

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
<p>A1. Analyse des enjeux et besoins globaux de l'entreprise et évaluation de leur incidence sur la politique d'achat</p> <ul style="list-style-type: none"> - Analyse du positionnement, du modèle économique et des engagements RSE de l'entreprise. - Prise d'informations auprès des directions fonctionnelles et métiers de l'entreprise, concernant leurs enjeux, besoins et projets de développement. - Audit de la fonction achat de l'entreprise. <p><i>En vue de proposer une politique d'achat alignée avec les projets de développement et le positionnement de l'entreprise, le Manager de la Performance Achat conduit une analyse interne, fondée sur une prise d'informations auprès des différentes directions, qu'elles soient fonctionnelles, métiers ou générales. Il peut ainsi identifier les besoins associés et déterminer les priorités assignées aux achats, en matière de produits ou services recherchés, d'innovation, de relocalisation, de rentabilité économique et de RSE.</i></p>	<p>C1. Identifier la stratégie et les politiques globales de l'entreprise, ses enjeux de développement et ses valeurs, notamment en matière de RSE, afin de déterminer leur traduction et conditions d'intégration dans la définition de la politique achat et des stratégies associées, ainsi que leur déclinaison dans l'organisation de la fonction et ses processus.</p>	<p>Dans le cadre d'une mise en situation, portant sur une entreprise fictive ou réelle, les candidats élaborent une proposition de politique achats, déclinée dans une stratégie et un plan d'action. La politique proposée s'appuie sur la réalisation d'un diagnostic interne/externe préalable.</p> <p>Chaque candidat fournit un livrable dans lequel il formalise une proposition de politique achats.</p>	<p>Le candidat présente synthétiquement les caractéristiques de l'entreprise et leur incidence sur la politique achat :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Le positionnement de l'entreprise et sa place sur son marché sont correctement définis et identifiés. - Les projets de croissance de l'entreprise et, le cas échéant, d'évolution de son positionnement et/ou de son modèle économique, sont analysés et leurs conséquences en matière d'achat sont identifiées et qualifiées. - Les dimensions liées aux valeurs de l'entreprise et sa politique RSE sont identifiées et leur impact traduit dans le cadre des achats.
	<p>C2. Etablir l'organigramme fonctionnel et les métiers de l'entreprise en identifiant les interactions entre les parties prenantes internes, en identifiant leurs problématiques, projets de développement et principales attentes en matière d'achat, afin d'évaluer la criticité de leurs besoins et les risques associés.</p>		<p>Le candidat réalise un organigramme fonctionnel de l'entreprise en lien avec les achats :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les fonctions de l'entreprise sont répertoriées de façon exhaustive. - La nature des liens et interactions entre les différentes fonctions sont spécifiées. - Les besoins généraux de chaque fonction en matière d'achat, et l'impact de ceux-ci en matière de fonctionnement et de compétitivité, sont qualifiés.

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
	C3. Diagnostiquer et cartographier les achats de l'entreprise et les flux associés, à l'aide des outils digitalisés, afin de repérer ses forces, faiblesses et éventuels dysfonctionnements et de préparer l'optimisation des processus concernés.		<p>Le candidat produit une cartographie des achats de l'entreprise et des flux associés :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les grands besoins d'achat et leurs flux associés sont hiérarchisés et priorisés. - La cartographie proposée intègre les contraintes et les risques. - L'analyse met en évidence les points forts et les faiblesses de l'entreprise en matière d'achat.
<p>A2. Veille des marchés amont de l'entreprise sur les plans géopolitique, géostratégique, technologique, économique, juridique et commercial</p> <ul style="list-style-type: none"> - Organisation d'un système de veille stratégique et choix de ses outils et modalités associées. - Identification des évolutions des marchés amont de l'entreprise sur les plans géopolitique, géostratégique, technologique, économique, juridique et commercial. - Qualification des opportunités et menaces portées par les marchés amont de l'entreprise sur les plans géopolitique, géostratégique, technologique, économique, juridique et commercial. <p><i>Compte tenu des besoins généraux de l'entreprise et de leur criticité, le Manager de la Performance Achat assure une analyse fine de son environnement externe, c'est-à-dire de ses marchés amont. Il met en place</i></p>	C4. Définir un système de collecte d'informations robuste et digitalisé sur les marchés amont de l'entreprise, en tenant compte de ses zones d'approvisionnement et de leurs spécificités, afin de disposer des éléments permettant d'en repérer les évolutions, opportunités et risques.		<p>Le candidat met en place un système de veille efficace :</p> <ul style="list-style-type: none"> - La méthodologie employée permet la collecte des informations clés (complétude), pour l'étude de l'environnement de l'entreprise. - Les données collectées sont fiables et actualisées.
	C5. Cartographier les risques portés par les marchés amont de l'entreprise, en analysant leurs caractéristiques et leur actualité sur les plans géopolitique, géostratégique, technologique, économique, juridique et commercial, afin d'en qualifier et d'en évaluer l'impact sur l'activité, l'économie et la réputation de l'entreprise.		<p>Le candidat réalise une cartographie des risques associés aux marchés amont de l'entreprise :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les facteurs environnementaux ayant un impact potentiel ou avéré pour l'entreprise et sa politique achats sont identifiés. - Les principaux risques affectant les achats et ses flux associés sont identifiés et leur degré de criticité qualifié. - Des mesures sont identifiées pour anticiper les risques et minorer de leur impact en cas de survenue.

