

06.11.2008 - 11:30 Uhr

Etude PWC "Global Sourcing: Shifting Strategies - A Survey of Retail and Consumer Companies"

Zurich (ots) -

Sous-estimation des coûts annexes de la globalisation

Un nombre croissant d'entreprises s'approvisionnent sur le marché mondial, à la recherche des conditions les plus avantageuses. En dépit de l'importance toujours plus marquée des achats au niveau mondial, deux tiers seulement des entreprises interrogées disposent de processus de contrôle de l'efficacité de leurs activités d'approvisionnement international et un quart d'entre elles ne sont pas en mesure de chiffrer précisément les économies réalisées. Tel est le constat auquel parvient l'étude "Global Sourcing: Shifting Strategies" de PricewaterhouseCoopers, effectuée auprès de 59 entreprises à vocation internationale en Australie, en Chine, en France, en Grande-Bretagne, en Inde, au Canada et aux Etats-Unis.

Les entreprises commerciales et de biens de consommation sont toujours plus nombreuses à acheter ou à faire fabriquer leurs produits à l'étranger. 44% des entreprises interrogées achètent chaque année des marchandises pour plus de 500 millions d'USD, voire plus d'un milliard par an pour un quart d'entre elles. 46% ont enregistré une croissance supérieure à 10% au cours des cinq dernières années et 40% tablent sur la poursuite d'une croissance à deux chiffres pour les cinq années à venir. Une entreprise sur cinq s'attend même à une croissance supérieure à 20%, alors qu'aucune n'envisage le recul. Parmi les marchés d'approvisionnement cités, le premier reste de loin la Chine, suivie par l'Inde.

Contrôle insuffisant des résultats

Si 66% des entreprises interrogées sont convaincues de réaliser des économies en se fournissant à l'étranger, 25% des responsables des achats ne sont toutefois pas en mesure de chiffrer cet avantage. "Dès la mise sur pied d'une chaîne logistique, il est indispensable de disposer d'une base de calcul fiable qui comprenne et intègre tous les facteurs de coûts", relève William Wright, responsable du secteur d'activité commerce de détail et biens de consommation, PricewaterhouseCoopers Suisse.

Sous-estimation d'importants facteurs de coûts

L'étude révèle que de nombreuses sociétés ne prennent en compte qu'une part des coûts générés par leur stratégie global sourcing. Si 97% des entreprises interrogées enregistrent les frais de transport et de logistique, près d'une sur cinq n'inclut pas les taxes et les droits de douane dans ses calculs, et une sur quatre ignore même les risques de change. Deux tiers seulement des entreprises intègrent les dépenses pour les contrôles de la qualité et elles ne sont que 50% à prendre en considération les coûts du risque de défaillance des fournisseurs. "Bien que le Global Sourcing connaisse une popularité grandissante, des facteurs de coûts centraux sont visiblement sous-estimés", poursuit William Wright.

De faibles coûts, mais à quels risques?

Selon les résultats de l'étude, le choix du marché d'approvisionnement approprié repose essentiellement sur la qualité du produit (90%) et les coûts (88%). Au titre de facteurs de risque

déterminants, 68% citent des problèmes en termes de qualité, puis la corruption et le blanchiment d'argent (61%). D'autres risques nationaux spécifiques, dont la stabilité politique, apparaissent encore parmi 53% des réponses. Trois quarts des entreprises s'attendent à une augmentation du prix des carburants ces cinq prochaines années, et elles sont 66% redoutent à redouter des capacités insuffisantes en matière de transport. "Face aux exigences toujours plus complexes, il devient crucial pour les entreprises de disposer d'une stratégie intégrée d'approvisionnement global et d'adapter leurs structures et leurs processus afin de maximiser leurs économies et minimiser leurs risques", conclut Markus Koch, associé Strategy & Operations, PricewaterhouseCoopers Suisse.

Nouveaux facteurs d'influence sur les résultats

Les facteurs environnementaux ont tendance à s'imposer de plus en plus comme facteurs de coûts également. Nombreuses sont les entreprises à reconnaître, en effet, l'importance croissante des conditions de production écologiques et de l'impact de celles-ci à long terme sur l'image de marque et la confiance des consommateurs. Quant à la durabilité de leur stratégies d'approvisionnement, 41% admettent que la protection du climat fait désormais partie de leurs préoccupations et plus de la moitié (53%) tiennent compte des normes environnementales dans les pays producteurs.

Contact:

William Wright
Responsable secteur d'activité commerce de détail et biens de consommation
PricewaterhouseCoopers Suisse
E-Mail: william.wright@ch.pwc.com

Markus Koch
Associé Strategy & Operations
PricewaterhouseCoopers Suisse
E-Mail: markus.koch@ch.pwc.com

Claudia Sauter
Responsable Public Relations
PricewaterhouseCoopers Suisse
E-Mail: claudia.sauter@ch.pwc.com

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/fr/pm/100008191/100572813> abgerufen werden.