueil exhaustif et qualitatif visant les besoins des prescripteurs est convenablement effectué avec l'outil de questionnement (QQOQCCP)</li> <li>- Le besoin réel du prescripteur est défini précisément grâce aux informations collectées, selon les rubriques : attentes, données, contraintes, exigences</li> <li>- Les phases d'utilisation du service/produit sont correctement identifiées</li> <li>- Le candidat fait preuve de l'écoute active, en tenant compte des possibilités d'interaction de chacun et d'éventuelles situations de handicap ; ne cherche pas à convaincre ou à amener un jugement de valeur sur les besoins exprimés par le prescripteur</li> <li>- La méthodologie employée pour le recueil du besoin achat est précisée, argumentée et inclusive (intégrant les situations diverses de handicap)</li> </ul>

<p><b>A1.2</b>  <b>Analyse fonctionnelle du besoin</b>, basée sur l'utilisation d'outils dédiés, visant à définir les fonctionnalités nécessaires du produit ou service, ouvrant ainsi un éventail de solutions potentielles sur le marché, tout en veillant à l'inclusion des personnes en situation de handicap et l'accessibilité</p>	<p><b>C1.2.1 Structurer les éléments essentiels de l'analyse fonctionnelle du besoin des prescripteurs</b>, en utilisant l'outil d'analyse « bête à cornes », pour identifier les bénéficiaires, les interacteurs et la finalité du besoin</p> <p><b>C1.2.2 Exprimer les fonctionnalités devant être apportées par le produit / service, sous forme de cahier des charges fonctionnel</b>, après les avoir définies à l'aide de l'outil d'analyse « pieuvre », afin de s'ouvrir au panel des solutions du marché répondant au besoin, en veillant à l'accessibilité et à l'inclusion des produits/services pour les personnes en situation de handicap</p> <p><b>C1.2.3 Déterminer des indicateurs clés de performance (KPI)</b>, en tenant compte des cinq dimensions du besoin d'achat (coût, service, qualité, innovation, sécurisation de l'activité), en explicitant les critères de choix de ces indicateurs, pour mesurer et pondérer les résultats attendus</p>	<p><b>Phase 2</b>  A partir d'un recueil de besoin achat, le candidat devra mener une analyse fonctionnelle de ce dernier. Le candidat devra :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Analyser les bénéficiaires du besoin, les différents interacteurs, la finalité du besoin,</li> <li>- Rédiger un cahier des charges fonctionnel,</li> <li>- Déterminer la pondération des 5 dimensions du besoins (coûts, service, qualité, innovation, sécurisation de l'activité ainsi que les indicateurs KPI permettant leur mesure.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tous les bénéficiaires du besoin d'achat, tous les différents interacteurs et la finalité du besoin sont identifiés et caractérisés grâce à l'outil « bête à cornes » (A qui le produit/service rend-il service ? Sur quoi agit-il et dans quel but ?)</li> <li>- Les fonctions contraintes et les fonctions principales du produit / service sont identifiées grâce à l'outil « pieuvre » en corrélation avec le travail mené avec l'outil « bête à cornes »</li> <li>- Le cahier des charges fonctionnel (produit/service) comprend : <ul style="list-style-type: none"> <li>• L'ensemble des fonctions identifiées préalablement et formulées avec un verbe d'action et une locution courte,</li> <li>• Une unité d'œuvre qui sera l'unité de mesure de la fonctionnalité,</li> <li>• Le seuil limite attendu pour satisfaire chaque fonctionnalité,</li> <li>• Le degré de flexibilité concernant les exigences d'atteinte d'une fonctionnalité, déterminé et argumenté au regard du type de fonctionnalité attendue,</li> <li>• Les adaptations par rapport aux situations de handicap.</li> </ul> </li> <li>- La pondération des 5 dimensions du besoin d'achat (coûts, service, qualité, innovation, sécurisation de l'activité) déterminée, est en accord avec la finalité du besoin d'achat</li> <li>- Le choix des KPIs permet de mesurer les 5 dimensions du besoin d'achat</li> <li>- La présentation des KPIs en lien avec le besoin d'achat permet de montrer la pertinence des choix effectués</li> </ul>
--	---	--	---

<p><b>A1.3</b> <b>Analyse de la valeur des offres du marché</b>, en exploitant des méthodes comme le TCO (total cost of ownership) et la matrice de transfert, pour estimer le coût global et la satisfaction des fonctionnalités, intégrant des aspects d'écoconception et d'économie circulaire, pour optimiser les ressources</p>	<p><b>C1.3.1 Définir les méthodes et outils visant à estimer le coût total de possession (TCO)</b> d'un produit ou service, en tenant compte de l'ensemble des coûts liés à son cycle de vie, afin de mesurer de manière globale l'impact économique d'un investissement sur le long terme</p> <p><b>C1.3.2 Réaliser un ratio coût / satisfaction d'une ou plusieurs fonctionnalités attendues</b>, en décomposant les coûts, en mesurant la satisfaction des composants des offres du marché, par rapport aux fonctionnalités attendues, en identifiant des leviers de création de valeur, en intégrant l'écoconception et l'économie circulaire, afin de proposer d'éventuelles adaptations qui optimisent l'efficacité des ressources, réduisent les coûts opérationnels, répondent aux attentes des consommateurs, et renforcent la compétitivité avec des produits durables et innovants</p> <p><b>C1.3.3 Estimer le coût global partagé des solutions proposées par les fournisseurs</b>, en évaluant pour chacune l'ensemble des coûts que va supporter l'organisation et la collectivité, en intégrant l'impact environnemental et social, afin de d'analyser la performance économique des différentes offres</p>	<p><b>M1.3 (compétences de l'A1.3) Mise en situation professionnelle individuelle écrite</b> Dans le cadre d'une étude portant sur l'analyse de la valeur : à partir d'un cahier des charges fonctionnel et de plusieurs offres fournisseurs qui lui seront communiquées, le candidat devra :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Déterminer le niveau de satisfaction des besoins et des coûts associés des solutions proposées par les fournisseurs,</li> <li>- Proposer d'éventuelles adaptations de ces solutions après avoir réalisé une décomposition des coûts,</li> <li>- Calculer le coût global partagé des différentes proposition fournisseurs.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Les coûts (TCO) sont décomposés avec les méthodes et outils appropriés : fixes/variables, directs/indirects, décaissables/non décaissables</li> <li>- Grâce à la matrice de transfert :             <ul style="list-style-type: none"> <li>• Le poids de la fonctionnalités attendues versus son coût est comparé en étudiant l'ensemble des éléments qui composent le produit/service,</li> <li>• Le ratio satisfaction/besoin est mesuré avec justesse pour chaque fonctionnalité,</li> <li>• La note montre la faisabilité de l'intégration de l'écoconception et l'économie circulaire.</li> </ul> </li> <li>- Le coût global partagé est calculé pour chacune des solutions du marché : détermination du contexte (durée d'utilisation, fréquence...), intégration de la logique coûts variables/coûts fixes</li> <li>- Les coûts des solutions proposées sont segmentés par familles (acquisition, immobilisation, utilisation, fin de vie, impact pour la société : RSE...)</li> </ul>
<p><b>A1.4</b> <b>Analyse de l'impact de l'actualité macro-économique sur la fonction achat</b>, en s'appuyant sur des outils dédiés pour anticiper les opportunités et</p>	<p><b>C1.4.1 Anticiper les impacts de l'environnement économique</b>, en interprétant l'économie contemporaine, en construisant un raisonnement en mobilisant des notions et des mécanismes économiques appropriés, afin de déterminer les opportunités et les menaces pour la fonction achats au niveau mondial</p> <p><b>C1.4.2 Réaliser une étude du marché propre à un pays</b>, en utilisant la matrice PESTEL, qui</p>	<p><b>M1.4 (compétences de l'A1.4) Note écrite d'impact d'une actualité macro-économique sur la fonction achat, avec soutenance orale</b> Sur la base d'un thème d'actualité économique, le candidat devra réaliser une étude PESTEL et identifier les impacts sur la fonction achat, au niveau mondial et au niveau d'une organisation d'un pays donné, en s'appuyant sur une</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- L'analyse des impacts de l'environnement économique s'appuie sur des sources pertinentes issues des recherches spécifiques (presse économique - Les Echos, ministère de l'économie, OCDE...)</li> <li>- L'ensemble des facteurs politiques, économiques, sociaux, technologiques, écologiques et légaux sont identifiés, classés, et analysés (leur impact sur le</li> </ul>