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
<p><i>un système de veille sophistiqué, lui permettant de disposer d'informations significatives sur tout facteur pouvant avoir un impact sur les achats et la gestion des flux associés : conjoncture économique, événement politique, conditions environnementales, législation règlementant l'ouverture des marchés... Il repère les tendances et moteurs d'évolution présentant des opportunités ou des risques, dont il qualifie l'impact, afin d'en intégrer la prise en compte dans l'élaboration de la politique achat.</i></p>	<p>C6. Définir les opportunités portées par les marchés amont de l'entreprise en matière de technologie, d'innovation d'ouverture, de sécurisation et d'alignement avec ses engagements RSE, afin d'en déterminer l'amplitude et les modalités.</p>		<p>Le candidat présente les opportunités portées par les marchés amont de l'entreprise :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les opportunités repérées sont de différentes natures (économique, réglementaire, innovation...). - L'intérêt et les gains potentiels attachés aux opportunités repérées sont évalués. - La possibilité et les conditions de saisie des opportunités repérées sont esquissées.
<p>A3. Définition des orientations fondant la sécurisation des achats et des flux associés dans un cadre durable et responsable</p> <ul style="list-style-type: none"> - Réalisation d'un diagnostic établissant les forces et faiblesses de l'entreprise concernant ses achats et les marchés amont associés. - Définition des priorités de l'entreprise en matière d'achats et de la recherche de plus-value associée. - Identification des actions et projets assurant la mise en œuvre d'une stratégie d'achats sécurisée, respectueuse des engagements RSE de l'entreprise et minorant son impact sur l'environnement. <p><i>Le Manager de la Performance Achat s'appuie sur la réalisation d'un diagnostic croisant l'analyse des environnements interne et externe de l'entreprise, afin de définir les orientations de sa politique achat</i></p>	<p>C7. Etablir un diagnostic stratégique concernant les achats de l'entreprise et la gestion des flux associés, en croisant l'analyse de son environnement interne et externe, afin de définir et de qualifier son système de forces et faiblesses, d'opportunités et de menaces.</p>		<p>Le candidat présente un diagnostic stratégique des enjeux de l'entreprise en lien avec les achats :</p> <ul style="list-style-type: none"> - L'analyse soutenant le diagnostic s'appuie sur un outil éprouvé de type PESTEL, SWOT, matrice de Porter... - Le diagnostic intègre les dimensions interne et externe de l'environnement de l'entreprise. - Le constat des forces/faiblesses et opportunités/risques lié à la fonction achats est réaliste.
	<p>C8. Formuler les intentions et orientations générales fixant une politique sécurisée, durable et responsable des achats de l'entreprise et des flux associés, en les alignant sur les tendances émergentes et en anticipant les évolutions futures et les risques dans la chaîne d'approvisionnement, afin de servir de façon optimale les objectifs de l'entreprise, compte tenu de ses enjeux économiques, technologiques, RSE et commerciaux.</p>		<p>Le candidat dessine les lignes d'une politique achats alignée avec les enjeux et la proposition de valeur de l'entreprise :</p> <ul style="list-style-type: none"> - La politique achats intègre les axes qualité, coûts, délais, services et RSE sur la base de la politique de l'entreprise et de ses enjeux de développement. - Les recommandations formulées répondent à l'analyse du diagnostic.

