

7 juillet 2015

# ENQUETE QUALITE RELATIONS CLIENTS-FOURNISSEURS

*Vers un outil de pilotage de l'amélioration ?*



FILIÈRE  
AUTOMOBILE  
& MOBILITÉS





# 1

---

## CHANGEONS NOTRE REGARD SUR LA RELATION CLIENT-FOURNISSEUR

# UN NOUVEAU TYPE D'ENQUÊTE

---

La PFA a choisi ce nouveau type d'enquête car elle permet de :

- Passer d'une évaluation de moyens à une évaluation de la qualité de la relation
- Continuer à évaluer la qualité de l'application du CPBP (Code de Performance et de Bonnes Pratiques)

En appliquant à la filière automobile le « PEAK Collaborative Index<sup>©</sup> » issu de la recherche académique et ayant fait l'objet par ailleurs de plusieurs éditions multisectorielles

➤ En partenariat exclusif avec 

➤ Et avec l'appui du cabinet  **SOCRATES**  
L'éthique comme compétence

# L'ENQUÊTE QRCF 2015

---

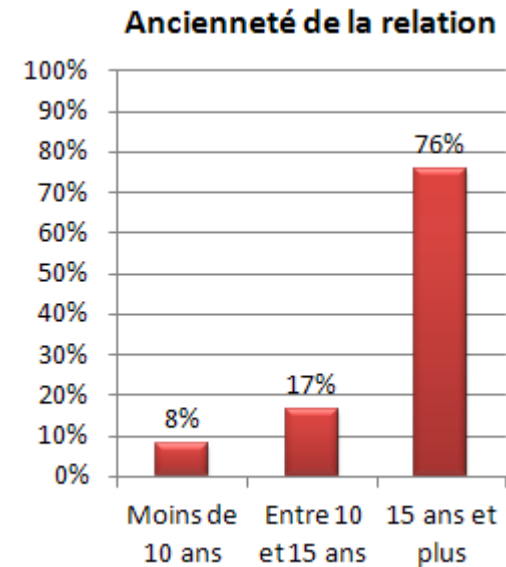
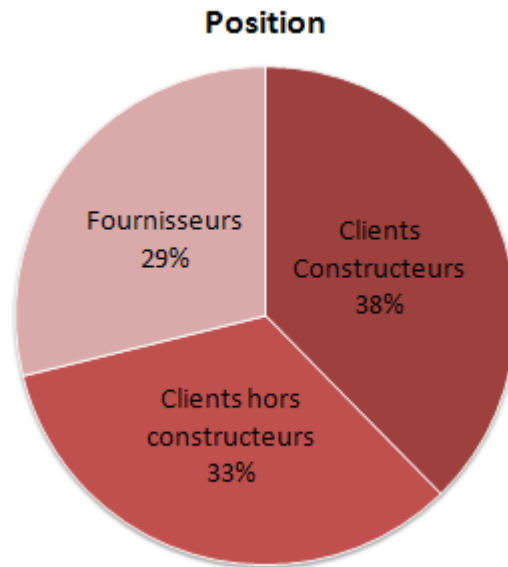


- **Edition pilote**, enquête en ligne, entre le 15/01 et le 30/04
- **Largement diffusée** auprès des entreprises « clients » et « fournisseurs », GE, ETI, PME
- **Relayée** par la FIEV, les ARIA et les organisations professionnelles de la filière automobile
- **Confidentialité** assurée aux participants via nos partenaires