**REFERENTIELS D'ACTIVITES, DE COMPETENCES ET D'EVALUATION DE LA CERTIFICATION PROFESSIONNELLE "RESPONSABLE DES ACHATS"**

<p>menaces économiques à l'échelle mondiale et locale, influençant les décisions d'achat</p>	<p>inclut des facteurs politiques, économiques, sociaux, technologiques, écologiques et légaux, pour établir et analyser les facteurs économiques pouvant influencer les achats d'une organisation localisée dans le pays étudié</p>	<p>sélection d'articles de presse économique.</p>	<p>marché mondial et sur l'organisation d'un pays donné)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- L'analyse de l'actualité macro-économique est synthétique (entre 3 et 6 pages) et structurée (introduction, synthèse des articles, analyse, conclusion)</li> <li>- L'identification des impacts sur la fonction achat est étayée par des arguments mobilisant les notions et des mécanismes économiques appropriés</li> </ul>
<p><b>A1.5</b> <b>Identification des fournisseurs du marché</b>, en s'appuyant sur des modèles dédiés pour segmenter et étudier les marchés fournisseurs, intégrant des critères de responsabilité sociale et environnementale (RSE), pour une sélection responsable</p>	<p><b>C1.5.1 Organiser la segmentation des achats de l'organisation</b>, en s'appuyant sur une classification fonctionnelle métier/technologie et par marché fournisseur, pour apporter des réponses ou des traitements adaptés à chaque segment d'achat</p> <p><b>C1.5.2 Réaliser une étude de marché préalable à l'achat</b>, en utilisant l'outil « 5 forces de Porter », en s'appuyant notamment sur les études internet, les publications professionnelles, les outils IA, en menant une analyse des dynamiques de marché (veille), afin d'identifier les acteurs ainsi que le niveau de complexité du marché pour l'acheteur</p> <p><b>C1.5.3 Élaborer le processus de sourcing</b>, démarrant à l'identification des fournisseurs les plus responsables, jusqu'à leur qualification, en intégrant les contraintes de son organisation, afin de qualifier les fournisseurs les plus à même de répondre aux besoins de l'entreprise</p> <p><b>C1.5.4 Mobiliser les acteurs de l'économie sociale et solidaire (ESS) et les organisations d'insertion par le travail</b>, en mettant en place un sourcing ciblé, en les intégrant dans les consultations, en collaborant avec les parties prenantes internes et externes, en faisant preuve</p>	<p><b>M1.5 (compétences des A1.5 et A1.6)</b> <b>Étude de marché à l'achat, individuelle, écrite</b></p> <p>L'étude porte sur la segmentation des achats, une étude de marché, un sourcing fournisseur et une analyse de risque : le candidat devra réaliser ce travail à partir d'un contexte d'entreprise donné (secteur, chiffre d'achat, typologie d'achat...). Il devra :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Segmenter les achats de l'entreprise,</li> <li>- Etudier le marché fournisseur d'un segment d'achat donné,</li> <li>- Analyser les risques du segment donné et proposer une stratégie de traitement et de réévaluation des risques,</li> <li>- Elaborer le processus de sourcing de ce segment d'achat.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La segmentation des achats proposée intègre 3 niveaux : famille, sous-famille, segment</li> <li>- Chaque segment des achats déterminé correspond à un marché fournisseur spécifique</li> <li>- Toutes les dynamiques de marché sont identifiées (outil : les 5 forces de Porter) et permettent d'identifier la complexité du marché (capacité d'accès) pour l'acheteur (en s'appuyant notamment sur les études internet, les publications professionnelles et les outils IA)</li> <li>- Un système d'identification fournisseur et de veille est élaboré et exploité au regard de l'étude de marché</li> <li>- Les sources de l'étude de marché sont vérifiées et la fréquence de mise à jour du système de veille est déterminée</li> <li>- Les différents acteurs des marchés fournisseur, dont les acteurs de l'ESS et de l'insertion sont correctement identifiés</li> <li>- Les valeurs de l'organisation sont utilisées pour prendre des décisions importantes visant les achats responsables et incluant des adaptations aux personnes présentant un handicap</li> <li>- Le processus de sourcing élaboré intègre les différents outils et étapes d'achat, de</li> </ul>

**REFERENTIELS D'ACTIVITES, DE COMPETENCES ET D'EVALUATION DE LA CERTIFICATION PROFESSIONNELLE "RESPONSABLE DES ACHATS"**

	<p>d'ouverture aux enjeux sociaux et environnementaux, afin de promouvoir l'inclusion sociale pour les personnes présentant un handicap et optimiser la diversité des fournisseurs dans une politique d'achats responsables</p>		<p>l'identification des acteurs du marché jusqu'à la sélection fournisseur (outils : RF'X : RFI, RFQ, RFP)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Le processus de sourcing est adapté au contexte professionnel et à la typologie d'achat</li> </ul>
<p><b>A1.6</b> <b>Gestion des risques achat,</b> impliquant l'identification et l'évaluation des risques via des outils comme le diagramme de Farmer, avec une perspective de RSE, pour prévenir les défaillances et garantir la qualité et la durabilité des achats</p>	<p><b><u>C1.6.1</u> Analyser tous les types de risques d'achat,</b> en les hiérarchisant avec le diagramme de Farmer, en intégrant une perspective de RSE et en élaborant un processus de gestion de risques qui prévient des défaillances fournisseurs, garantit la qualité des produits et atténue les impacts du marché, assurant ainsi la protection de l'organisation et favorisant des pratiques d'achat éthiques</p> <p><b><u>C1.6.2</u> Elaborer les approches de gestion de risques liés à l'achat les mieux adaptées,</b> en tenant compte des méthodes et des coûts de prévention, de réduction, de transfert, et d'acceptation des risques, pour gérer les risques identifiés et évalués lors de la phase d'analyse des risques</p> <p><b><u>C1.6.3</u> Suivre la mise en œuvre des actions de gestion des risques liés à l'achat,</b> en surveillant l'équipe chargée de son exécution, ainsi que les échéances des actions programmées, afin de réévaluer les risques</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- L'identification des risques d'achat encourus est exhaustive et intègre une perspective de RSE</li> <li>- La probabilité et la gravité de chaque risque d'achat identifié (outil : diagramme de Farmer) est évalué</li> <li>- La stratégie de traitement des risques d'achat proposée est argumentée au regard des logiques de réduction, de prévention, de transfert, et d'acceptation des risques</li> <li>- Les préconisations proposées quant à la réévaluation des risques d'achat sont justifiées</li> <li>- Les actions de l'équipe visant le suivi des risques d'achat sont évaluées par rapport aux échéances et la hiérarchie des risques antérieurement définie</li> </ul>

