



Agrément/Habilitation

N° HA-2022 19MESRI/ANAQ-SUP/SE/DIPriv/nmf

DEPARTEMENT : Institut MERCURE

SPECIALITE : COMMERCE INTERNATIONAL

PROJET PROFESSIONNELLE

Présenté par

Ngnima SANNEH

Pour l'obtention du diplôme de

Licence Professionnelle en commerce internationale

Sujet : Le Métier du responsable d'achat dans les grandes distributions

Soutenu à Dakar le 25/07/2023 devant le jury composé de :

Président du jury : Dr Aliou DIOP	Docteur en science de gestion	SUPDECO
Encadreur : Dr Malick MANE	Enseignant- Chercheur en économie	SUPDECO
Membre du jury 1: M. Thierno Amadou NGOM	Intervenant en commerce international	SUPDECO
Membre du jury 2: Cheikh Tidiane DIONGUE	Intervenant en marketing	SUPDECO

Année 2022-2023

DEDICACES

Avec l'expression de ma reconnaissance je dédie ce travail

A toute ma famille source d'espoir et de motivation,

A mes parents qui m'ont soutenu durant ces années d'études,

A mes amies qui ont été d'un immense soutien moral,

A tous ceux qui, par un mot, m'ont donné la force de continuer...

REMERCIEMENTS

Après avoir rendu grâce à DIEU le tout puissant et le miséricordieux je tiens à exprimer ma profonde gratitude,

A notre cher professeur et encadrant M. Mane pour son suivi et pour son énorme soutien qu'il n'a cessé de nous prodiguer tout au long de la période du projet,

A mes parents qui ont contribué à l'aboutissement de ce projet,

Enfin à tous ceux qui ont contribué de près ou de loin au bon déroulement de ce projet.

LISTE DES FIGURES

Figure 1 : Canal de distribution.....	8
Figure 2 : Canal direct.....	9
Figure 3 : Canal court.....	10

LISTE DES TABLEAUX

Tableau 1: Analyse SWOT du secteur de la grande distribution	16
Tableau 2 : Analyse SWOT du métier	21
Tableau 3: Analyse SWOT personnelle	23
Tableau 4 : Analyse SWOT du profil professionnel	24
Tableau 5 : Plan d'action.....	25

SOMMAIRE

DEDICACES	i
REMERCIEMENTS	ii
LISTE DES FIGURES	iii
LISTE DES TABLEAUX	iii
SOMMAIRE	iv
INTRODUCTION GENERALE.....	1
PREMIERE PARTIE : PRESENTATION DU SECTEUR D'ACTIVITE	1
DEUXIEME PARTIE : LE METIER	17
TROISIEME PARTIE : BILAN ET PERSPECTIVES	18
2. PLAN D'ACTION ET PERSPECTIVES	25
CONCLUSION	26
ANNEXES	V
TABLE DES MATIERES	VIII

INTRODUCTION GENERALE

Actuellement étudiante à SupDeCo Dakar, je suis une formation en Commerce International et j'ai choisi cette voie car je suis passionnée par le domaine du commerce. Je souhaite intégrer une structure pour mettre en pratique mes connaissances théoriques.

Récemment diplômée en BTS Commerce International des stages ont été réalisés afin de mieux cerner le milieu professionnel ce qui a apporté quelques connaissances telles que la maîtrise des logiciels (Word, PowerPoint ...). En effet, je n'ai jamais vraiment été à l'aise avec la théorie et grâce à mes stages, je sais que je m'épanouis davantage dans la pratique car ça m'aide à comprendre le problème posé et à le résoudre. De plus je m'adapte très facilement à un nouvel environnement. Cependant je suis une personne émotive, mais avec le temps j'ai appris à gérer mes émotions.

Dans le cadre du projet professionnel le secteur de la grande distribution a été choisi. Ce secteur représente une part importante de l'activité économique et de l'emploi au niveau national. Il s'agit d'un secteur très dynamique qui évolue rapidement, dans le sens d'un développement rapide de nouvelles formes de fourniture par exemple, par le biais du commerce électronique.

La grande distribution regroupe l'ensemble des agents économiques et activités exerçant dans le commerce de détail de biens de consommation en s'appuyant sur un réseau physique ou numérique de points de vente à destination d'un nombre important de consommateurs. Organisés pour la vente en libre-service : les produits sont exposés sur des linéaires pour être choisis et prélevés directement par le consommateur.