# L'ÉCHANTILLON EQRCF 2015

194 répondants

---

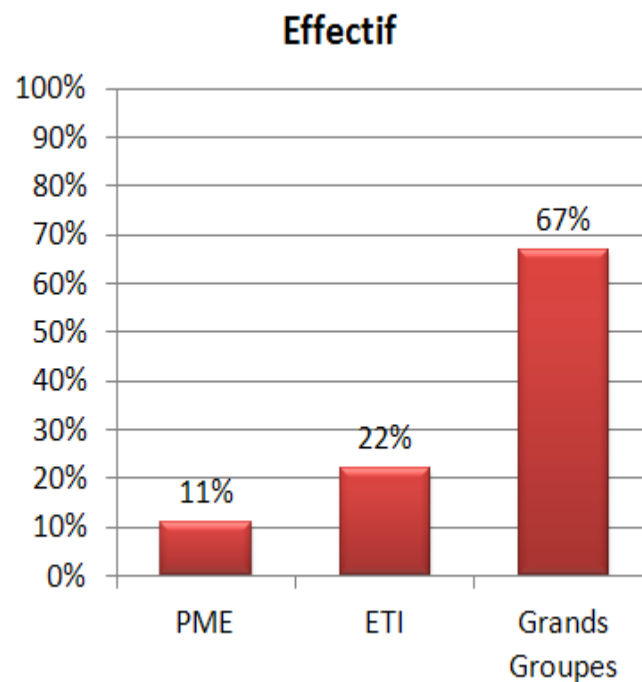


# L'ÉCHANTILLON EQRCF 2015

---

## Métiers représentés

Constructeurs  
Équipementiers  
Découpage, emboutissage  
Industrie électrique, électronique  
Caoutchouc et polymères  
Forge et fonderie  
Équipements, moules et outillages  
Plasturgie  
Usinage, décolletage, visserie, boulonnerie  
Carrosserie  
Traitement de surface  
BE, bureau d'ingénierie  
Autres