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
<p><i>en alignement avec ses objectifs économiques et de développement, ainsi qu'avec son positionnement, ses valeurs revendiquées et ses engagements sur les plans sociétal et environnemental. Il formalise les axes de cette politique et les décline en plans d'action, qu'il présente à la direction de l'entreprise, afin de les valider avant mise en œuvre.</i></p>	<p>C9. Traduire la politique sécurisée, durable et responsable des achats de l'entreprise, en définissant les objectifs économiques, qualitatifs et RSE associés et en la déclinant dans des plans d'action stratégique portant sur l'innovation, la sécurisation et la digitalisation, afin d'encadrer la mise en œuvre de la stratégie achat.</p>		<p>- Le vocabulaire utilisé lors de la présentation est professionnel, adapté et intelligible.</p>
			<p>Le candidat formalise un plan d'actions stratégiques déclinant la politique achat :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les risques sont clairement identifiés et anticipés dans l'élaboration de la stratégie. - Le plan d'action répond à la politique d'achat et permet de hiérarchiser les priorités, définir les jalons et les objectifs associés. - Les objectifs découlant de la politique achats sont clairs, mesurables et en cohérence avec les enjeux de développement et le positionnement RSE de l'entreprise.
<p>A4. Définition des besoins d'achat de produits ou services complexes et/ou à caractère stratégique</p> <ul style="list-style-type: none"> - Définition et formalisation du besoin exprimé par les clients internes de l'entreprise. - Analyse des marchés potentiels. 	<p>C10. Organiser en mode projet la mobilisation et l'intégration des clients internes dans le processus achat associé à leurs besoins, en formalisant, avec ces derniers, les objectifs, jalons et méthodes utilisées, afin d'optimiser le processus de définition des besoins et réduire les risques d'écart.</p>	<p>Dans le cadre d'une mise en situation, portant sur une entreprise fictive ou réelle, chaque candidat formalise, sous forme d'un livrable écrit, les besoins d'achat d'un</p>	<p>Le candidat met en place une organisation formalisée :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les échéances et jalons sont définis ; - Les acteurs du projet identifiés et les rôles explicités ; - Les indicateurs sont explicités et pilotés.

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
<p>- Choix de la procédure de consultation des fournisseurs potentiels à mettre en place.</p> <p><i>Dans le cadre du processus d'achat d'un bien, la première étape consiste, pour le Manager de la Performance Achat, à recueillir, analyser et challenger les besoins émis par les différents services de l'entreprise. Il travaille étroitement avec les services émetteurs, afin de saisir la nature de leurs besoins, la finalité et l'utilité du produit ou service souhaité, son éventuelle rareté, ainsi que son degré de sophistication. Dans les cas complexes, concernant des produits ou services présentant une grande technicité, ainsi qu'en cas de conception d'un nouveau produit, il peut associer à la démarche les services R&D de l'entreprise, notamment pour la rédaction des spécifications techniques.</i></p> <p><i>Une fois ce travail consolidé, il peut formaliser les exigences attachées au bien ou service recherché, ainsi qu'à ses conditions d'acquisition et d'approvisionnement.</i></p> <p><i>Il réalise ensuite l'analyse des marchés pouvant satisfaire le besoin défini et, en fonction de ses caractéristiques et des</i></p>	<p>C11. Evaluer les besoins émis ou futurs (marketing achat) par les clients internes de l'entreprise, en mobilisant les expertises internes nécessaires à sa compréhension et à sa description précise (R&D, marketing, équipes techniques...), afin d'identifier les solutions produits/services y répondant le plus favorablement dans une logique d'anticipation et de prospective, intégrant innovation technologique et bénéfices environnementaux sur le moyen voire le long terme.</p>	<p>produit ou service revêtant un caractère stratégique.</p>	<p>Le candidat présente le fruit de l'analyse du besoin générateur d'un projet d'acquisition de bien ou service complexe :</p> <ul style="list-style-type: none"> - La méthodologie appliquée est justifiée. - Les informations recueillies permettent d'identifier l'exhaustivité des besoins. - Le cas échéant, les fonctionnalités répondant aux besoins spécifiques des utilisateurs en situation de handicap sont identifiées et définies.
	<p>C12. Traduire le besoin exprimé dans un dossier d'achat formalisé comportant cahier des charges et exigences d'achat et/ou d'approvisionnement, afin de le diffuser aux fournisseurs potentiels en conformité avec les attentes de qualité, délai et respect des exigences RSE de l'entreprise.</p>		<p>Le candidat formalise un dossier d'achat en lien avec un projet d'acquisition de bien ou service complexe :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Le cahier des charges est formalisé en tenant compte des contraintes budgétaires et réglementaires. - Les aspects techniques et/ou fonctionnelles sont explicités. - Les exigences d'achats (RSE, QCD) sont précisées. - Le cas échéant, des spécifications fonctionnelles satisfaisant les besoins particuliers des utilisateurs en situation de handicap du bien/service sont intégrées au cahier des charges.

