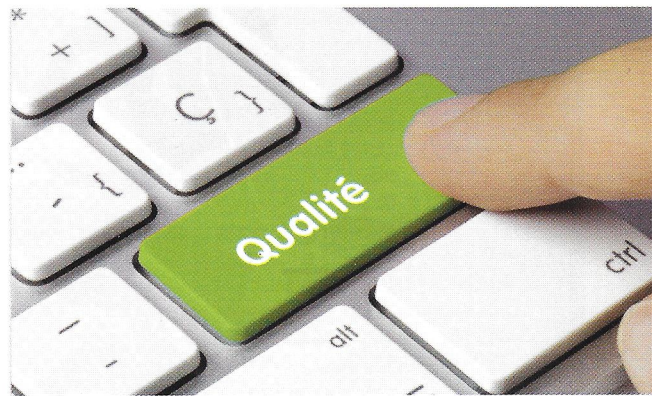


# La gestion de la qualité aux achats

Des produits défectueux ou non conformes aux attentes du client risquent de mettre en danger la réputation d'une entreprise, de ternir son image et de lui créer des coûts cachés.

« La qualité est la meilleure source de fidélité de la clientèle, le principal atout vis-à-vis de la concurrence et le seul axe possible pour préserver la croissance et la rentabilité », répétait à l'envi Jack Welch, ancien p-dg de General Electric. La satisfaction du client passe par la capacité d'une entreprise à fournir des produits répondant à ses attentes notamment en termes de qualité. Dans cet article, nous commencerons par caractériser la notion de qualité. Puis, dans un second temps, nous définirons la qualité produit et celle du processus et, enfin, nous présenterons le rôle essentiel de l'acheteur dans la gestion de la qualité fournisseur.



**L'auteur**

**Olivier Wajnszok** est directeur associé du cabinet Agilebuyer, spécialisé dans les équipiers achats, le conseil et le coaching d'acheteurs.

**Définition générique de la qualité**

La norme Iso 9001 définit la qualité comme l'« aptitude d'un ensemble de caractéristiques intrinsèques à satisfaire des exigences ». Derrière cette notion de qualité se cache une notion de jugement. En effet, nous pouvons dire d'une qualité qu'elle est bonne ou mauvaise. La qualité concerne aussi bien les produits que les services que le management d'une organisation. Pour une entreprise, elle correspond à l'adéquation entre les besoins du client et le produit proposé en matière de coûts, de performances et de délai. La qualité est propre à chaque entreprise et doit donc être mesurable à travers des critères et des indicateurs précis.

**Deux notions différentes : la qualité du produit et la qualité du processus**

La première attente du client est d'avoir un produit de qualité, un critère qui se définit à partir de ses caractéristiques techniques mais aussi par la capacité du produit à remplir les fonctions souhaitées. La mesure de la qualité produit repose sur plusieurs facteurs quantifiables tels que la fiabilité, la durée de vie, le respect des normes et la performance. Le produit étant le « résultat d'un processus » et le processus étant un « ensemble d'activités corrélées ou interactives qui transforme des éléments d'entrée en éléments de sortie », il faut également s'assurer de la qualité de celui-ci. La qualité du processus correspond au délai de livraison, au coût ainsi qu'au management de l'organisation.

La plupart des sociétés doivent s'approvisionner en matières premières ou en composants auprès de four-

nisseurs externes. Il faut donc également s'assurer que la qualité des produits fournis par ses partenaires soit conforme aux attentes internes.

**Le rôle prépondérant des acheteurs**

C'est à l'acheteur que revient la tâche de communiquer aux fournisseurs les attentes de son entreprise pour la qualité attendue. Il est responsable du management de la relation fournisseurs et doit s'assurer que l'ensemble des méthodes, des processus et des outils définis par son service qualité soit connu et respecté par les fournisseurs. Les achats mesurent et analysent objectivement les résultats qualité des fournisseurs. Ils le font particulièrement bien dans l'industrie. D'autre part, pour garantir la pérennité de la qualité des approvisionnements, les acheteurs doivent aussi évaluer le niveau de qualité des fournisseurs. Cela s'inscrit dans une démarche d'amélioration continue et permet à l'acheteur d'intégrer cet élément dans les négociations. Lors de la contractualisation, l'acheteur intégrera des objectifs qualités au contrat afin de s'assurer que le fournisseur respectera bien ses engagements et que les produits seront conformes dans la durée.

La qualité est nécessaire dans chaque organisation face à des clients de plus en plus exigeants et à une concurrence de plus en plus accrue. Et tout commence par l'acheteur. Il est indispensable de s'assurer de l'engagement des fournisseurs en matière de qualité pour répondre aux attentes de l'entreprise. L'acheteur sera garant de la capacité de ses fournisseurs à répondre aux attentes, il est une partie prenante critique. ●