Pour de nombreux articles et plus particulièrement dans le secteur alimentaire, la grande surface exerce une position dominante par rapport aux filières d'approvisionnement. Lorsqu'un nombre restreint d'entreprises constitue le principal débouché de la plus grande partie de ces filières, la forte concentration de la distribution renforce cette domination (surtout dans les pays développés, et de manière croissante dans les pays en développement).

À l'inverse, les petits producteurs et paysans sont très nombreux et souvent victimes de la surproduction. Pour écouler leurs stocks, ces petits producteurs sont souvent contraints de se plier aux exigences de la grande distribution ou des industriels de la transformation.

N'étant plus maître de leur produit, dont le prix de vente et la quantité à produire sont dictés par la grande distribution, certains producteurs se tournent vers des alternatives tel que les circuits courts.

En reconversion professionnelle, j'aimerais me tourner vers un métier qui me ressemble à savoir **Responsable d'achat**. En effet, le responsable d'achat a pour rôle de négocier et de conclure les achats de tout produit ou service, nécessaire à la production de l'entreprise et à son bon fonctionnement. Le Responsable des Achats contribue à assurer une meilleure rentabilité de la production. Il doit d'abord identifier et définir les besoins, analyser la dépense, préparer les appels d'offre et prospector les marchés avec l'objectif principal d'optimiser les coûts et réduire les dépenses. J'ai choisi ce métier car je me suis toujours intéressé dans la gestion des achats dans une entreprise d'où mon objectif de devenir responsable d'achat.

Dans le cadre de ce projet professionnel une rencontre avec des professionnels du métier a été fait ce qui a permis de poser des questions relatives au métier, le contact avec les professionnels m'a aidée à améliorer mon projet professionnel. Ainsi j'ai pu mesurer les avantages et les inconvénients du métier (analyse SWOT).

Ce travail est divisé en trois (3) parties :

- La première est consacrée à la présentation du secteur d'activité
- La deuxième au métier
- La troisième pour le bilan et perspective

Et enfin terminer le travail par une conclusion générale.

PREMIERE PARTIE :_PRESENTATION DU SECTEUR D'ACTIVITE

1- PRESENTATION DU SECTEUR DE LA GRANDE DISTRIBUTION

Qu'est-ce que le secteur de la grande distribution ?

Définition et explications.

Dans tous les pays, la distribution représente une part importante de l'activité économique et de l'emploi au niveau national. Il s'agit d'un secteur très dynamique qui évolue rapidement, dans le sens d'un développement rapide de nouvelles formes de fourniture par exemple, par le biais du commerce électronique.

Le secteur de la grande distribution regroupe l'ensemble des agents économiques et activités exerçant dans le commerce de détail de biens de consommation en s'appuyant sur un réseau physique ou numérique de points de vente à destination d'un nombre important de consommateurs

La grande distribution désigne l'ensemble des opérateurs :

Faisant le commerce de détail de biens de consommation et éventuellement des services associés (livraison,) à destination des consommateurs finaux ;

La grande distribution rassemble des magasins, de tailles diverses et qui n'ont rien à voir avec le petit commerce indépendant. Les produits sont en libre-service dans la plupart des cas, le personnel nombreux.

Elle se compose de 4 principaux formats : les hypermarchés, les supermarchés, les "discounters" (le format est désormais rebaptisé : « supermarchés à dominante marques propres ») et les drives.

- Les hypermarchés : Surface de vente en libre-service entre 2 500 et 20 000 m², assortiment comptant de 25 000 à 40 000 références, 3 000 à 5 000 références de produits alimentaires, 20 000 à 35 000 références de produits non-alimentaire. Plus des deux-tiers du chiffre d'affaires en alimentation générale
- Les supermarchés : Surface de vente en libre-service entre 400 et 2 500 m², assortiment comptant de 3 000 à 5 000 références, 500 à 1 500 références de produits non alimentaires, plus des deux-tiers du chiffre d'affaires en alimentation générale

- Les supermarchés à dominante marques propres (ex maxi discomptes) : surface de vente en libre-service entre 300 et 2 500 m², assortiment réduit : moins de 2 000 références en moyenne¹