## **BLOC 2 : Définir la stratégie achat, sélectionner puis contractualiser avec les fournisseurs**

Après avoir challengé le besoin et analysé les marchés fournisseurs, le responsable des achats joue un rôle crucial dans la définition d'une approche stratégique pour aborder le marché amont. Ses considérations incluent le choix du nombre de fournisseurs, la répartition du volume en cas de multiples fournisseurs, la mise en place de procédures de sélection, ainsi que l'établissement de critères pondérés pour une comparaison judicieuse en limitant les risques de mauvaise qualification fournisseurs qui engendreraient une réponse insatisfaisante lors de la phase de déploiement. La sélection des fournisseurs représente la concrétisation de la stratégie segment, englobant toutes les étapes, de l'analyse à la signature à l'attribution du contrat d'achat, en limitant les risques liés à des clauses manquantes au contexte d'achat. Cela constitue une étape clé dans la gestion des approvisionnements, alignée sur la stratégie globale de l'entreprise.

REFERENTIEL D'ACTIVITES	REFERENTIEL DE COMPETENCES	REFERENTIEL D'EVALUATION	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
<p><b>A2.1</b> Participation à l'élaboration de la politique achat, en alignement avec la stratégie globale de l'organisation, qui intègre des principes de RSE et des objectifs d'inclusion (handicap diverse), pour une politique d'achat responsable</p>	<p><b>C2.1.1</b> Coordonner les contributions de l'équipe, en positionnant la stratégie globale de l'organisation, selon les stratégies génériques, en assurant une compréhension commune, en identifiant les impacts de la stratégie globale, pour développer la stratégie de la fonction achat et les attendus pour chaque membre de l'équipe</p> <p><b>C2.1.2</b> Élaborer un cadre qui guide les achats de l'organisation, en alignement avec ses orientations stratégiques et en intégrant la RSE, y compris l'accessibilité pour les personnes en situation de handicap, en vue de définir une politique d'achat responsable et inclusive</p>	<p>Chaque modalité d'évaluation du bloc de compétences est organisée en mettant en œuvre, sous conseil de la référente handicap, des aménagements nécessaires aux situations spécifiques de handicap déclarées par le candidat, y compris d'un tiers-temps</p> <p><b>M2.1 (compétences des A2.1 et A2.2) Mise en situation professionnelle collective – avec notation individuelle – sous forme de jeu de rôle (oral) avec production d'un support écrit</b> Sur la base d'une mise en situation professionnelle portant sur un contexte d'entreprise donné, le candidat doit :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Proposer l'actualisation de la politique achat donnée à partir de la nouvelle stratégie globale de l'organisation,</li> <li>- Choisir les stratégies segments d'achat,</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Les points clés de la nouvelle stratégie d'entreprise sont identifiés et les enjeux sont explicités par rapport à l'établissement de la politique d'achat (stratégie de domination par les coûts, de différenciation, RSE...)</li> <li>- Les modifications de la politique d'achats proposées sont alignées avec la nouvelle stratégie globale de l'entreprise</li> <li>- Les règles orientant les achats sont proposées dans le respect de la nouvelle stratégie globale</li> <li>- Les valeurs de l'organisation (responsabilité sociale, éco-responsabilité, inclusion de la variété des handicaps, diversité, etc.) sont utilisées pour prendre des décisions importantes visant les achats responsables</li> </ul>

<p><b>A2.2</b>  <b>Choix et promotion d'une stratégie segment d'achat</b>, en utilisant des outils stratégiques comme la matrice Kraljic et SWOT, pour positionner et définir les stratégies d'achat par segment, assurant l'efficacité et l'adaptation aux besoins organisationnels</p>	<p><b>C2.2.1 Diriger l'équipe pour qu'elle positionne ses fonctions sur chaque segment de la matrice KRALJIC</b> (matrice de segmentation stratégique des achats), en s'assurant que toutes les perspectives sont prises en compte et que les décisions sont bien comprises et admises par tous, pour identifier les grandes orientations stratégiques impactant le service achats</p> <p><b>C2.2.2 Proposer une stratégie segment d'achat</b>, ainsi que son plan d'actions associé, à partir de l'outil SWOT (strengths, weaknesses, opportunities et threats), avec des indicateurs de mesure, en évaluant les ressources humaines et financières, afin d'orienter les activités et les outils utilisés par rapport au segment d'achat, pour un acte d'achat le plus performant possible et en adéquation avec la stratégie de l'organisation</p> <p><b>C2.2.3 Défendre la stratégie segment d'achat devant le comité décisionnaire interne</b>, en mettant en avant les avantages apportés par la proposition d'achat, en prenant en compte les attentes de chacun et en traitant les objections, afin de faire valider les orientations stratégiques et les actions associées</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Promouvoir les stratégies segment devant un décisionnaire (dans le cadre d'un jeu de rôle).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Les stratégies segment proposées s'appuient sur une matrice de segmentation des achats (outil : matrice KRALJIC) : les stratégies conçues sont adaptées aux enjeux et à la complexité de l'achat visé</li> <li>- Les stratégies segment sont déclinées en plan d'actions intégrant :             <ul style="list-style-type: none"> <li>• L'objectif visé,</li> <li>• Les ressources nécessaires,</li> <li>• La temporalité.</li> </ul> </li> <li>- Le plan d'action proposé répond au diagnostic stratégique réalisé en s'appuyant sur le SWOT</li> <li>- Tous les éléments constitutifs du SWOT sont classés, synthétisés et hiérarchisés selon leur impact positif ou négatif, et internes ou externes</li> <li>- Les contre-propositions faites par les parties prenantes sont traitées par le candidat : intégration ou refus argumenté dans le cas où les propositions ne seraient pas alignées avec les objectifs visés par la stratégie segment</li> <li>- Le changement est conduit avec sérénité et prise de recul, avec une posture rassurante, en mettant en avant les avantages proposés</li> <li>- Les attentes des parties prenantes pour la stratégie d'achat sont intégrées dans la stratégie d'achat</li> </ul>
--	--	---	--

