

**FICHE D'IDENTITE**

- Réf : 1373296 nsb
- Classement : EIPM 200429
- **ELEMENTS DE RECHERCHE :**  
EIPM ou European Institute of Purchasing Management : toutes citations
- **SITE :** Le Figaro ([www.lefigaro.fr](http://www.lefigaro.fr))
- Référence de la page : <http://www.lefigaro.fr/emploi/20050711.FIG0371.html>

**EXTRAIT DE CITATION**

**Achat, une formation qui se vend bien**

Keren LENTSCHNER

[11 juillet 2005]

Les achats n'ont jamais attiré autant d'étudiants. Plus de 1 000 personnes seront diplômées cet été, titulaires d'un troisième cycle, master ou MBA. Et beaucoup ont déjà été embauchés à la sortie de l'école en raison de la pénurie de matière grise.

Aux côtés des formations « historiques », à l'image du Desma de l'IAE Grenoble ou du MAI (Institut du management de l'achat industriel) de Bordeaux, il en existe une vingtaine. Dernier-né, le troisième cycle IMA (Ingénierie et management des achats) du pôle universitaire Léonard de Vinci (Hauts-de-Seine), qui n'a qu'une rentrée universitaire à son actif. Même les prestigieuses écoles de commerce parisiennes, Essec en tête, ont dû s'y mettre, alors que ces jobs ont longtemps été trustés par les ingénieurs.

Toutes ces formations affichent un objectif commun : professionnaliser ces métiers, développer les compétences des futurs acheteurs afin de renforcer leur présence au sein des fonctions exécutives de l'entreprise.

La fonction achats a pris son envol il y a trente ans, crise économique oblige. Premiers secteurs concernés, les industries automobiles et électroniques qui subissent de plein fouet la récession. C'est donc naturellement que sont créés en 1975-1976 le Desma de Grenoble puis le MAI (Bordeaux), premiers 3es cycles spécialisés dans le management des achats. À l'époque, seule la CDAF (Compagnie des dirigeants et acheteurs de France) forme les futurs acheteurs, qui viennent d'horizons très divers.

En trente ans, les effectifs du MAI ont été multipliés par dix. La dernière promo comptait 126 étudiants pour 680 dossiers de candidature reçus. En janvier 2006, le MAI étendra sa formation aux cadres, depuis son campus parisien. Quant au Desma, il a formé 1 300 participants, étudiants et cadres, depuis sa création.

Le succès de ces formations s'explique par le poids financier croissant des achats au sein des entreprises. Exemple probant chez Renault où ils sont passés de 25 % pour la Renault 8 (1964) à 72 % aujourd'hui pour la Safrane.

L'envol date des années 80-90, qui furent celles de la mondialisation, de l'éveil asiatique mais aussi de l'externalisation croissante au sein des entreprises.

« Concurrence oblige, beaucoup de sociétés ont dû travailler sur la maîtrise de leurs coûts salariaux. Elles se sont recentrées sur le cœur de leur métier donnant une importance majeure à la fonction Achats », explique Gabriel du Plessis, directeur des Achats du Réseau ferré de France, lui-même formé par la Cegos, et aujourd'hui intervenant au troisième cycle IMA.

Aussi, difficile aujourd'hui de s'improviser acheteur comme ce fut longtemps le cas. Les formations sont devenues un passage obligé tant en raison de la technicité de ces métiers que de leur position charnière dans l'entreprise. « Considéré comme un chef de projet, le responsable achat fait le pont entre les experts et

l'entreprise », confirme Jean-Luc Barras, directeur des achats d'Eiffage Construction. « Il doit aussi être un bon manager. »

Ce qui explique le changement de profil du directeur achats idéal. Âgé de plus de 35 ans, il doit être bac + 5, titulaire d'un 3e cycle achats, avec au moins dix ans d'expérience, selon une étude du cabinet de recrutement Actencia réalisée en partenariat avec le pôle universitaire Léonard de Vinci.