Le secteur de la distribution établit le lien nécessaire entre producteurs et consommateurs, à l'intérieur des frontières et au-delà. Son efficacité est essentielle pour garantir que les consommateurs ont largement accès à une grande variété de marchandises à des prix compétitifs. Pour de nombreux articles et plus particulièrement dans le secteur alimentaire, la grande surface exerce une position dominante par rapport aux filières d'approvisionnement. Lorsqu'un nombre restreint d'entreprises constitue le principal débouché de la plus grande partie de ces filières, la forte concentration de la distribution renforce cette domination (surtout dans les pays développés, et de manière croissante dans les pays en développement). À l'inverse, les petits producteurs et paysans sont très nombreux et souvent victimes de la surproduction. Pour écouler leurs stocks, ces petits producteurs sont souvent contraints de se plier aux exigences de la grande distribution ou des industriels de la transformation. N'étant plus maître de leur produit, dont le prix de vente et la quantité à produire sont dictés par la grande distribution, certains producteurs se tournent vers des alternatives tel que les circuits courts.

La grande distribution représente toutes les activités liées au commerce de détail de biens de consommation. Elle présente de nombreuses opportunités ;

L'un des premiers avantages de la grande distribution est qu'elle est ouverte à une large diversité de profils et offre de nombreuses opportunités, quel que soit le niveau de compétence. Le secteur recrute aussi bien des personnes diplômés d'un CAP que des détenteurs de master. Il est même possible d'intégrer la grande distribution sans diplôme.

Le secteur est également ouvert aux jeunes avec peu, voire pas d'expérience. Le milieu de la grande distribution donne ainsi sa chance aux profils débutants et leur permet de faire leurs premiers pas dans le monde professionnel, de gagner en compétences et de construire leur carrière dans la vente.

¹[https://www.fcd.fr/le-secteur/le-commerce-et-la-distribution/#:~:text=La%20grande%20distribution%20alimentaire%20se,ou%20SDPM\)%20et%20les%20drives.](https://www.fcd.fr/le-secteur/le-commerce-et-la-distribution/#:~:text=La%20grande%20distribution%20alimentaire%20se,ou%20SDPM)%20et%20les%20drives.)

Il offre d'ailleurs de nombreux contrats d'alternance et d'apprentissage, avec à la clé, l'embauche des candidats si l'expérience est réussie.

L'alternance est l'occasion pour l'étudiant d'apprendre un métier tout en acquérant de l'expérience et de démarrer une carrière au sein de l'organisme qui l'accueille, le tout en percevant une rémunération

Généralement, la grande distribution offre de nombreuses opportunités d'évolution en termes d'activité et de rémunération. Il suffit de faire preuve d'adaptation, de motivation et de stabilité, et les promotions peuvent rapidement entraîner les salariés du bas de l'échelle vers un poste de manager. Cette évolution peut également prendre la forme de fonctions transverses et permettre d'accéder à des emplois dans la logistique ou encore le marketing.

De plus, Pour tous celles et ceux qui souhaitent exercer dans le domaine de la vente, la grande distribution représente un atout, car elle se veut une bonne école. Là-bas, vous prendrez goût au challenge, vous bénéficierez de formations pour vous améliorer et obtenir des promotions.

Enfin, en contact permanent avec la clientèle, vous aurez la chance de développer vos compétences relationnelles.

Par ailleurs, vous évoluerez au sein d'une équipe polyvalente, vous permettant d'être au contact de différents profils et de profiter d'un fort esprit d'équipe.

Y'a plusieurs métiers qu'on peut trouver dans la grande distribution tels que

- **Les métiers de la vente en magasin**

Les métiers de la vente en magasin sont certainement les métiers les plus visibles du secteur de la grande distribution. On y trouve notamment les postes suivants :

- Caissier : l'hôte de caisse enregistre les achats des clients, annonce le montant à payer et encaisse le paiement. À la fin de sa journée, il est tenu de faire le compte de sa caisse.
- L'employé de libre-service : l'employé de libre-service contrôle, étiquette, met en valeur les produits et modifie leur prix en fonction de leur évolution ou des promotions en cours.
- Le chef de rayon : le chef de rayon gère les stocks, l'implantation des produits sur les gondoles ainsi que les opérations de promotion. Il dirige également une équipe pour atteindre les objectifs de vente fixés par la direction.

- Le directeur de magasin : le directeur de magasin assure la gestion et le développement du magasin dont elle ou il a la charge et assume des missions commerciales, financières et humaines.