<p><b>A2.3</b> <b>Conduite d'une analyse de « faire ou faire faire » (make or buy) sur une typologie d'achat</b>, qui évalue les enjeux stratégiques et opérationnels, en tenant compte des performances internes et des contraintes juridiques, pour recommander soit l'internalisation, soit l'externalisation des achats</p>	<p><b>C2.3.1 Encadrer l'équipe lors de l'évaluation des enjeux des achats</b> (stratégiques, tactiques, opérationnels), en intégrant une dimension de RSE et en étudiant les performances internes, les enjeux juridiques et plusieurs scénarios structurant la démarche make or buy, afin de préconiser une solution concertée avec l'équipe achats, soit « make » soit « buy »</p> <p><b>C2.3.2 Proposer un plan d'actions en lien avec l'analyse make or buy</b>, en indiquant les résultats concrets à atteindre, les ressources et les délais à respecter, pour mener à bien un projet d'externalisation depuis la phase de cadrage à la phase de pilotage</p>	<p><b>M2.2 (compétences de l'A2.3) Étude d'opportunité écrite</b> Dans le cadre d'une étude d'opportunité portant sur un projet d'externalisation d'une fonction pour le compte d'une entreprise donnée, le candidat devra mener une analyse « make or buy », intégrant l'opportunité stratégique d'une externalisation, les enjeux juridiques impliqués, les étapes structurant l'éventuel projet et des préconisations.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- L'opportunité stratégique du make or buy est évaluée en mesurant l'attractivité stratégique et la compétitivité interne</li> <li>- Les risques juridiques propres au projet d'externalisation sont identifiés (délit de marchandage, action directe...)</li> <li>- Les avantages et les inconvénients de l'externalisation sont exprimés au regard des risques et des opportunités extérieurs</li> <li>- Les différentes étapes structurant le projet d'externalisation sont déterminées et font l'objet de propositions argumentées :             <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cadrage,</li> <li>• Analyse stratégique,</li> <li>• Analyse économique et du marché fournisseur,</li> <li>• Scenarios,</li> <li>• Mise en œuvre et pérennisation du contrat.</li> </ul> </li> <li>- La ou les problématiques du projet d'externalisation sont envisagées selon différentes perspectives</li> </ul>
<p><b>A2.4</b> <b>Audit des fournisseurs</b>, en mettant en œuvre des référentiels d'audit, couvrant divers critères (financiers, RSE, capacités de production), pour évaluer objectivement et qualifier les fournisseurs</p>	<p><b>C2.4.1 Mettre en œuvre une méthodologie d'audit des fournisseurs</b>, en construisant un référentiel d'audit qui englobe divers aspects, tels que les critères financiers de viabilité de l'entreprise, sa capacité à investir et à innover, la gestion des risques, les objectifs de RSE, d'inclusion des personnes en situation de handicap et de conformité aux normes d'accessibilité, ainsi que des critères relatifs à l'organisation, les processus de production (produits ou services), la qualité et les capacités de volumétrie nécessaire, afin d'évaluer des fournisseurs selon des critères formels et objectifs</p>	<p><b>M2.3 (compétences des A2.4, A2.5 et A2.6) Mise en situation professionnelle individuelle écrite</b> Dans le cadre d'une sélection des fournisseurs sur une typologie d'achats et un contexte donné, le candidat devra :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Formaliser un processus de sélection du fournisseur, en adéquation avec le contexte et la typologie d'achats donnés,</li> <li>- Proposer une grille d'audit de sélection du fournisseur adaptée au contexte.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Le processus de sélection du fournisseur est adapté à la typologie d'achat et au contexte donné : les moyens investis correspondent aux enjeux/risques associés (ex : choix de faire un audit de fonctionnement pour des produits standards représentant une faible dépense, choix de négocier si les enjeux sont très faibles...)</li> <li>- La méthodologie d'audit des fournisseurs inclut l'ensemble des spécificités de l'entreprise</li> <li>- Le référentiel d'audit des fournisseurs fait référence de manière adaptée à l'accessibilité et aux situations de handicap</li> </ul>



	<p><b>C2.4.2 Coordonner l'équipe en charge de mener l'audit des fournisseurs</b>, en utilisant le référentiel d'audit construit conjointement, en analysant objectivement les données recueillies, en tirant des conclusions précises, et en vérifiant la conformité des processus audités, tout en s'assurant que les critères d'évaluation sont appliqués de manière cohérente et impartiale, afin de valider les capacités du fournisseur à répondre aux attentes, notamment aux spécifications techniques, aux besoins en volume et au respect des normes réglementaires et obligations sociétales</p> <p><b>C2.4.3 Formuler un avis (go / no go) et/ou des préconisations d'améliorations à partir de l'analyse de l'audit des fournisseurs</b>, en examinant les résultats obtenus, en identifiant les points forts et les faiblesses du fournisseur, en tenant compte des critères de qualité, de performance et de conformité aux exigences RSE, en échangeant avec les parties prenantes pour obtenir des informations complémentaires, et en rédigeant un rapport détaillé, afin de qualifier le fournisseur et/ou lui faire part de pistes d'amélioration concrètes et mesurables</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Procéder à l'analyse financière des fournisseurs potentiels et exploiter les outils nécessaires en fonction du contexte,</li> <li>- Préparer la négociation avec les fournisseurs potentiels,</li> <li>- Proposer un contrat d'achat formalisant les relations commerciales avec le ou les fournisseurs retenus.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tout ou partie des outils de la sélection du fournisseur sont déployés de façon adaptée au contexte (grille d'audit) :             <ul style="list-style-type: none"> <li>• Audit financier : examen des liasses fiscales,</li> <li>• Audit de fonctionnement.</li> </ul> </li> <li>- Les capacités des fournisseurs à répondre aux spécifications sont évaluées par rapport aux normes réglementaires et obligations sociétales</li> <li>- Un avis argumenté sur le choix des fournisseurs est formalisé (Go / no Go)</li> <li>- Des préconisations d'améliorations fournisseurs sont proposées, le cas échéant, et des arguments sont apportés au regard de la typologie des fournisseurs et du contexte donnés</li> </ul>
<p><b>A2.5 Négociation des termes et des conditions de contrat d'achat</b>, en structurant les négociations, avec des grilles de préparation détaillées, pour optimiser les conditions contractuelles, en</p>	<p><b>C2.5.1 Préparer la négociation d'achat en mettant au point une grille spécifique</b>, en coordonnant les efforts de l'équipe, en identifiant des objectifs clairs, le dernier recours, le rapport de force et les éléments échangeables avec leurs seuils, et en maximisant les résultats, afin de cibler au plus juste les attentes et améliorer la probabilité de réussite de la négociation</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- La grille de préparation de la négociation intègre :             <ul style="list-style-type: none"> <li>• Le/les objectifs de la négociation,</li> <li>• Le rapport de pouvoir/influence,</li> <li>• La limite des valeurs échangeables (saturation, réglage idéal et déconnexion),</li> <li>• La tactique de négociation,</li> <li>• Les leviers et les marges de négociations,</li> </ul> </li> </ul>

