Pour les PME, acheter des produits à l'étranger dans la perspective de profiter de tarifs plus intéressants est souvent un casse-tête, tant du point de vue logistique que des moyens financiers à engager. Comment procéder ? « Il faut d'abord segmenter le portefeuille d'achats pour savoir ce qu'il est préférable d'aller chercher hors des frontières », explique M.D., directeur des achats de Lada System (850 millions de CA). Spécialisée dans les systèmes de fabrication assistés par ordinateur, Lada achète sur les marchés asiatiques ou Nord-américains des produits standards (disque durs d'ordinateurs...) et va chercher des pièces détachées (câblage) dans les pays à faible coût de main-d'œuvre. Pour cela, elle privilégie des pays comme le Portugal, le Maroc, la Tunisie, qui facilitent les contacts avec les fournisseurs locaux grâce aux bourses de sous-traitance. Pour M.D., mieux vaut ne pas jouer les pionniers. Il est préférable, pour lui d'aller là où les grandes entreprises ont déjà des habitudes commerciales, afin de profiter d'un réseau logistique déjà rodé.

Analyser le portefeuille d'achat : pour certains produits (électronique notamment) le marché est mondial par nature. Acheter à l'étranger permet de réaliser des économies en sautant l'étape des intermédiaires Lada achète également à l'étranger les produits intégrant beaucoup de main d'œuvre.
Cibler les pays : l'entreprise privilégie les pays disposant de services qui facilitent les contacts avec les fournisseurs locaux.

Travail à faire :

1- Dégagez les avantages de l’achat à l’international
2- Identifiez les contraintes qui accompagnent l’achat à l’international