- **Les métiers administratifs**

La grande distribution compte par ailleurs de nombreux métiers au sein du siège social. Et ce, dans l'objectif de développer des stratégies marketing efficaces afin d'analyser les habitudes des consommateurs, développer des techniques de vente attractives et fidéliser la clientèle. Citons par exemple les postes de :

- Assistant marketing
- Chargé de communication
- Responsable des promotions de vente
- Responsable des achats

- **Les métiers de l'entrepôt**

Parmi les métiers de la grande distribution, on trouve également toutes les fonctions liées à l'entrepôt et au magasinage. Parmi elles, les postes de cariste, de manutentionnaire et de magasinier, mais aussi de responsable d'entrepôt dont les missions consistent à réceptionner, stocker et expédier les marchandises.²

2. Cadre macroéconomique

La grande distribution a forcément une grande influence sur l'économie d'un pays, puisque les produits alimentaires font partie des indispensables pour tous les consommateurs.

Il s'agit d'un secteur où certes la concurrence est très élevée, mais qui attire également un très grand nombre de clients chaque jour, peu importe les enseignes. La crise sanitaire n'a pas impacté ce type de commerces, qui sont restés ouverts puisque considérés bien évidemment comme commerces essentiels.

Si les clients tendent à désertier pour certains d'entre eux les hypermarchés trop grands au profit des espaces de ventes plus petits, il n'en reste pas moins que les enseignes du secteur ne connaissent pas de difficultés particulières.

² [Pourquoi travailler dans la grande distribution ? | Indeed.com France.](#)

Qu'elles soient nationales ou étrangères, les enseignes de la grande distribution au Sénégal affichent de belles performances ces dernières années. Ce qui leur permet de s'étendre à travers le pays en ouvrant d'autres magasins dans les plus grandes villes. Une aubaine pour l'économie et les producteurs locaux, qui jouissent de partenariats exclusifs.

Cependant, les distributeurs notent un faible taux de pénétration de la vente en ligne au Sénégal. Beaucoup d'entre eux retardent ainsi l'ouverture de site e-commerce. D'ailleurs, le réseau de livraison à domicile ne serait pas encore mature pour se lancer dans une telle aventure.

3. Organisation du secteur

La distribution est l'ensemble des opérations et des circuits qui mettent un produit à la disposition des acheteurs. Elle consiste donc à acheminer le bon produit, au bon endroit, au bon moment.

Les choix en matière de distribution relèvent de décisions stratégiques d'une importance capitale pour le producteur. Ils doivent être en cohérence avec les autres variables du plan de marchéage. Ils dépendent de nombreux paramètres tels que les ressources mobilisables par l'entreprise et ses objectifs, le positionnement...

La distribution d'une entreprise s'analyse donc en fonction du ou des canaux de distribution et des unités commerciales retenus, mais aussi de la stratégie de distribution mise en œuvre. Elle nécessite également une supply chain entre producteurs et distributeurs et une coopération renforcée.³

3. Canal de distribution

Un canal de distribution permet d'acheminer un produit du producteur au consommateur soit directement soit par le biais d'intermédiaires qui peuvent être plus ou moins nombreux.