<p>fonction des objectifs et des rapports de force</p>	<p><b>C2.5.2 Mener l'entretien de négociation d'achat</b>, en intégrant les éléments préparatoires, en suivant le déroulé prévu, en utilisant des techniques de communication assertive, en s'adaptant aux réactions et aux objections de la partie adverse, en maintenant une attitude ouverte et collaborative, en réévaluant constamment les objectifs en fonction des progrès de la discussion, et en adaptant les stratégies pour optimiser les conditions contractuelles, afin d'atteindre les objectifs définis</p> <p><b>C2.5.3 Suivre les résultats obtenus en documentant les termes de l'accord</b>, en s'assurant de l'approbation de toutes les parties, et en mettant en place un suivi post-négociation afin d'acter le résultat et garantir le respect des conditions contractuelles</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• L'ancrage (première proposition),</li> <li>• Le dernier recours en cas d'échec de la négociation.</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>- La structure de l'entretien de négociation adoptée pour atteindre les objectifs fixés au préalable respecte la logique et la fluidité des éléments préparatoires</li> <li>- Le suivi des résultats de la négociation vérifie la conformité de l'accord avec les objectifs initiaux de la négociation</li> </ul>
<p><b>A2.6 Formalisation des relations commerciales avec les fournisseurs</b>, en sécurisant les relations par la rédaction de contrats d'achat conformes aux réglementations en vigueur, intégrant des clauses équilibrées pour protéger les intérêts de l'organisation</p>	<p><b>C2.6.1 Identifier les risques juridiques spécifiques liés à la relation fournisseur / acheteur</b>, en se basant sur la connaissance du droit des contrats, pour formaliser et sécuriser les relations commerciales</p> <p><b>C2.6.2 Rédiger le contrat d'achat dans le respect de la réglementation en vigueur</b>, en intégrant le principe d'équilibre dans les clauses contractuelles (ex. délais de paiement), de réciprocité et transparence, pour protéger son organisation</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Le contrat d'achat respecte les accords validés précédemment à l'issue de la négociation</li> <li>- Le contrat d'achat sécurise les risques juridiques propres au couple fournisseurs/acheteurs</li> <li>- Les clauses intégrées dans le contrat d'achat sont soigneusement sélectionnées pour répondre au plus juste, étant en ce sens limitées/optimisées en termes de nombre</li> <li>- La réglementation en vigueur est respectée dans la rédaction des contrats d'achat</li> </ul>

## BLOC 3 : Piloter le déploiement et mesurer la performance achat & fournisseurs

Une fois la signature du contrat d'achat ou du marché réalisée, le responsable des achats veille à sa mise en œuvre effective : tout accord conclu ne constitue qu'un simple document tant qu'il n'est pas concrètement déployé. Il s'assure tout au long de la vie du contrat d'achat que les accords sont bien respectés par les deux parties, afin de limiter les risques d'écart entre ce qui a été contractualisé et ce qui a été livré. Il est chargé de faire vivre le contrat d'achat - ajout et/ou suppression de prestations/produits - de promouvoir le développement des compétences des fournisseurs actifs, de mesurer et de communiquer la performance achat, pour concevoir des solutions pour les éventuels dysfonctionnements fournisseurs et mettre en œuvre les pistes d'amélioration à travers un plan d'actions.

REFERENTIEL D'ACTIVITES	REFERENTIEL DE COMPETENCES	REFERENTIEL D'EVALUATION	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
<p><b>A3.1 Préparation du déploiement et du suivi du contrat d'achat</b>, en utilisant des outils de gestion de projet (Gantt, Pert) pour identifier les tâches critiques et assurer le respect des délais et des objectifs contractuels</p>	<p><b>C3.1.1 Désigner l'équipe chargée du déploiement des contrats d'achat</b>, en identifiant les tâches cruciales influant sur le délai global, en utilisant des outils de gestion de projet, ce qui implique la définition du chemin critique, l'identification des étapes clés, des acteurs impliqués et des ressources nécessaires, en s'assurant que toutes les tâches sont correctement assignées et exécutées, pour garantir l'atteinte des objectifs contractuels fixés</p> <p><b>C3.1.2 Mettre en place un suivi opérationnel des contrats d'achat</b>, en surveillant de manière continue les performances par rapport aux délais et aux objectifs définis, en incluant des indicateurs de suivi de l'accessibilité et de l'inclusion pour les produits/services achetés, en prenant en compte les besoins des personnes présentant un handicap, pour assurer la conformité aux engagements contractuels</p>	<p>Chaque modalité d'évaluation du bloc de compétences est organisée en mettant en œuvre, sous conseil de la référente handicap, des aménagements nécessaires aux situations spécifiques de handicap déclarées par le candidat, y compris d'un tiers-temps</p> <p><b>M3.1 (compétences des A3.1 et A3.2) Mise en situation collective simulée – avec notation individuelle – sous forme de business game</b>                      Dans le cadre d'une mise en situation collective simulée portant sur le déploiement des contrats fournisseurs, le candidat devra :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Préparer le déploiement au sein d'une organisation donnée,</li> <li>- Gérer les dysfonctionnements fournisseurs,</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Le chemin critique du déploiement du contrat d'achat est identifié (outils : Gantt, Pert)</li> <li>- Les parties prenantes du contrat d'achat sont identifiées</li> <li>- Les ressources nécessaires au déploiement sont évaluées et sont en adéquation avec les accords formalisés par le contrat d'achat</li> <li>- Le suivi opérationnel des contrats d'achat proposé est défini par rapport aux objectifs et délais définis</li> <li>- Le suivi opérationnel des contrats d'achat rend compte de manière adéquate des situations de handicap</li> </ul>

**REFERENTIELS D'ACTIVITES, DE COMPETENCES ET D'EVALUATION DE LA CERTIFICATION PROFESSIONNELLE "RESPONSABLE DES ACHATS"**

<p><b>A3.2</b> <b>Gestion de la qualité des fournisseurs</b>, en élaborant une charte de traitement des dysfonctionnements par des outils de contrôle qualité (AMDEC, Ishikawa) pour corriger les anomalies et suivre l'impact des actions correctives</p>	<p><b>C3.2.1 Concevoir et mettre en œuvre des procédures pour traiter les dysfonctionnements liés aux fournisseurs</b>, en exploitant des outils de qualité appropriés, et en tenant compte des contextes opérationnels et des impératifs de production, afin de caractériser les anomalies et identifier des solutions fonctionnelles</p> <p><b>C3.2.2 Suivre l'application par l'équipe qualité et les parties prenantes du plan d'actions correctif des dysfonctionnements liés aux fournisseurs</b>, en évaluant ses retombées, pour résoudre les dysfonctionnements et mettre en œuvre les points d'amélioration détectés le plus rapidement possible</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Proposer un circuit d'approvisionnement.</li> </ul> <p>Cette évaluation ne fait pas l'objet d'un rendu écrit, les candidats seront évalués en situation lors de la simulation.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Le/les anomalies de fonctionnement fournisseurs sont caractérisés (outils : AMDEC, Diagramme Ishikawa, 8D...), notamment sa cause, gravité, fréquence, etc.</li> <li>- Le plan d'actions correctif fournisseur est demandé par le candidat et évalué au regard des anomalies rencontrées</li> <li>- Les retombées des actions correctives dans la gestion des fournisseurs sont mesurées</li> </ul>
<p><b>A3.3</b> <b>Formalisation d'un circuit d'approvisionnement</b> en déterminant les circuits qui intègrent des critères écologiques et sociaux, pour optimiser les flux financiers, physiques et d'information</p>	<p><b>C3.3.1 Déterminer un schéma de gestion d'approvisionnement et de gestion des flux adapté à chaque typologie d'achat</b>, en intégrant la décarbonation et les principes d'éco-responsabilité, en implémentant les résultats d'une réflexion sur la blockchain, pour cartographier les flux (financiers, physiques et d'information) par typologie d'achat</p> <p><b>C3.3.2 Evaluer chaque circuit d'approvisionnement</b>, en calculant les coûts associés pour chacun et en quantifiant les risques d'approvisionnement par typologie d'achat, tout en intégrant les impacts écologiques et sociaux, dans le but de satisfaire les business partners</p>	<p><b>M3.2 (compétences de l'A3.3) Mise en situation professionnelle collective – avec notation individuelle – sous forme de jeu de rôle (oral) avec production d'un support écrit</b></p> <p>Sur la base d'une mise en situation professionnelle portant sur un contexte d'entreprise donné, le candidat devra proposer :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Un tableau de bord intégrant les objectifs à atteindre par segment d'achat,</li> <li>- Des indicateurs clés de performances (KPI) tout en intégrant les impacts écologiques et sociaux dans le but de satisfaire les commanditaires.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Les flux financiers, physiques et d'information dans la gestion d'approvisionnement sont cartographiés de façon exhaustive</li> <li>- Les risques d'approvisionnement sont correctement quantifiés</li> <li>- Le circuit d'approvisionnement intègre le cas échéant :             <ul style="list-style-type: none"> <li>• Le dimensionnement des stocks,</li> <li>• Le multi-sourcing.</li> </ul> </li> <li>- Les critères RSE et une réflexion sur la blockchain sont intégrés dans la détermination des circuits d'approvisionnement</li> </ul>