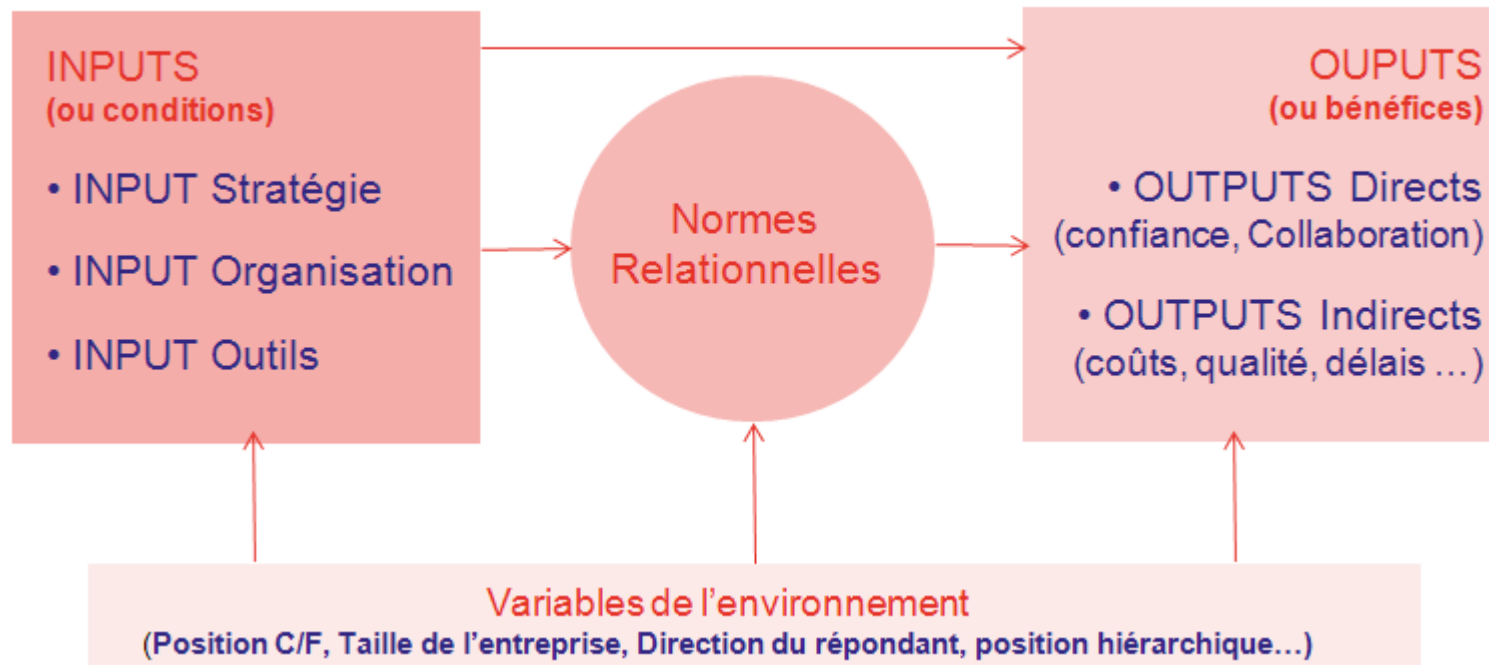
# 2

---

## LE MODÈLE DE L'ENQUÊTE

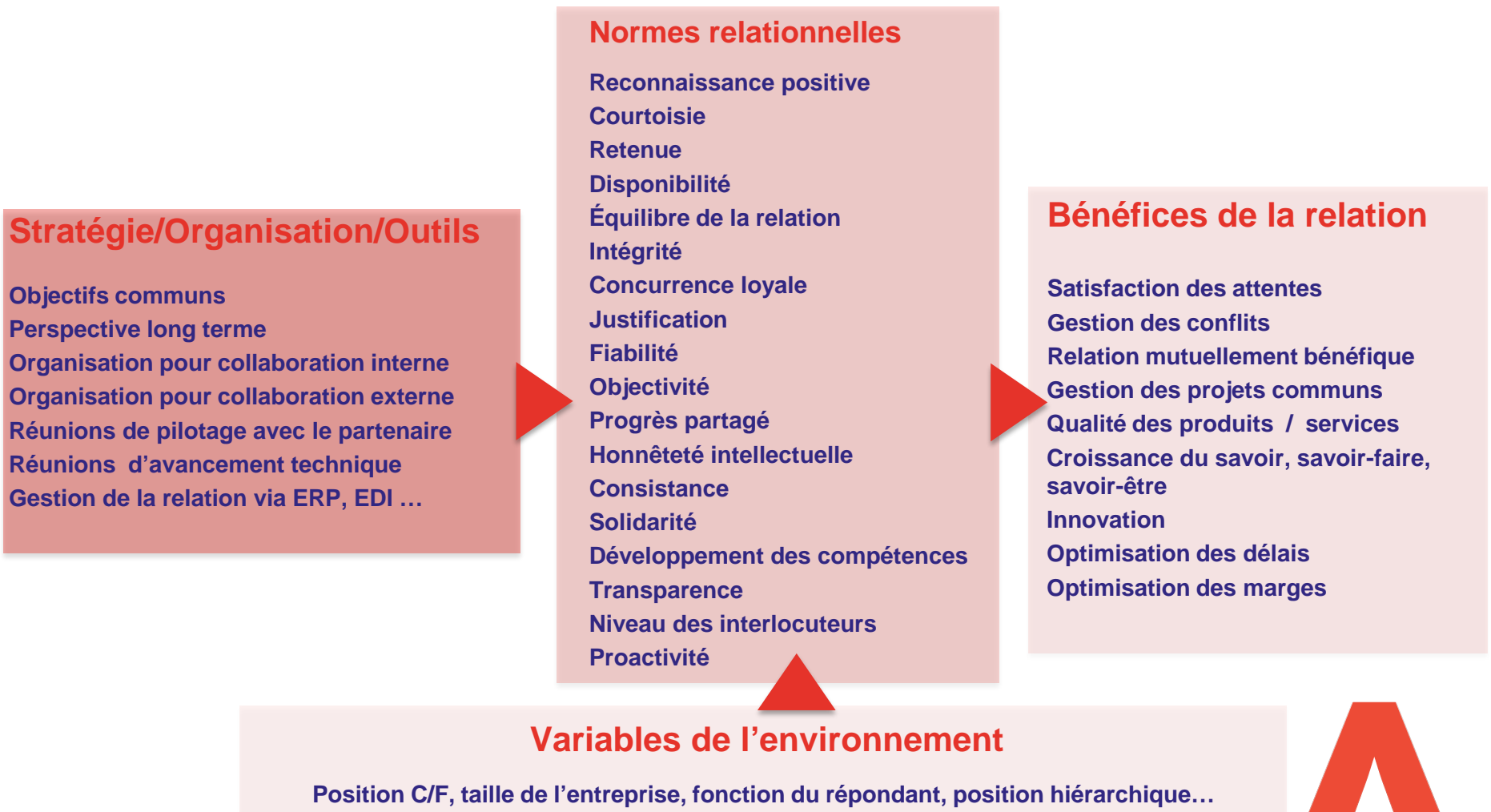
# MODÈLE INNOVANT : IL MESURE LA QUALITÉ DE LA RELATION