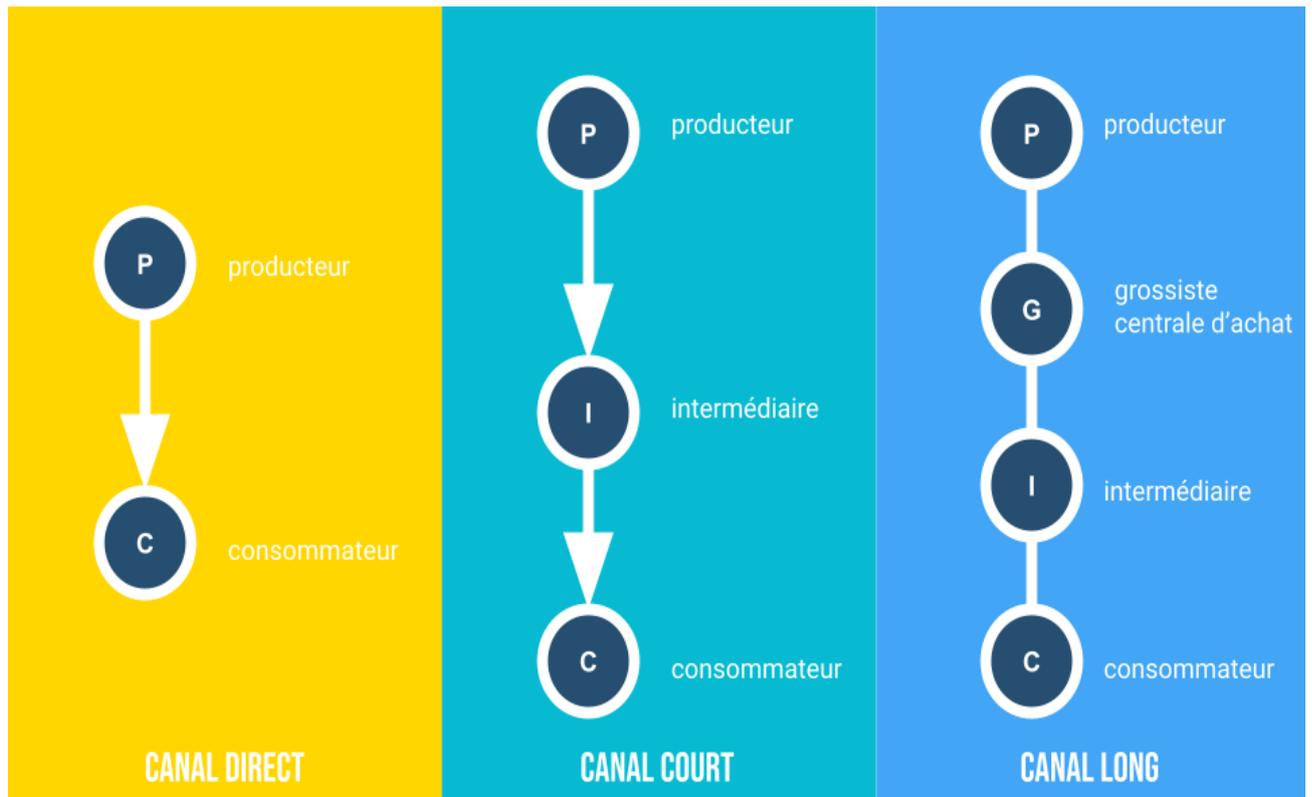
Un canal de distribution est le chemin parcouru par le produit du producteur au consommateur.

Il existe trois canaux de distribution :

³<https://pascalkermarrec.com/2019/09/05/les-modes-de-distributions/#:~:text=Il%20existe%20trois%20canaux%20de,comporte%20au%20moins%20deux%20interm%C3%A9diaires.>

- Canal direct : le producteur vend directement son produit au client final, sans intermédiaire ;
- Canal court : un intermédiaire s'intercale entre le producteur et le consommateur ;
- Canal long : le circuit comporte au moins deux intermédiaires

Figure 1 : Canal de distribution



Source : ⁴

⁴<https://pascalkermarrec.com/2019/09/05/les-modes-de-distributions/#:~:text=Il%20existe%20trois%20canaux%20de,comporte%20au%20moins%20deux%20interm%C3%A9diaires.>

CANAL DIRECT

Le canal direct désigne un mode de vente direct entre le producteur et le consommateur.

Il permet une meilleure connaissance des besoins des clients, des services personnalisés pour les clients et une marge plus importante car pas d'intermédiaires. Mais il implique la nécessité de stocker la marchandise, la gestion financière et organisationnelle d'un point de vente physique ou virtuel qui peut freiner le développement des points de vente.

Figure 2 : Canal direct



Source : ⁵

⁵<https://pascalkermarrec.com/2019/09/05/les-modes-de-distributions/#:~:text=Il%20existe%20trois%20canaux%20de,comporte%20au%20moins%20deux%20interm%C3%A9diaires.>

CANAL COURT

Un canal court est un canal de distribution indirect ne comportant qu'un intermédiaire (distributeur / détaillant) entre le producteur et le consommateur.

L'utilisation d'un canal court permet généralement de réduire le coût global de distribution, notamment lorsque la distribution s'opère dans un périmètre local par rapport au lieu de production. Il offre des marges importantes car un seul intermédiaire est présent entre l'offreur et le client, et permet ainsi une meilleure connaissance du marché. Cependant les contraintes de stockage sont importantes, et le producteur perd son autonomie car le producteur dépend du distributeur.

