

Et si de bonnes relations fournisseurs étaient la clé de l'excellence ?

Par [Antoine Lorotte](#) | 04/04/2016, 8:02 | 776 mots



(Crédits : DR) Le réflexe naturel de toute entreprise qui se veut performante est de cacher ses sous-traitants. Or ceux-ci jouent un rôle essentiel dans la réussite. par Antoine Lorotte, CEO FiveCo

Quand les experts s'interrogent sur les clés de la réussite de la Silicon Valley, ils en viennent tout de suite à la conclusion que le premier facteur de ce succès est lié à l'écosystème favorable aux entreprises. Sur son blog, le journaliste et expert des nouvelles technologies Francis Pisani, affirme : *« Après avoir visité 33 villes, interviewé près de 200 personnes et lu quelques livres et articles sur le sujet, l'expression qui s'impose pour décrire ce qui permet d'innover est celle d'écosystème : jeu complexe d'assemblages technologiques et de rencontres humaines qui gagnent à puiser dans la diversité la plus grande (...) Partout je rencontre des gens disposés à faire le pari de l'innovation pour se développer, s'enrichir ou faire bouger leur monde. Mais cela prend du temps pour la simple raison que les écosystèmes sont, par définition, complexes et vivants. »* Le réseau, l'éco-système, l'environnement entrepreneurial, le terreau... voici des notions essentielles pour une entreprise. Car que serait celle-ci sans ses prestataires et ses fournisseurs stratégiques ?

Cacher les sous-traitants

Voici une vérité qui pourtant se trouve dans peu de plaquettes commerciales, car les entreprises n'ont pas l'habitude de faire de la publicité pour leurs sous-traitants,

parfois même, ils préfèrent les cacher. Certes, des labels tels que le Swiss-made ou le Made in France, par exemple, sont là pour rappeler un lien présumé entre la qualité et l'origine d'un produit. Mais si le label est sensé nous informer sur l'origine de l'entreprise qui a assemblé le produit, rien ne nous garantit de l'origine de ses fournisseurs.

Et pourtant toute entreprise qui se respecte, non seulement devrait faire la plus grande transparence sur ces derniers mais bien au-delà, les utiliser pour la promotion de ses produits. Car la qualité dépend de la chaîne qui unit l'ensemble des partenaires. Chacun peut maîtriser une compétence et c'est l'addition de ces savoir-faire qui fait l'excellence du tout. Un meuble d'exception, par exemple, nécessitera la compétence d'un designer, d'un ébéniste et d'un gaineur, et bien évidemment, s'il contient un tant soit peu d'innovation technologique, de l'ingénieur qui l'a conçu. Or, s'il est compliqué de réussir à s'entourer des bonnes compétences, il est tout aussi compliqué de maintenir un partenariat de qualité.

Des directeurs de la relation fournisseurs

Dans toutes les sociétés on trouve des postes de DRH, il faudrait également des DRF, directeur de la relation fournisseurs. Il s'agit là en effet, d'un travail à part entière et pour lequel il faut consacrer la plus grande énergie. En effet, cette relation n'est pas simplement commerciale ou contractuelle. Elle repose sur un socle de valeurs communes basé sur l'exigence de la qualité. Sans ça, aucune collaboration ne serait possible. Les deux parties doivent s'entendre pour respecter une totale transparence, les délais et la maîtrise des coûts. Ensuite, cette relation doit s'éprouver sur la durée. Il faut développer une vision à long terme et travailler sur la durabilité de ce partenariat. Une société qui est satisfaite de ses fournisseurs doit pouvoir se plier en quatre pour eux et répondre à leurs besoins éventuels, et pourquoi pas, s'ils en ont besoin, leur venir en aide.

C'est au prix de tous ces efforts, de concessions mutuelles et parfois même, de sacrifices, que se construit une vraie confiance entre deux partenaires. De ce fait, il devient possible d'évoquer avec ses fournisseurs aussi bien les sujets positifs que négatifs. De ce point de vue, mon expérience au sein de l'entreprise m'a montré qu'on ne peut se permettre de faire des reproches à un fournisseur que si par la même occasion, on est capable de le féliciter. C'est d'ailleurs à cela que l'on reconnaît une relation client-fournisseur aboutie.

La complémentarité des compétences et le partage des mêmes valeurs sont au final la clé de voûte de ce système. Car elle définit le besoin mutuel qui lie les entreprises à leurs fournisseurs dans un même écosystème. La compétence des uns soutenue par l'exigence des autres fait progresser la qualité de manière globale. On comprend mieux alors pourquoi certaines régions du monde, s'affirment sur des domaines de prédilection : la Californie est une pépinière de start-up 2.0, la France, une ferme pour l'agro-industrie de qualité et la Suisse, un berceau d'innovation ... Tout ces succès reposent sur la complémentarité naturelle - les écosystèmes - entre les entreprises et leurs fournisseurs.

Et si de bonnes relations fournisseurs étaient la clé de l'excellence ?