Des évolutions qui ont contraint les formations à être plus professionnelles, c'est-à-dire directement ouvertes sur l'entreprise. Au MAI, 70 % des intervenants sont des directeurs et responsables achats. En outre, le stage de fin d'étude, qui peut durer jusqu'à six mois selon les écoles, est incontournable. « Au-delà des achats, il faut donner aux étudiants une vision de l'entreprise », estime Jean-Marc André, qui dirige l'association des anciens du MAI.

Autre élément clé, l'ancrage à l'international, orientation suivie par l'ensemble des formations. Pour ses voyages d'études, l'Essec emmène ses étudiants dans des pays en développement (Tunisie, Pologne et République tchèque) afin de les sensibiliser aux stratégies de délocalisation. À l'EIPM (**European Institute of Purchasing Management**), qui forme des cadres, 80 % des cours sont dispensés en anglais et une dizaine de nationalités sont représentées parmi les étudiants. L'EIPM propose le premier MBA « Stratégie Achat » reconnu au niveau international.

À Strasbourg aussi, 80 % des étudiants de l'IECS ont passé un an à l'étranger. Même mot d'ordre au MAI, dirigé depuis près de quinze ans par un Britannique, Gordon Crichton, et dont 40 % des étudiants ont effectué l'an passé leur stage à l'étranger. Signe que les temps changent, six étudiants chinois font partie de la promotion 2004.

Reste que la fonction Achats ne jouit pas encore de la reconnaissance souhaitée. « La perception de ces métiers reste assez réductrice, regrette Bernard Gracia, fondateur de l'EIPM. Ils sont considérés souvent encore comme très opérationnels, grippe-sous, et non pas stratégiques. » Une perception, tant à l'intérieur qu'à l'extérieur de l'entreprise, qui nuit à l'image des acheteurs et à l'attrait de ces carrières. « Pour attirer les forts potentiels vers ces fonctions, il faut être capable de leur offrir des évolutions de carrière comparables à celles qu'ils auraient eues ailleurs », estime Jean-Marc Baron, consultant au cabinet BearingPoint.

C'est donc aussi au sein des écoles et universités que se situe le combat en faveur de la reconnaissance de ces professions. Avec un mouvement de fond encourageant. Pour de nombreux anciens diplômés, les achats ont servi de tremplin au sein de l'entreprise.

#### DESCRIPTION DU SITE PAR L'ARGUS DE LA PRESSE

Site du quotidien national Le Figaro. Il met en ligne l'intégralité de ses éditions papier. Il passe au crible toute l'actualité nationale et internationale. Toutefois une large part est faite aux informations économiques et financières. Il propose également des pages Bourse, ainsi qu'un agenda culturel très complets.

#### NOTATION DU SITE PAR L'ARGUS DE LA PRESSE

NOTATION GÉNÉRALE	X	X	X	X	X
RICHESSSE DU CONTENU	X	X	X	X	
QUALITÉ RÉDACTIONNELLE	X	X	X	X	
QUALITÉ GRAPHIQUE	X	X	X	X	
FRÉQUENCE DES MISES À JOUR	X	X	X	X	X

*L'appréciation que réalise l'Argus de la Presse sur les sites qu'elle sélectionne privilégie avant tout l'information. La richesse du contenu s'apparente donc à une richesse éditoriale régulièrement renouvelée.*

#### ■ CONTACTS RELEVÉS SUR LE SITE :

##### Nom/Position

Contact

##### Coordonnées

Le Figaro  
Direction-Rédaction  
37 r Louvre  
75081 Paris Cedex 02  
Tel : 01 42 21 62 00  
Télécopie : 01 42 21 64 05

##### E-mail/Page de contact

[http://groupe.lefigaro.fr/menu/index\\_contact.php?c](http://groupe.lefigaro.fr/menu/index_contact.php?c)