<p><b>A3.4</b> <b>Mise en place des procédures et outils pour mesurer et améliorer la performance de l'organisation des achats</b>, en alignement avec les objectifs stratégiques</p>	<p><b>C3.4.1 Concevoir un tableau de bord et le reporting associé</b>, en intégrant les objectifs à atteindre par segment d'achat, pour mesurer et améliorer la performance de l'organisation des achats et ses impacts sur l'environnement</p> <p><b>C3.4.2 Définir les KPI, les indicateurs et mesures les plus appropriées en lien avec le contrat d'achat</b>, en expliquant les résultats obtenus dans le cadre d'un reporting achat, pour avoir une vision actualisée du niveau de performance du contrat d'achat</p>	<p><b>M3.3 (compétences des A3.4 et A3.5) Mise en situation professionnelle individuelle écrite</b> L'étude de cas porte sur le déploiement d'un contrat, le candidat devra individuellement, par écrit, proposer :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Des préconisations en matière de communication de la performance des achats aux différentes parties prenantes internes et externes à la suite du déploiement des contrats,</li> <li>- Une proposition de pilotage du contrat d'achat et de la gestion de la relation fournisseur.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Le tableau de bord intègre les objectifs fixés par la direction d'achat en lien avec la stratégie globale de l'entreprise et mesure le niveau de performance achat</li> <li>- Les indicateurs proposés et leur suivi sont en adéquation avec les objectifs poursuivis par segments d'achats</li> <li>- Le reporting proposé permet de donner des indications opérationnelles quant aux résultats communiqués par le tableau de bord des achats</li> </ul>
<p><b>A3.5</b> <b>Gestion des relations avec les parties prenantes internes et externes</b>, en tenant compte des besoins spécifiques des collaborateurs et fournisseurs, potentiellement en situation de handicap</p>	<p><b>C3.5.1 Piloter la relation fournisseur en fonction du niveau de relation</b> (supplier relationship management - SRM) et en animant des revues de performance fournisseur, en présentant les résultats de performance par type d'achat et en s'adaptant aux interlocuteurs dans une démarche inclusive (diverses situations de handicap) pour maintenir et/ou améliorer les prestations des fournisseurs</p> <p><b>C3.5.2 Identifier des axes d'amélioration visant la relation fournisseur</b>, en développant les compétences internes (expertise technique, expertise marché...), en partageant le réseau et les informations du marché, afin de pérenniser la relation fournisseur et l'accompagner dans son développement mutuellement bénéfique</p>	<p>Une proposition de pilotage du contrat d'achat et de la gestion de la relation fournisseur.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Les problématiques et les enjeux propres aux parties prenantes internes visant la relation fournisseur sont clairement identifiés</li> <li>- Le besoin d'information lié à l'acte d'achat est déterminé par type d'achat</li> <li>- L'adaptation de la communication aux différents acteurs (internes et externes à l'acte d'achat) et la fréquence des échanges sont définies par rapport à leurs attentes/besoins</li> <li>- Une proposition de pilotage de la relation fournisseur est formalisée et intègre :             <ul style="list-style-type: none"> <li>• Une revue de performance (indicateurs suivis, fréquence...),</li> <li>• Des axes de développement fournisseur en fonction de l'intérêt stratégique pour l'organisation (SRM),</li> <li>• Des axes de pérennisation de la relation fournisseur en fonction de la typologie d'achat visée (SRM),</li> <li>• Les situations de handicap.</li> </ul> </li> </ul>

## BLOC OPTIONNEL 1 : Intégrer l'optimisation des flux d'approvisionnement (VALUE CHAIN) à sa gestion des achats

*Dans un contexte de petite et moyenne entreprise, axé sur la production, le responsable des achats est un véritable acteur de la « value chain » et ses responsabilités vont au-delà de la simple fonction d'achat (mise en œuvre et pilotage des contrats d'achat). Il va jusqu'au bout de la chaîne d'approvisionnement, afin d'être un acteur essentiel de l'optimisation de chaîne de valeur, en trouvant un équilibre optimal entre les coûts d'acquisition, les coûts d'immobilisation et la prise en compte des risques d'approvisionnement. Cette approche vise à prévenir les ruptures, assurant une disponibilité accrue des produits, tout en maintenant un coût global maîtrisé.*

REFERENTIEL D'ACTIVITES	REFERENTIEL DE COMPETENCES	REFERENTIEL D'EVALUATION	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
<p><b>AO.4.1 Planification et gestion des stocks</b>, en utilisant des modèles statistiques pour recenser les besoins et en déterminant des méthodes assurant une disponibilité optimale des produits</p>	<p><b>CO.4.1.1 Recenser les besoins de l'organisation par rapport à la consommation / production</b>, selon les différents types de stocks, en s'appuyant sur des modèles statistiques, afin de déterminer la juste quantité à approvisionner et de garder une bonne gestion des commandes</p> <p><b>CO.4.1.2 Définir une méthode de gestion de stock la plus adaptée</b>, selon la vision stratégique et le secteur d'activité (ex. le point de commande, l'analyse ABC, la quantité économique à commander (QEC), etc.), afin d'assurer un taux de disponibilité suffisant des produits, avec un coût de stockage acceptable, pour éviter les ruptures de stock et réduire les risques de surstockage</p> <p><b>CO.4.1.3 Déterminer les niveaux de stock permettant de faire face à la demande des prescripteurs et aux aléas</b>, tout en gardant un dimensionnement raisonnable, afin de limiter les coûts de stockage et de possession, d'éviter le stock mort ou stock dormant et d'optimiser les flux de trésorerie</p>	<p><i>Chaque modalité d'évaluation du bloc de compétences est organisée en mettant en œuvre, sous conseil de la référente handicap, des aménagements nécessaires aux situations spécifiques de handicap déclarées par le candidat, y compris d'un tiers-temps</i></p> <p><b>A l'issue d'une période en organisation, le candidat devra, à l'écrit, sous forme d'étude de cas, puis à l'oral, individuellement :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Réaliser une analyse de la fonction achat de son organisation et en dégager une problématique visant l'achat dit de production et flux d'approvisionnement, qui sera l'objet de l'étude achat,</li> <li>- Présenter les éléments de l'étude : le périmètre, les enjeux/risques, le positionnement sur la cartographie,</li> <li>- Etablir un diagnostic visant les problématiques du flux d'approvisionnement,</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Les bénéficiaires du besoin d'achat et la finalité du besoin par type de stocks sont identifiés et caractérisés avec des outils appropriés</li> <li>- La gestion de l'approvisionnement est réalisée en prenant en compte l'interaction avec l'ensemble des fonctions de l'organisation</li> <li>- La méthode de gestion de stocks est adaptée à la stratégie globale de l'organisation</li> <li>- La méthode de prévision de l'approvisionnement est établie en se basant sur l'historique de consommation, les prévisions de vente, le niveau de stocks actuel et des modèles statistiques</li> <li>- L'intégralité du processus d'approvisionnement est cartographiée depuis la commande jusqu'au paiement au fournisseur</li> <li>- Le niveau de stock est calculé afin d'être un point d'équilibre entre la réduction du risque lié aux aléas et son coût</li> </ul>