---





# LES DONNÉES DE BASE DU QUESTIONNAIRE (notation 1 à 10)



# MODÈLE INNOVANT : STABILITÉ ET PERTINENCE

---

## **L'analyse de l'échantillon des 194 répondants montre que :**

- > Les normes relationnelles expliquent 80% des bénéfices constatés
- > Un seul input explique en plus 10% des bénéfices : « Donner une perspective long terme »
- > Ces conclusions ne sont pas affectées par la structure de l'échantillon (modèle stable)

## **Les normes relationnelles sont des dimensions individuelles de comportement**

- > Permettant d'identifier des thèmes d'action
- > En vue d'améliorer la qualité de la relation client-fournisseur



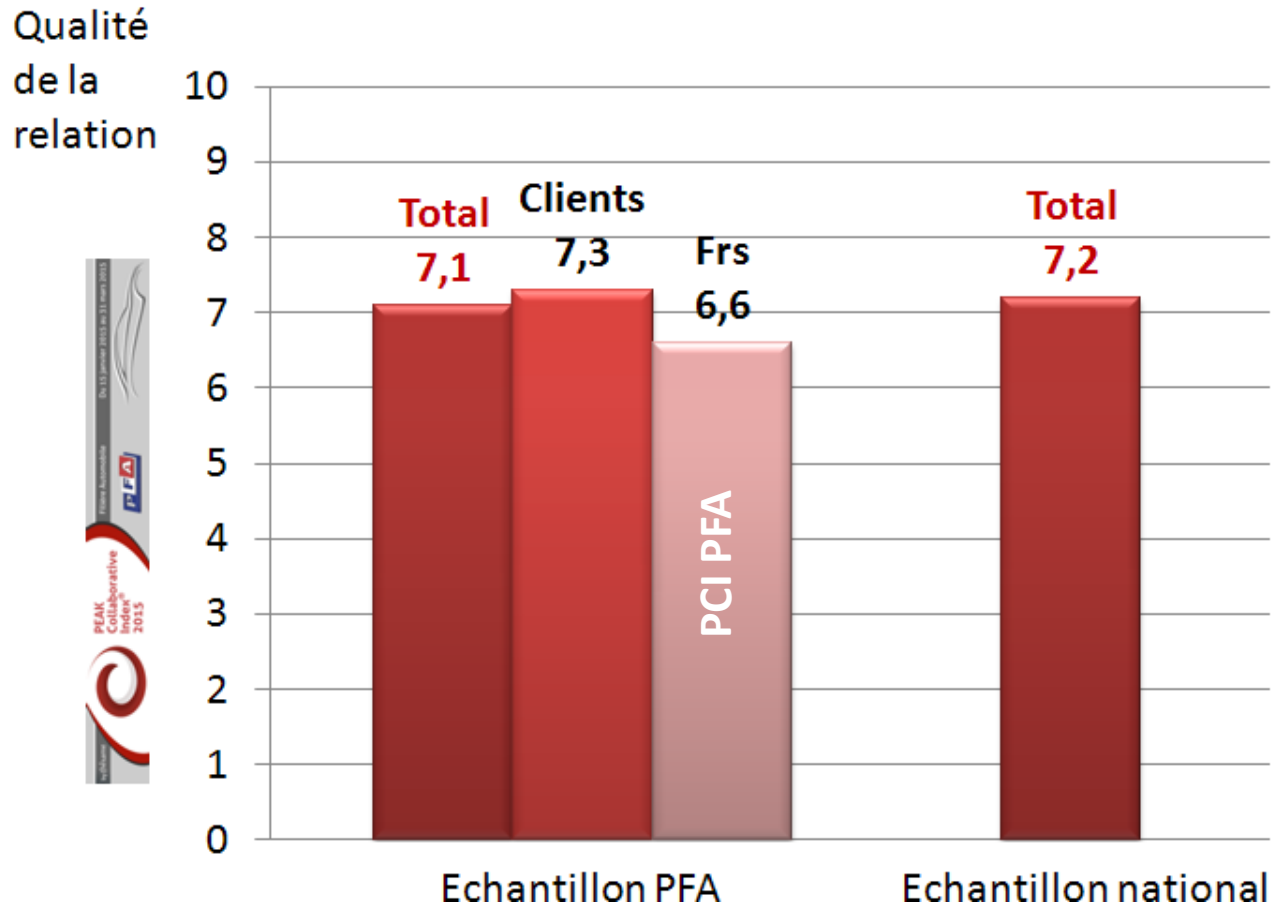
# 3

---

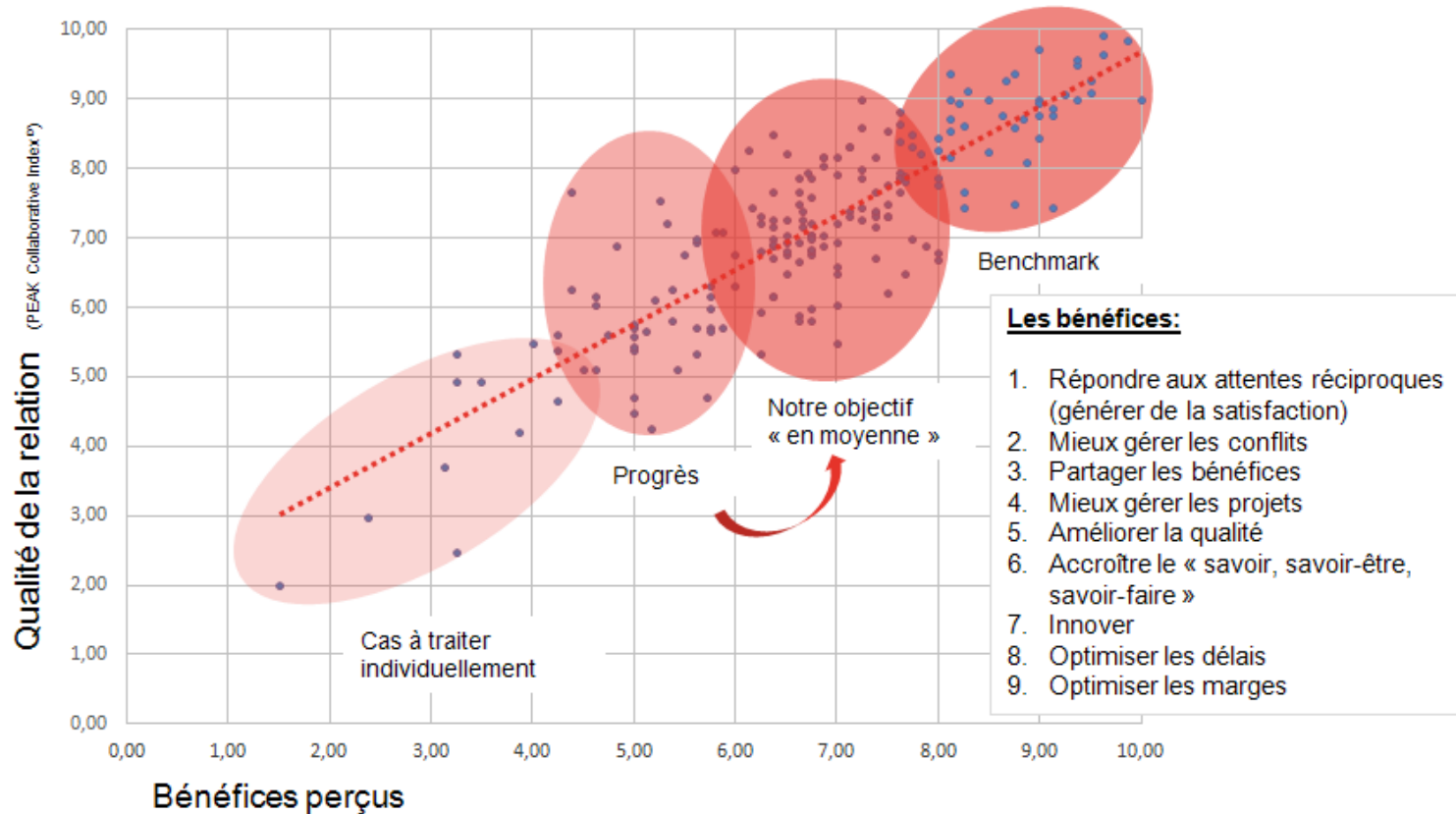
## LES RÉSULTATS DE L'ENQUÊTE 2015

# LE RÉSULTAT GLOBAL

## Référence PEAK Collaborative Index<sup>®</sup>



# AMÉLIORER LA QUALITÉ DES RELATIONS POUR AUGMENTER LES BÉNÉFICES PERÇUS



# LES NORMES RELATIONNELLES EXPLICATIVES (évaluations « fournisseur » seulement)

---

**Moyenne des évaluations des Normes Relationnelles : 6,6 / 10**

## **Les Normes Relationnelles les mieux notées**

Nos clients :

- > « ... font, en toute circonstance, preuve de courtoisie » : 7,4
- > « ... respectent leurs engagements » : 7,3