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
<i>contraintes réglementaires, choisir les conditions de consultation et de mise en concurrence des fournisseurs potentiels.</i>	C13. Sourcer les marchés nationaux et/ou internationaux potentiellement en capacité de satisfaire le besoin défini, en repérant leurs principaux acteurs et leurs positionnements respectifs, et en identifiant les éventuels obstacles d'accès, ainsi que les risques de tous ordres (économique, géopolitique, réglementaire, éthique, environnemental...), afin de décider des modalités favorables, avantageuses et sécurisées pour acheter le bien ou service recherché.		<p>Le candidat réalise une étude de marché fournisseurs en lien avec un projet d'acquisition de bien ou service complexe :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les acteurs du marché fournisseurs sont répertoriés de façon exhaustive. - Les acteurs identifiés sont caractérisés. - Les spécificités du marché fournisseurs ciblé sont identifiées et les obstacles éventuels à prendre en compte sont inventoriés.
	C14. Déterminer l'approche adaptée pour mobiliser les fournisseurs potentiels en vue de l'acquisition du produit/service recherché, afin de repérer, sélectionner, homologuer et qualifier les acteurs en mesure de satisfaire les exigences de qualité, coût, délai et dimension RSE et d'optimiser la procédure d'achat dans le respect des obligations réglementaires, de transparence et de mise en concurrence.		<p>Le candidat choisit la procédure d'achat adaptée au projet d'acquisition de bien ou service complexe :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Le processus proposé respecte les obligations réglementaires de transparence et de mise en concurrence. - Le processus d'homologation des fournisseurs est basé sur un questionnaire détaillé.
<p>A5. Sélection, négociation et contractualisation en vue de l'achat de produits ou services complexes et à caractère stratégique</p> <ul style="list-style-type: none"> - Evaluation et sélection du fournisseur présentant les meilleures garanties au regard du besoin exprimé et des exigences associées. - Négociation des conditions d'achat du bien ou service recherché. - Contractualisation et sécurisation du marché. 	C15. Etudier les offres transmises par les fournisseurs candidats, en mobilisant des outils d'évaluation objectifs et couvrant de façon pondérée l'ensemble des critères décisifs (capacités techniques, solidité financière, réputation, responsabilité sociétale et environnementale...), afin de déterminer lesdites évaluations de façon transparente et argumentée, en les alignant sur les exigences de l'entreprise.	<p>Sur la base d'une mise en situation, chaque candidat doit, dans un premier temps, rédiger un livrable écrit permettant d'évaluer la qualité et la pertinence de la préparation de la négociation et du cadre juridique. En s'appuyant sur ce document, il réalise une négociation en anglais avec un fournisseur potentiel.</p>	<p>Le candidat restitue et justifie la sélection du fournisseur pour l'acquisition d'un bien ou service complexe :</p> <ul style="list-style-type: none"> - La sélection du fournisseur est argumentée sur la base de l'étude de marché. - La grilles de comparaison des offres fournisseurs permet de mettre en évidence les fournisseurs répondants aux critères de sélection. - La grille de sélection intègre les critères de handicap.

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	
<p><i>Le Manager de la Performance Achat réalise une analyse minutieuse des offres remises par les fournisseurs potentiels, dans le cadre d'un appel d'offre ou de toute autre procédure de consultation, dématérialisée ou non. Il conduit leur évaluation de façon objective, croisant des indicateurs de différentes natures, en fonction de critères de choix préétablis et pondérés : aspects financiers, capacités à respecter les délais, fiabilité, qualité technique, mais également satisfaction d'exigences en lien avec les dimensions sociétales et environnementales. Après avoir opéré la sélection, il conduit le processus de négociation, qui peut être long et complexe, nécessitant plusieurs rendez-vous en présence ou à distance, et qui peut se dérouler dans un contexte multiculturel. Après accord, il veille à la sécurisation du marché, en formalisant les clauses acceptées mutuellement et fixant les conditions de fonctionnement du marché. Pour ce faire, il s'appuie généralement sur l'expertise d'un service juridique.</i></p>			<ul style="list-style-type: none"> - Les préconisations de l'ISO 20400 sont prises en compte dans la grille de comparaison. - La pondération des critères est justifiée et tient compte de la politique des achats définie. 	
	C16. Elaborer une stratégie de négociation pour l'achat d'un bien ou service à un fournisseur sélectionné, en respectant les éléments culturels, en définissant les objectifs poursuivis et atteignables compte tenu du contexte et des positions respectives des parties prenantes, et en prenant en considération la valeur et/ou le coût total(e) de possession du bien ou service concerné, afin de parvenir à une issue favorable satisfaisant ses exigences sur les plans économiques, de la qualité, de la sécurité et de la RSE.			<p>Le candidat présente une stratégie de négociation avec un fournisseur pour l'acquisition d'un bien ou service complexe :</p> <ul style="list-style-type: none"> - La matrice de préparation de négociation répond aux objectifs attendus et conditions recherchées. - L'intérêt des fournisseurs est pris en compte. - La stratégie de négociation sélectionnée préfigure une relation fournisseurs ménageant les intérêts des deux parties prenantes.
	C17. Négocier les conditions d'acquisition et de fourniture du bien ou service recherché dans un contexte multiculturel et international, en déployant la stratégie définie et en l'adaptant au gré des discussions, afin d'obtenir un accord satisfaisant ses exigences et respectant les intérêts du fournisseur.			<p>Le candidat restitue la négociation avec un fournisseur pour l'acquisition d'un bien ou service complexe :</p> <ul style="list-style-type: none"> - La négociation est conduite dans le respect de la stratégie initiale et de l'éthique. - L'attitude mise en œuvre démontre une adaptabilité au regard du déroulement des échanges, du positionnement et des caractéristiques, notamment culturelles, de l'interlocuteur - L'usage oral et/ou écrit de l'anglais atteste d'un niveau de maîtrise B2 du CECRL