Figure 3 : Canal court



Source : <https://pascalkermarrec.com/2019/09/05/les-modes-de-distributions/#:~:text=Il%20existe%20trois%20canaux%20de,comporte%20au%20moins%20deux%20interm%C3%A9diaires.>

CANAL LONG

Un canal long est un canal de distribution indirect comprenant au moins deux intermédiaires (grossiste + détaillant) entre le producteur et le consommateur.

Il facilite le développement commercial, grâce à une réduction de l'équipe de vente, une couverture géographique plus importante, tout en transférant le stockage aux intermédiaires.

Mais le producteur a une connaissance moins précise du marché car peu de contacts avec les clients, est dépendant des grossistes, subit éventuellement une pression sur les prix et les marges si vente en grande distribution, et doit promouvoir les produits auprès des grossistes et des détaillants.

LE CHOIX DE CANAL DIRECT OU INDIRECT

Le choix du canal va se faire en fonction notamment des caractéristiques du produit et de la stratégie de distribution retenue.

Des fabricants vont opter pour la distribution directe afin de créer un lien privilégié avec leurs clients, afin de leur faire vivre une expérience unique ou propre à l'enseigne (prestation sur mesure par exemple), de maîtriser leur image et d'augmenter leur chiffre d'affaires. En outre, cette forme de distribution est incontournable pour les produits techniques qui nécessitent des conseils d'utilisation et /ou des adaptations.

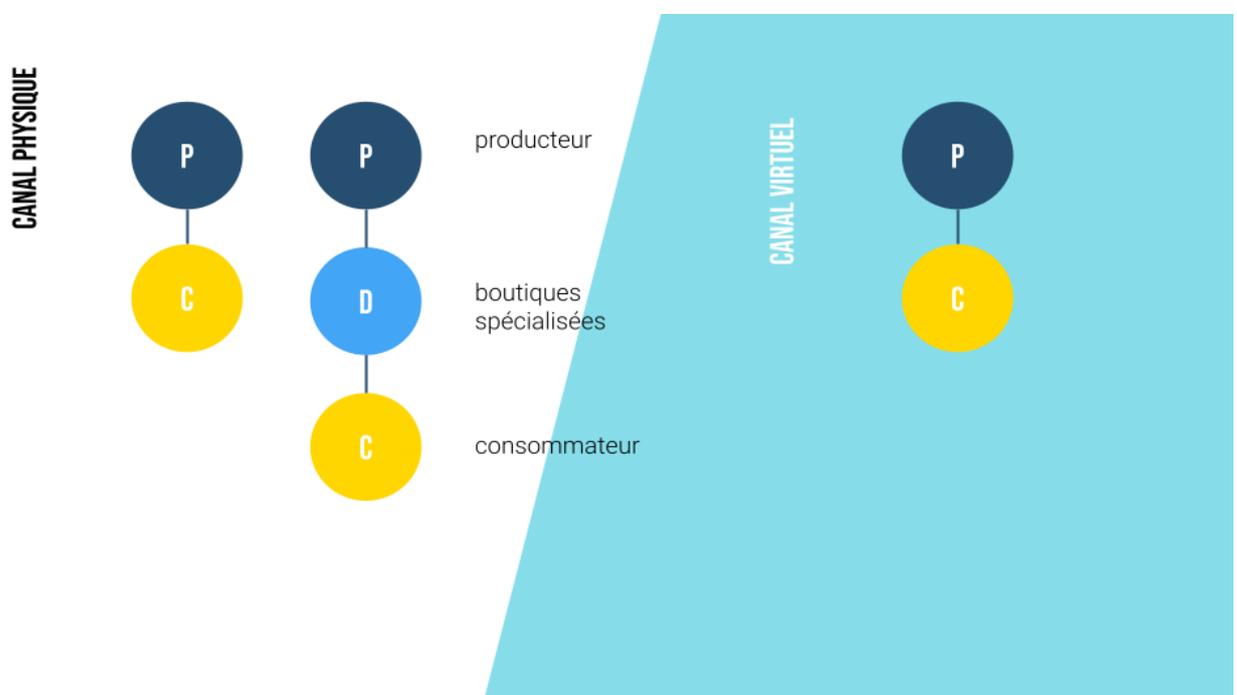
Le canal indirect offre lui un réseau de distribution plus rapide à mettre en œuvre, et dispense le producteur des frais liés à l'exploitation d'un point de vente. Il éloigne cependant le consommateur de la marque, et nécessite des compétences logistiques poussées ainsi qu'une collaboration avec les distributeurs.