- > « ... sont disponibles en cas de besoin » : 7,3
- > « ... respectent les règles contractuelles qui encadrent notre relation » : 7,2
- > « ... sont compétents pour gérer la relation » : 7,2

## **Les Normes Relationnelles les moins bien notées**

Nos clients :

- > « ... font preuve de transparence dans les échanges » : 6,2
- > « ... prennent des décisions qui s'inscrivent dans une stratégie claire et lisible » : 6,1
- > « ... nous aident à développer nos compétences » : 5,9
- > « ... poursuivent leurs objectifs tout en cherchant à préserver nos intérêts » : 5,8
- > « ... voient d'abord ce qui va bien lorsqu'ils portent une appréciation sur notre travail » : 5,7

# LES POINTS FORTS

---

## **Le professionnalisme**

- > Respect des engagements, respect des contrats, respect des règles et principes de la concurrence loyale...

## **La culture de la qualité de la relation et du respect mutuel**

- > Compétence des interlocuteurs, disponibilité, courtoisie

## **L'ancienneté de la relation :**

- > 85% des relations suivies durent depuis plus de 10 ans, dont 75% depuis plus de 15 ans

***Ces points forts sont des fondamentaux de la relation.  
Ils sont en général longs et coûteux à mettre en place.***

# LES LEVIERS D'AMÉLIORATION

---