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
	C18. Définir les conditions contractuelles encadrant l'acquisition et la fourniture du bien ou service recherché au regard des législations de la zone concernée et de celles règlementant le commerce international, afin de sécuriser le marché et de mettre en place un partenariat bénéfique pour les deux parties.		Le candidat produit un contrat ou un accord-cadre pour la fourniture d'un bien ou service complexe : - Des clauses administratives valorisant les considérations environnementales et sociales, incluant notamment l'emploi des professionnels en situation de handicap, sont intégrées au contrat d'achat. - La rédaction du contrat ou de l'accord cadre de la relation commerciale comprend l'ensemble des engagements et des obligations des parties prenantes (sorties de contrats, clause amiable).
A6. Organisation des modalités et pilotage de gestion des flux nécessaires à la mise à disposition des biens et services dans un cadre national ou international <ul style="list-style-type: none"> - Définition des modalités de gestion des flux physiques, financiers et d'information dans le cadre d'échanges nationaux ou internationaux - Suivi de la réalisation des opérations de gestion des flux de l'entreprise dans une logique d'optimisation, de sécurisation et de prévention des risques nationaux et internationaux <i>Le Manager de la Performance Achat organise et suit les conditions d'acheminement, de livraison et des biens</i>	C19. Piloter la planification des approvisionnements au moyen d'outils digitaux permettant, le cas échéant, des approches prédictives et/ou prescriptives, afin d'assurer la satisfaction des clients au regard de leurs besoins et des impératifs de production et de distribution, dans un cadre national ou international.	Dans le cadre d'une mise en situation, portant sur une entreprise fictive ou réelle, chaque candidat élabore un plan de mise à disposition de biens acquis dans un contexte national ou international, visant à une optimisation de la gestion des flux physiques d'approvisionnement et/ou de gestion des stocks Le candidat fournit un livrable qui formalise le plan élaboré.	Le candidat planifie la mise à disposition des biens nécessaires à la réalisation de l'activité de l'entreprise : - La planification des approvisionnements est opérée au moyen d'outils digitaux permettant une approche prédictive et/ou prescriptive. - Les calculs établissant des besoins de disponibilité en quantité et délai sont justes et intègrent l'ensemble des informations de la chaîne logistique.
	C20. Planifier les modalités de transport des biens nécessaires à la production de l'entreprise, voire celui de la distribution de ses produits, dans un contexte national ou international, afin d'assurer la résolution des problématiques de sécurisation du processus de production, en respectant les impératifs de coût, ceux liés à la politique RSE de l'entreprise. Les impératifs réglementaires nationaux et/ou, dans le cas		Le candidat organise la mise à disposition matérielle des biens nécessaires à la réalisation de l'activité de l'entreprise : - Les outils réglementaires, financiers et de transport international sont utilisés de manière appropriée et permettent de réduire les risques et surcoûts.

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
<p><i>acquis par l'entreprise, conformément aux marchés conclus avec ses fournisseurs. Dans le cas de marchés européens, voire internationaux, il doit tenir explicitement compte des règles qui régissent les échanges internationaux.</i></p>	<p>d'échanges internationaux, les impératifs douaniers (Incoterms notamment), de sécurité et de sureté (OEA),</p>		<p>- Le choix de solution transport intègre les impératifs liés à la politique RSE de l'entreprise.</p>
	<p>C21. Superviser la réalisation des opérations liées à la gestion nationale et/ou internationale des flux de l'entreprise au moyen d'outils digitaux de gestion et de pilotage performants et centrées sur la donnée, en tenant compte des contraintes géopolitiques spécifiques à la dimension internationale, afin d'assurer la conformité du processus au regard des exigences réglementaires, qualité, délai et RSE et de garantir la satisfaction des clients internes et/ou des destinataires des produits de l'entreprise.</p>		<p>Le candidat propose un système de suivi de la mise à disposition matérielle des biens nécessaires à la réalisation de l'activité de l'entreprise :</p> <p>- Le choix des indicateurs opérationnels permet un suivi continu de la chaîne logistique internationale selon des indicateurs intégrant qualité, sécurité, RSE et délai.</p>
<p>A7. Pilotage de la gestion des stocks associée aux achats</p> <ul style="list-style-type: none"> - Définition des moyens matériels, immatériels et humains nécessaires à la gestion des stocks de l'entreprise - Organisation et suivi des modalités relatives au conditionnement, à la préparation et à l'organisation de la rotation des stocks (flux entrants et flux sortants) 	<p>C22. Définir les moyens techniques, organisationnels, humains et économiques, en lien avec les parties prenantes concernées, permettant de disposer des ressources nécessaires (plateforme logistique, entreposage) à la gestion des stocks, dans le respect de la politique achat, afin de sécuriser le processus de production de l'entreprise et d'optimiser les coûts.</p>		<p>Le candidat définit les moyens nécessaires à la mise à disposition des outils et espaces d'entreposage :</p> <ul style="list-style-type: none"> - La planification répond aux objectifs de l'entreprise et à la politique achat ; - Elle est dimensionnée et paramétrée de façon à minimiser les coûts et les risques ; - Elle intègre toutes les dimensions possibles de la politique d'entreposage (internalisation, externalisation, contractualisation avec les fournisseurs...) et justifie les décisions par des arguments objectifs et quantitatifs