<p><b>AO.4.2</b> <b>Gestion de l'approvisionnement</b>, qui implique de superviser l'intégralité du circuit d'approvisionnement pour identifier des optimisations tout au long de la chaîne de valeur</p>	<p><b>CO.4.2.1 Surveiller le circuit d'approvisionnement dans son intégralité</b>, selon les différentes étapes (passage de la commande, confirmation, réception, paiement), en assurant une coordination fluide entre les différents départements, en utilisant des outils de gestion intégrés, pour superviser les commandes en temps réel, anticiper les éventuels retards ou erreurs et les corriger immédiatement, afin d'identifier des optimisations tout au long de la chaîne de valeur</p> <p><b>CO.4.2.2 Superviser la réception des marchandises et le processus de paiement</b>, en mettant en place des contrôles stricts à la réception pour vérifier la conformité des produits, en utilisant des systèmes automatisés pour traiter les paiements de manière rapide et sécurisée, en cherchant constamment des moyens d'améliorer les processus, afin de réduire les coûts et les délais</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Présenter les axes de progrès et d'amélioration proposés (préconisations) avec les résultats attendus visant le flux d'approvisionnement,</li> <li>- Détailler la mise en œuvre des préconisations avec la présentation d'un plan d'actions qui cible les causes fondamentales du diagnostic établi et d'un plan d'actions présentant les résultats réels obtenus ou attendus concernant le flux d'approvisionnement, qui intègre l'ensemble des contraintes de l'environnement (ressources humaines et financières, maturité du service, politique des achats...).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Le système de gestion de l'approvisionnement permet de suivre le niveau des stocks en temps réel, d'éviter les ruptures de stock, et de planifier le réapprovisionnement (prévoir les demandes et assurer des stocks suffisants)</li> <li>- Les outils de gestion de commandes utilisés permettent de suivre les commandes depuis le moment où elles sont passées jusqu'à la livraison, ainsi que de résoudre les problèmes et les délais de livraison</li> <li>- La méthode de supervision de l'approvisionnement est basée sur des systèmes automatisés et permet d'optimiser les niveaux de stocks, de réduire les coûts et les erreurs</li> <li>- La supervision du processus d'approvisionnement est intégrée à d'autres systèmes de l'organisation et assure le partage d'information, l'automatisation des processus et la génération d'analyses et rapports sur les fonctionnalités, les produits, etc.</li> </ul>
---	---	---	---

## BLOC OPTIONNEL 2 : Intégrer les spécificités de la COMMANDE PUBLIQUE dans sa gestion des achats

Dans le cadre des achats régis par les règles de la commande publique, le responsable des achats veille à respecter ces aspects juridiques tout au long du processus d'achat, qui repose sur trois principes fondamentaux : le libre accès à la commande publique, l'égalité de traitement et la transparence des procédures. L'objectif est d'assurer une bonne utilisation des deniers publics et de réduire les risques de litiges, qui pourraient entraîner la responsabilité légale de l'organisation, ainsi que des retards dans l'attribution des marchés.

REFERENTIEL D'ACTIVITES	REFERENTIEL DE COMPETENCES	REFERENTIEL D'EVALUATION	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
<p><b>AO.5.1</b> <b>Planification et mise en œuvre des achats publics</b>, par l'analyse des textes de lois pour élaborer des cahiers des charges d'appels d'offres, assurant la continuité de service et la réduction des frais</p>	<p><b>CO.5.1.1 Analyser le contexte de la commande publique au travers des textes de lois en vigueur</b>, en identifiant les outils à disposition qui favorisent le développement durable et l'innovation, en tant que leviers stratégiques de la performance, afin de déterminer la procédure et les documents associés à adopter</p> <p><b>CO.5.1.2 Choisir la stratégie d'achats publics</b>, en définissant l'organisation des consultations selon le cadre législatif, en intégrant des considérations environnementales, sociales et économiques, et les obligations de déclaration des données, afin d'assurer une continuité de service et de prioriser les marchés à forts enjeux</p> <p><b>CO.5.1.3 Préparer le dossier administratif d'achat public responsable</b>, en intégrant les éléments légaux, ainsi que des éléments visant des solutions innovantes et à visées environnementales, sociales ou économiques, veillant à l'exigence de transparence et d'ouverture des données de la commande</p>	<p><i>Chaque modalité d'évaluation du bloc de compétences est organisée en mettant en œuvre, sous conseil de la référente handicap, des aménagements nécessaires aux situations spécifiques de handicap déclarées par le candidat, y compris d'un tiers-temps</i></p> <p><b>A l'issue d'une période en organisation, le candidat devra, à l'écrit, sous forme d'étude de cas, puis à l'oral, individuellement :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Réaliser une analyse de la fonction achat de son organisation et en dégager une problématique liée à l'achat public, dit de production ou hors production, qui sera l'objet de l'étude achat,</li> <li>- Etablir un diagnostic de l'organisation visant les problématiques d'achat public,</li> <li>- Présenter les axes de progrès et d'amélioration proposés (préconisations) avec les résultats attendus, Procédures de passation des marchés publics</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Le contexte de la commande publique est examiné en détail, en tenant compte de son interaction avec l'ensemble des fonctions de l'organisation et de la stratégie globale de l'organisation</li> <li>- La préconisation et la justification du diagnostic visant la commande publique sont juridiquement conformes à la réglementation de l'achat public</li> <li>- La stratégie d'achats publics responsables intègre des éléments innovants et des solutions à visées environnementales, sociales ou économiques</li> <li>- La préparation du dossier administratif d'achat public est alignée sur une organisation du marché pertinente (choix de la procédure, documents associés...) compte tenu des enjeux de l'achat visant la commande publique (criticité, enjeux financiers, transparence...)</li> <li>- Les documents administratifs visant la commande publique respectent la stratégie d'achat définie</li> <li>- La commande publique respecte les procédures de passation des marchés publics,</li> </ul>