## Les leviers organisationnels

- > Donner une perspective à long terme
- > Définir clairement les objectifs

## Les leviers relationnels

- > Une communication implicante : consistance, transparence
- > Un partage de la valeur : proactivité, solidarité, partage du progrès

***Ce sont des leviers sur des perspectives et de l'ordre des « soft skills ».***



# L'ÉVALUATION DU CPBP

(échelle de 1 à 10 identique au PEAK Collaborative Index<sup>®</sup>)

---

**Moyenne des évaluations des 10 questions : 6,9**

## Les questions les mieux notées :

- > Délais de paiement (respectés) 8,0
- > Le client n'applique pas de pénalité unilatérale au fournisseur 7,6

## Les questions les moins bien notées :

- > Effet des négociations sur les contrats en cours (nouvelle pièce) 5,9
- > Report annulation commande (compensation négociée) 3,8

## L'évaluation du CPBP est parmi les moins bien notées :

- > Efficacité du CPBP (sur la relation C/F) 6,8

# SYNTHÈSE

---

La filière automobile française reste **exposée à une concurrence mondiale** qui est de plus en plus affutée.

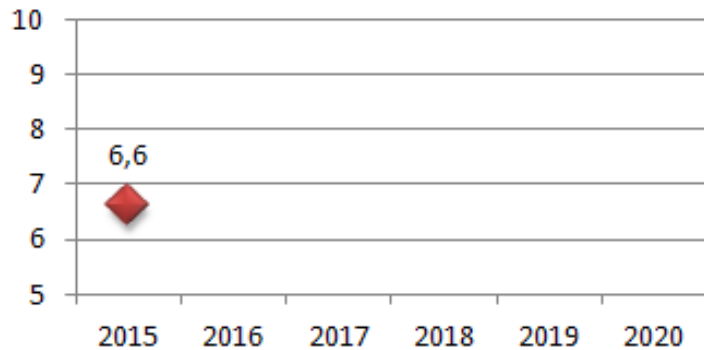
La filière automobile est peu décalée par rapport au niveau **national** du Peak Collaborative Index<sup>®</sup> du point de vue global client et fournisseur.