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
<p><i>Le Manager de la Performance Achat organise et suit les conditions de stockage des biens acquis par l'entreprise, conformément aux marchés conclus avec ses fournisseurs sur les marchés nationaux et internationaux. Il concourt à la réflexion relative à la mise à disposition des immobilisations corporelles et incorporelles nécessaires.</i></p>			
	<p>C23. Piloter les modalités d'organisation du processus d'accueil des biens achetés et des activités nécessaires à l'alimentation du processus de production permettant un approvisionnement optimisé des équipements en lien avec le <i>lean management</i>, mais aussi de conditionnement, de préparation des commandes en vue de leur expédition vers les parties prenantes, en respectant les impératifs de coût et RSE de l'entreprise.</p>		<p>Le candidat définit les moyens nécessaires à la mise en œuvre du pilotage des flux :</p> <ul style="list-style-type: none"> - l'organisation et les immobilisations répondent aux impératifs financiers, réglementaires et RSE ; - ils sont définis de façon à minimiser les coûts et les risques ; - l'organisation proposée s'appuie sur les méthodes de <i>lean</i> adaptées à l'organisation - les décisions sont justifiées par des arguments objectifs et quantitatifs pertinents.

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
<p>A8. Développement de relations partenariales, durables et sécurisées avec les fournisseurs de l'entreprise</p> <p>- Suivi et entretien des liens avec les fournisseurs, par la mise en place d'une écoute mutuelle et au moyen d'outils digitaux. - Traitement des aléas avec les fournisseurs de l'entreprise.</p> <p><i>Le Manager de la Performance Achat assure le suivi de la concrétisation des marchés conclus avec les fournisseurs. Disposant d'outils sophistiqués, comme les plateformes de gestion de la relation fournisseurs, il peut veiller au respect des engagements pris contractuellement mais veille surtout à instaurer des relations pérennes, constructives, favorisant la sécurisation des transactions et de leurs modalités d'exécution, afin d'assurer un haut niveau de satisfaction des clients internes de l'entreprise et d'éviter toute rupture dans la chaîne d'approvisionnement et, in fine, dans la production de son offre de produits ou services.</i></p>	<p>C24. Animer la relation avec les fournisseurs, en mettant en place les actions instaurant un rapport équilibré fondé sur la confiance, l'intégrité et l'écoute mutuelle, afin de favoriser la pérennisation de liens vecteurs de sécurité et de plus-value pour l'entreprise.</p>	<p>Dans le cadre d'une mise en situation réelle ou simulée, portant sur une entreprise, les candidats produisent, sous la forme d'un livrable, la présentation d'un système d'évaluation des achats et de la gestion des flux associés, ainsi que la mesure de sa performance et le plan de progrès associé. Le bilan de la performance donne lieu à la formalisation d'un reporting auprès de la Direction et d'outil de communication interne</p> <p>Le candidat est évalué par la réalisation collective d'un business game ou étude de cas en équipe, puis par un oral individuel.</p>	<p>Le candidat présente les principes fondant une relation responsable avec un fournisseur :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Le mode de relation avec le fournisseur privilégie une approche amiable et partenariale. - Le mode de relation avec le fournisseur est aligné avec les termes de l'accord-cadre ou du contrat liant les deux parties.
	<p>C25. Vérifier l'exécution conforme des marchés conclus avec les fournisseurs, en utilisant des plateformes de gestion de la relation fournisseurs (SRM), incluant suivi des contrats et évaluation, afin d'assurer la satisfaction des clients internes et de prévenir toute défaillance des fournisseurs dans une logique de prévention des risques.</p>		<p>Le candidat présente les outils de suivi et d'entretien de la relation avec un fournisseur :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les engagements du fournisseur sont vérifiés au moyen d'un outil de type SRM. - Les écarts éventuels avec les engagements pris contractuellement sont repérés et qualifiés. - Les signaux précurseurs de risque concernant le fournisseur sont repérés.
	<p>C26. Gérer les situations de litige ou de conflit avec les fournisseurs de l'entreprise, en utilisant des techniques de résolution privilégiant le mode amiable, afin de parvenir à des solutions préservant les intérêts et les liens de l'entreprise et de ses fournisseurs.</p>		<p>Le candidat présente les modalités de résolution d'un litige avec un fournisseur :</p> <ul style="list-style-type: none"> - La nature du litige, ses causes et son degré de gravité sont présentés et évalués. - La solution proposée est élaborée en conciliant les intérêts de l'entreprise et du fournisseur.