<p><b>AO.5.2 Attribution et gestion des marchés publics,</b> par la sélection des meilleures offres, répondant au cadre financier et juridique</p>	<p>publique, pour réaliser une consultation en phase avec la réglementation et permettant d'utiliser les leviers de création de valeurs d'achats</p> <p><b>CO.5.2.1 Attribuer le marché à la suite de l'analyse des offres et éventuelles auditions des fournisseurs,</b> selon les documents de consultation propres aux achats publics, en conformité avec le cadre juridique et en évitant les risques de recours des fournisseurs non retenus pour sélectionner la ou les meilleures offres pour l'organisation</p> <p><b>CO.5.2.2 Piloter et suivre le marché,</b> en respectant la règle de non-modification substantielle du marché, en veillant à la conformité avec les spécifications contractuelles, en surveillant régulièrement les performances des fournisseurs, et en communiquant fréquemment avec les parties prenantes, pour anticiper et résoudre les éventuels problèmes et pour s'assurer que les obligations prises de part et d'autre sont respectées</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Rendre compte de la mise en œuvre des préconisations avec la présentation d'un plan d'actions (théorique) qui cible les causes fondamentales du diagnostic établi, visant à éliminer ou à atténuer leurs effets et d'un plan d'actions réel visant la <i>commande publique</i>, qui détaille les actions du plan théorique, en mettant en avant leurs effets ainsi que les écarts éventuels justifiés.</li> </ul>	<p>le cadre juridique et le code de la commande publique</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- La proposition d'attribution du marché est conforme au cadre réglementaire (visant l'offre économiquement la plus avantageuse sur la base de critères objectifs) et pertinente au vu de la stratégie d'achat</li> <li>- Le pilotage visant la commande publique respecte la règle de non-modification substantielle du marché</li> <li>- La gestion administrative des contrats permet le traitement des éléments contractuels du marché durant l'exécution financière et opérationnelle</li> </ul>
--	---	--	---

## BLOC OPTIONNEL 3 : Intégrer les spécificités du contexte INTERNATIONAL dans sa gestion des achats

*Dans le cadre de la conduite d'actes d'achats dans un environnement international, le responsable des achats se doit d'intégrer les spécificités liées aux importations et au commerce international, ainsi que les spécificités multiculturelles, pour faciliter les échanges commerciaux avec ses différentes parties prenantes, tant internes qu'externes.*

<p><b>AO.6.1</b> <b>Analyse des cadres réglementaires et juridiques internationaux et leur applicables aux achats</b></p>	<p><b>CO.6.1.1 Engager dans la formalisation des relations commerciales les exigences contractuelles internationales et les directives des institutions internationales</b>, en prenant en compte les implications légales et réglementaires des accords internationaux, y compris les lois sur les importations /exportations, les taxes, et les accords commerciaux régionaux ou bilatéraux, afin de faciliter une contractualisation appropriée avec les fournisseurs internationaux</p> <p><b>CO.6.1.2 Incorporer les spécificités liées aux importations et douanes avec les différents pays dans le schéma d'approvisionnement</b>, en prenant en compte les droits de douane, les taxes import / export, les quotas, tout en veillant aux exigences liées à l'espèce (le classement de produit dans la nomenclature douanière), l'origine (ou la destination) et la valeur de la marchandise, afin d'établir un circuit sécurisé des marchandises</p>	<p><i>Chaque modalité d'évaluation du bloc de compétences est organisée en mettant en œuvre, sous conseil de la référente handicap, des aménagements nécessaires aux situations spécifiques de handicap déclarées par le candidat, y compris d'un tiers-temps</i></p> <p><b>A l'issue d'une période en entreprise, le candidat devra, à l'écrit, sous forme d'étude de cas, puis à l'oral – en anglais – individuellement :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Réaliser une analyse de la fonction achat de son organisation et en dégager une problématique visant <i>l'achat à l'international</i>, dit de production ou hors production, qui sera l'objet de l'étude achat,</li> <li>- Etablir un diagnostic sous note d'opportunité, en français et en anglais, visant l'achat à l'international,</li> <li>- Présenter les axes de progrès et d'amélioration proposés (préconisations) avec les résultats attendus, en français et en anglais,</li> <li>- Détailler la mise en œuvre des préconisations, avec la présentation d'un plan d'actions qui cible les causes fondamentales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La stratégie d'achat international est basée sur les meilleures opportunités en matière de coût, qualité, et délai de livraison, qui correspondent à la stratégie globale de l'organisation</li> <li>- Les critères de sélection des fournisseurs internationaux (la stabilité financière, les références et la réputation, les standards éthiques et de durabilité, etc.) correspondent et renforcent le processus d'achat</li> <li>- Les spécificités et les exigences contractuelles avec les fournisseurs internationaux garantissent la conformité des produits aux standards attendus, ainsi que la conformité aux normes légales et réglementaires des accords internationaux</li> <li>- La stratégie visant la gestion des risques des achats à l'international est adéquate, veillant au contrôle qualité et aux réseaux de distribution fiables</li> <li>- Le plan mis en place visant l'assurance qualité tout au long de la chaîne d'approvisionnement, définit clairement les responsabilités de chaque partie prenante</li> <li>- Le circuit d'approvisionnement sécurisé établi, intègre de manière adéquate les spécificités liées aux importations et aux procédures douanières avec divers pays (l'espèce, l'origine, la valeur, etc.)</li> </ul>
---	--	---	--

<p><b>AO.6.2</b> <b>Gestion de l'aspect multiculturel et macro-économique des relations achats dans un contexte international</b></p>	<p><b>CO.6.2.1 Analyser l'environnement international et géopolitique en décryptant les grandes dynamiques économiques</b>, politiques et sociologiques pour rédiger une note d'opportunité mettant en exergue les risques achats et les éventuelles opportunités</p> <p><b>CO.6.2.2 Coordonner la relation fournisseur</b>, en respectant les usages en vigueur de chaque interlocuteur, en utilisant des techniques de communication adaptées au contexte culturel et réglementaire des business partners internationaux (y compris les spécificités pour la prise en compte du handicap dans chaque pays), en faisant appel à des interprètes ou des traducteurs (hors anglais) si nécessaire, afin de prévenir les incompréhensions linguistiques potentielles</p>	<p>du diagnostic établi et d'un plan d'action réel, présentant les résultats réels obtenus ou attendus visant l'achat à l'international, qui intègre l'ensemble des contraintes de l'environnement : ressources humaines et financières, maturité du service, politique d'achats...</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- L'analyse de l'environnement de l'achat à l'international intègre le respect des normes environnementales et sociales</li> <li>- La note d'opportunité visant l'environnement international et géopolitique met en évidence les risques et les opportunités pour les achats à l'international, avec des recommandations pertinentes</li> <li>- La négociation de prix et des termes du contrat d'achat à l'international est basée sur une préparation et une stratégie de négociation adaptées (anticiper les formalités administratives, les coûts liés au dédouanement, etc.), en prenant en compte les diverses situations de handicap</li> <li>- Les interactions professionnelles avec les fournisseurs internationaux favorisent une communication efficace (utilisation précise et contextuelle du vocabulaire spécifique, appel à des interprètes ou des traducteurs) et une coordination optimale</li> </ul>
---	--	---	---

L'obtention de la certification entière « Responsable des achats » est conditionnée à la validation des trois blocs de compétences du tronc commun, d'un bloc parmi les trois blocs optionnels définis, ainsi qu'à la validation d'une évaluation transversale sous forme d'étude de cas.

Cette étude de cas est réalisée dans le cadre d'une mise en situation professionnelle, portant sur des compétences reliées à l'ensemble des blocs de compétences de la certification. Le candidat devra, individuellement, par écrit :

- Analyser les besoins des business partners et des marchés fournisseurs,
- Définir la stratégie d'achat, sélectionner, puis contractualiser avec les fournisseurs,
- Piloter le déploiement, mesurer la performance achat & fournisseurs.