Elle a **des fondamentaux solides** : le professionnalisme, la culture de la relation contractuelle, l'ancienneté exceptionnelle des relations Client-Fournisseur.

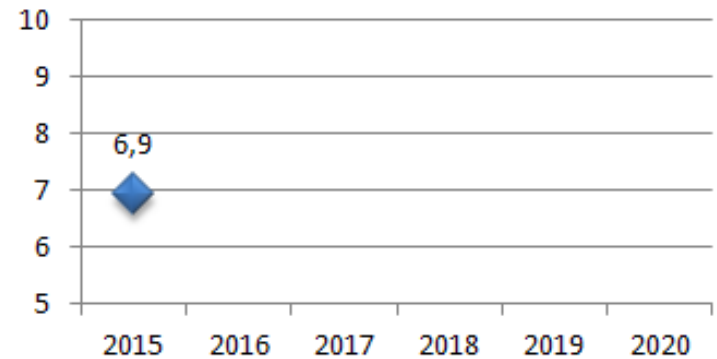
Les **leviers d'amélioration sont accessibles**, autant sur l'organisation que sur la relation collaborative.

# AXES DE TRAVAIL PFA

Indicateur Peak Collaborative Index<sup>®</sup> Filière Automobile



Indicateur CPBP Automobile



La PFA lance un **groupe de travail** réunissant toutes les typologies d'acteurs, dès septembre 2015, avec notamment comme objectif un focus sur les entreprises de petite taille.

Ce groupe intégrera le sujet du CPBP.

Il devra rendre ses conclusions sous 3 à 6 mois.

# AXES DE TRAVAIL ENTREPRISES

---

18 dyades ont été identifiées. Elles peuvent être des **opportunités d'améliorations** sur des bases objectives et des leviers identifiables (confidentialité).

5 « Clients » ont reçu suffisamment de réponses pour qu'une **restitution personnalisée** puisse leur être faite, tout en respectant la confidentialité. Un rapport a été envoyé à chacun.

L'enquête pilote est validée. **La PFA prévoit de lancer la prochaine édition de cette enquête QRCF courant 2016** sur la base du Peak Collaborative Index<sup>®</sup>.

7 juillet 2015 - Palais Brongniart, Paris

# ATELIERS DE LA FILIERE AUTOMOBILE



FILIERE  
AUTOMOBILE  
& MOBILITÉS



# TROPHÉES

« *Partenaire Responsable* »



FILIÈRE  
AUTOMOBILE  
& MOBILITÉS



# TROPHÉE « PARTENAIRE RESPONSABLE » CATÉGORIE GRANDES ENTREPRISES

---

Adresse du site :  
Valenciennes, Nord-Pas-de-Calais

Activité :  
Construction Automobile

CA : 2.422 M€ en 2014

Effectif France : 3.728 personnes

Marchés : Amérique, Italie,  
Royaume-Uni, France, Allemagne...