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
<p>A9 - Evaluation et amélioration continue de la performance des achats et de la gestion des flux associés</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mise en place d'un système d'évaluation centrée sur la donnée, intégrant les dimensions économiques, budgétaires, qualité et extra-financières. - Interprétation des métriques restituées sous la forme de tableaux de bord. - Identification et mise en place de projets d'optimisation des achats et de la gestion des flux associés, intégrant les fournisseurs. <p><i>Le Manager de la Performance Achat assure le pilotage de la performance en veillant à l'alignement des résultats obtenus avec les objectifs assignés à la fonction achats, intégrant et pondérant l'importance des différentes dimensions en lien avec la politique de l'entreprise : rentabilité, réduction des coûts, empreinte environnementale, responsabilité sociale et sociétale... Il s'appuie, pour ce faire, sur un système sophistiqué de collecte et de traitement de données chiffrées, pour produire des indicateurs objectifs, dont l'interprétation lui</i></p>	<p>C27. Définir les indicateurs et critères de mesure de la performance achat et des flux associés, ainsi que les modalités de partage et de transmission de l'information dématérialisée, afin de bâtir des tableaux de bord permettant le pilotage et la vérification de l'atteinte des objectifs déterminés par la politique achats sur les plans économiques, budgétaires, de satisfaction client interne et de RSE.</p>		<p>Le candidat présente le système et les outils d'évaluation de la performance achats :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les indicateurs de performance déclinent en cohérence la politique de l'entreprise et les objectifs assignés à la fonction achats. - Le tableau de bord proposé est clair, utilisable et facilite l'identification et l'évaluation de l'efficacité ou des insuffisances de la performance achats.
	<p>C28. Analyser les indicateurs rendant compte de la performance achat et des flux associés, en repérant et qualifiant les facteurs de succès et les inefficiences, afin d'en déterminer les causes en vue de la mise en place de plans d'amélioration.</p>		<p>Le candidat évalue la performance achats :</p> <ul style="list-style-type: none"> - L'interprétation des indicateurs permet un constat d'inefficience ou d'écart au regard des objectifs assignés aux achats, intégrant les fournisseurs. - La performance est qualifiée avec justesse, intégrant dimension économique, qualité, satisfaction de service et RSE.

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
<p><i>permet de repérer les succès à capitaliser et les processus devant faire l'objet d'amélioration. Il anime une démarche collective de recherche de causes d'inefficience et des solutions d'optimisation à mettre en œuvre, dont il organise l'implémentation dans une logique écosystémique, intégrant l'ensemble des parties prenantes, internes ou externes, concernée.</i></p>	<p>C29. Elaborer des plans d'amélioration des achats et des flux associés, en définissant les moyens à mobiliser et en planifiant leurs conditions de réalisation, afin d'implémenter le changement et le renouvellement des pratiques et processus conformément à des exigences normatives, réglementaires et économiques.</p>		<p>Le candidat propose un plan d'amélioration de la performance achat :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les inefficiences ou écarts avec les objectifs initiaux sont analysés et des hypothèses solides quant à leurs causes sont formulées. - Les solutions et mesures correctives envisagées sont en cohérence avec les causes génératrices d'inefficience identifiées. - Les gains de performance escomptés par la mise en place de nouvelles solutions sont quantifiés et qualifiés avec réalisme.
<p>A10 - Management des équipes en charge des achats et de la gestion des flux associés</p> <ul style="list-style-type: none"> - Organisation fonctionnelle des achats et de l'activité des équipes. - Encadrement, coordination et animation des équipes en charge des achats et de la gestion des flux associés. - Optimisation des ressources humaines nécessaires à la réalisation des achats et de gestion des flux associés. <p><i>Le Manager de la Performance Achat pilote une équipe pouvant être composée d'acheteurs, approvisionneurs, chargés de logistique... dont il organise le travail, en répartissant de façon optimale leur périmètre</i></p>	<p>C30. Accompagner les équipes impliquées dans les processus achat et la gestion des flux associés, en mettant en œuvre des méthodes et techniques managériales adaptées aux spécificités et besoins de ses membres, notamment ceux en situation de handicap, afin de contribuer à la qualité et à l'évolution de leurs pratiques compte tenu des exigences de l'entreprise en matière d'innovation, de performance et de RSE.</p>		<p>Le candidat présente l'organisation du service achats et ses modalités de fonctionnement :</p> <ul style="list-style-type: none"> - La constitution des équipes est justifiée et se base sur l'analyse des compétences des personnels en lien avec les besoins de la fonction achat. - Les dispositions adaptées pour assurer l'intégration et l'autonomie d'un collaborateur en situation de handicap sont identifiées. - Le système d'évaluation individuel et collectif est proposé avec une identification précise des axes de motivation. - La méthodologie d'évaluation individuelle est appliquée pour permettre l'atteinte des objectifs individuels et collectifs.

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
<p><i>d'activité et en fixant leur niveau de responsabilité et leurs objectifs.</i> <i>Il supervise leur travail, en assurant la coordination de leurs contributions, sur le plan individuel et collectif, au moyen de réunions en présentiel et à distance, vérifiant l'efficacité et l'alignement de leurs pratiques avec les objectifs de la politique achat.</i> <i>Il assure, en collaboration avec les ressources humaines de l'entreprise, l'acquisition et l'évolution des compétences nécessaires à la performance de son service, compte tenu des enjeux technologiques, économiques et RSE.</i></p>	<p>C31. Etablir en concertation avec les ressources humaines de l'entreprise les besoins en recrutement et compétences évolutives nécessaires aux achats et la gestion des flux associés, en tenant compte des enjeux de l'activité au vu du renouvellement des exigences, des technologies et de ses engagements en matière de RSE, afin de disposer des ressources et talents permettant de relever les défis financiers et extra-financiers de la fonction.</p>		<p>- Le management est adapté au contexte (hiérarchique, transversal).</p>
			<p>Le candidat présente les besoins en recrutement associés à la fonction achats :</p> <ul style="list-style-type: none"> - L'impact des évolutions techniques, réglementaires et RSE sur les compétences nécessaires à l'efficience d'un service achats est qualifié. - Les besoins nécessaires au fonctionnement du service achats sont quantifiés.
<p>A11 - Communication et valorisation de la performance des achats et des flux associés</p> <ul style="list-style-type: none"> - Elaboration et mise en œuvre d'outils de communication sur les achats destinés au personnel de l'entreprise. - Sensibilisation du personnel de l'entreprise à la contribution des achats à son activité et sa performance globale. - Formalisation du <i>reporting</i> achat pour diffusion auprès de la direction de l'entreprise et justification de sa performance sur les plans sociétal et environnemental. 	<p>C32. Animer la communication autour de la fonction achats et des flux associés au moyen d'outils collaboratifs, afin de sensibiliser le collectif à l'importance et à l'intérêt stratégique des achats et de l'impliquer dans l'amélioration continue de la fonction.</p>		<p>Le candidat présente un support de communication interne concernant les achats à destination des salariés de l'entreprise :</p> <ul style="list-style-type: none"> - La nature et la formation du support choisi sont adaptés à la cible visée et au canal de communication utilisé. - La nature des informations transmises est adaptée à l'objectif de communication poursuivi. - Le support de communication clarifie le rôle des achats et valorise leur contribution à l'activité de l'entreprise.

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
<p><i>Le Manager de la Performance Achat assure la promotion des achats auprès des salariés de tous les services de l'entreprise, afin qu'ils mesurent la portée de leur contribution et de leur importance à l'ensemble de son activité et de sa performance. Il établit, en collaboration avec le service communication interne, la stratégie, les canaux, outils et supports permettant de diffuser une information utile et convaincante. Il est responsable de la production des éléments de reporting renseignant de façon transparente sur la performance des achats, des flux associés, ainsi que de leur impact sur les plans sociétal et environnemental, en lien avec les obligations de l'entreprise en la matière (DPEF, directives CSRD, CS3D...).</i></p>	<p>C33. Diffuser auprès de la Direction les informations concernant l'actualité et la performance des achats et des flux associés, en rendant compte de façon formalisée de ses résultats au regard de la politique achat, afin de contribuer à l'éventuelle révision de la politique achat, de mettre en place et de maintenir une communication transparente et de permettre à l'entreprise de rendre public son impact aux niveaux social, sociétal et environnemental.</p>		<p>Le candidat présente un reporting de la performance achats à destination de la direction de l'entreprise :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les résultats de la performance achats de l'entreprise sont restitués avec fidélité, clarté et concision. - Des indicateurs financiers et extra-financiers permettant de rendre compte de la performance achats sur le plan économique et sur celui de la RSE, apportant les nécessaires en lien avec les obligations de communication sur l'impact environnemental et sociétal de l'entreprise. - Le document satisfait aux exigences professionnelles pour ce type de document destiné aux instances dirigeantes d'une entreprise.