Nom du dirigeant :  
Guillaume JACQUES,  
Purchasing General Manager

## TOYOTA



# TROPHÉE « PARTENAIRE RESPONSABLE » CATÉGORIE ETI

---

Adresse du site :  
Grenoble, Rhône-Alpes  
27 sites dans le monde

Activité :  
Systèmes de fixation,  
Connectique carburants

CA : 930 M€ en 2014

Effectif France : 1.000 personnes

Marchés : 93% hors France

Nom du dirigeant :  
Frédéric PERROT,  
Président ARaymond France

**ARaymond** ™  
MORE THAN FASTENING





# TROPHÉE « PARTENAIRE RESPONSABLE » CATÉGORIE PME

Adresse du site :  
Meslières, Franche-Comté

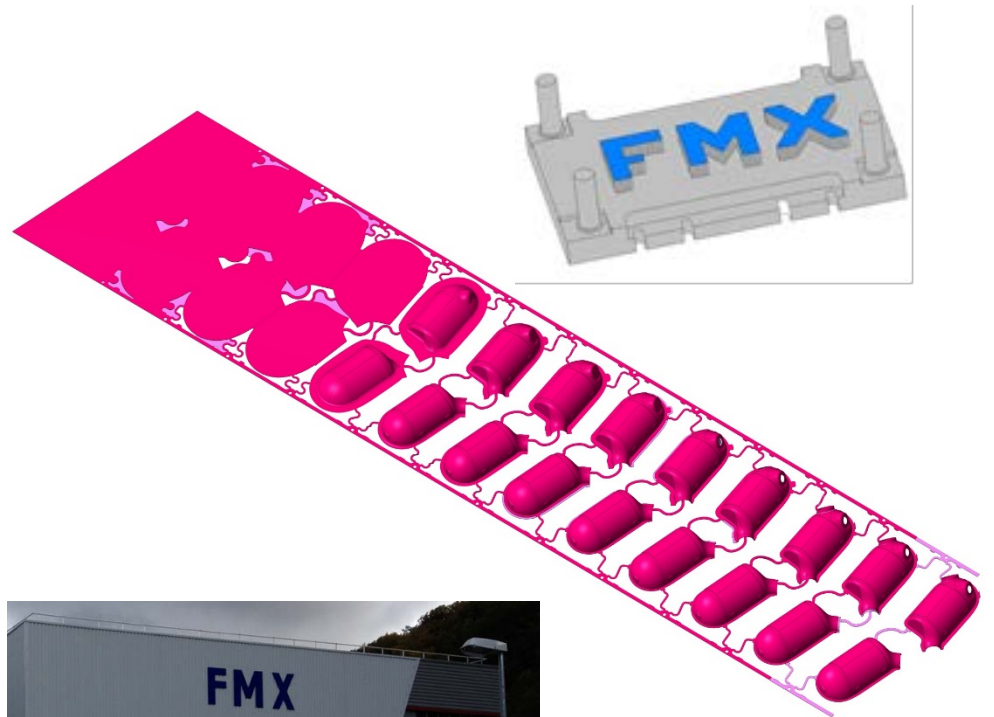
Activité :  
Etudes-Réalisation d'outils de  
presse, Découpage-Emboutissage  
de pièces complexes

CA : 13 M€ en 2014

Effectif : 83 personnes

Marchés : Automobile

Nom du dirigeant :  
Christian GEHIN,  
Président



# TROPHÉE « PARTENAIRE RESPONSABLE » CATÉGORIE DYADE CLIENT-FOURNISSEUR



Adresse du site :  
Ancey, Rhône-Alpes

Activité :  
Roulements Automobile, Industrie,  
Aéronautique

CA : 872 M€ en 2014

Effectif : 4.228 personnes

Marchés : Automobile OEM, Industrie OEM,  
Rechange, Distribution

Nom du dirigeant :  
Frédéric LAVABRE,  
Directeur Achats et Approvisionnements



Adresse du site:  
Hagondange, Lorraine

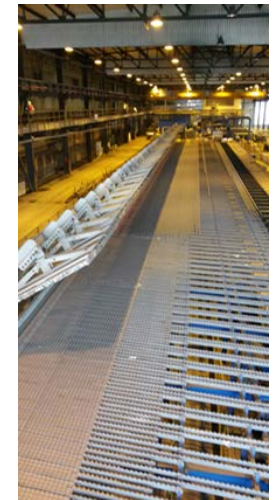
Activité :  
Aciers longs spéciaux pour  
Roulements, Ressorts, Mines...

CA France : 600 M€ en 2014

Effectif France : 1.700 personnes

Marchés : Automobile, Roulements,  
Ressorts, Pétrole, Mécanique

Nom du dirigeant:  
Frank SUPPLISSON,  
Président



7 juillet 2015 - Palais Brongniart, Paris

# ATELIERS DE LA FILIERE AUTOMOBILE



FILIERE  
AUTOMOBILE  
& MOBILITÉS