L'entreprise peut avoir plusieurs canaux de distribution, physiques et ou virtuels. C'est ce qu'on appelle le circuit de distribution.

LE CIRCUIT DE DISTRIBUTION

Le circuit de distribution est l'ensemble des canaux de distribution, physiques et virtuels, impliqués dans le processus de commercialisation (du producteur au consommateur) d'un produit.

Ci-dessous, un exemple de circuit de distribution. La marque commercialise en physique à travers ses propres boutiques et des distributeurs partenaires, et en virtuel uniquement via sa plateforme web. Son circuit est donc composé de trois canaux de distribution, un canal physique direct, un canal physique court et indirect, et un canal virtuel direct.



6

⁶<https://pascalkermarrec.com/2019/09/05/les-modes-de-distributions/#:~:text=Il%20existe%20trois%20canaux%20de,comporte%20au%20moins%20deux%20interm%C3%A9diaires.>

4. Marche et concurrence

Les grandes enseignes alimentaires sont bien implantées au Sénégal. En termes de part de marché, Casino et Auchan, marques françaises, occupent une place de leader. EDK et SENCHAN, à l'accent beaucoup plus local, affichent de belles performances. D'autres comme Carrefour, Exclusif et Utile tirent aussi leur épingle du jeu.

Mais à qui profite la grande distribution ?

La particularité des grandes surfaces, c'est d'offrir des services à la hauteur des exigences des clients : produits bien présentés dans un environnement propre où l'embarras du choix est de rigueur.

Sur ce marché, les enseignes locales se bousculent pour changer positivement la manière de consommer. Elles soutiennent la production locale et répondent aux besoins des consommateurs en s'associant avec les producteurs locaux.

ELYDIA, EDK ET SENCHAN, LE PARI RÉUSSI

L'enseigne locale SENCHAN, lancée en octobre 2020, vient d'ouvrir son quatrième supermarché dans la cité religieuse de Touba. La stratégie qu'elle tente d'appliquer est originale : offrir une large gamme de produits en mettant un accent particulier sur les produits locaux.

Dans chaque magasin SENCHAN, les clients trouveront des produits adaptés aux besoins dont plus de la moitié est fabriquée au Sénégal. Un concept de distribution du « Made in Sénégal » qui mériterait d'être déployé dans toutes les régions du pays.

Selon sa responsable commerciale, le groupe ambitionne d'ouvrir 17 supermarchés à Touba et un hypermarché avant d'entamer son expansion dans les autres villes.

Le groupe ELYDIA a aussi ouvert un supermarché 100 % sénégalais dans la ville de Touba. On y retrouve tous les produits de grande consommation : viande, poisson, fruits de mer, légumes et fruits issus du terroir. L'enseigne s'engage à mettre en avant les produits locaux dans ses rayons.

Les supermarchés LOW PRICE du groupe EDK, fondés par un Sénégalais, rivalisent aussi sans complexe avec les multinationales. L'enseigne est présente dans toutes les capitales régionales et totalise 29 supermarchés sur toute l'étendue du territoire. Le groupe s'est également positionné comme distributeur des produits du terroir en négociant avec un large réseau d'agriculteurs locaux et d'entrepreneurs pour les aider dans la distribution.

On retrouve dans ses magasins plusieurs variétés de jus locaux et des aliments traditionnels comme les arraw, tiakri et autres, à bon prix.

LES GRANDES ENSEIGNES SOUTIENNENT AUSSI LA PRODUCTION LOCALE

La production locale est bien prise en compte par les grandes chaînes de distribution étrangères implantées au Sénégal. La majorité fait une grande place aux partenaires locaux pour leur permettre de faire découvrir leurs produits et de les vendre directement.

En période de ramadan par exemple, Casino et Auchan n'hésitent pas à communiquer massivement en mettant en place des offres promotionnelles « spécial ramadan » sur les produits locaux. Une aubaine pour les consommateurs qui ont la possibilité de faire l'intégralité de leurs achats avec les produits issus des entreprises nationales de transformation.

Auchan, très présent au Sénégal, propose également de nombreuses marques locales. L'enseigne est aujourd'hui à plus de 60 % d'approvisionnement local, le reste étant importé.

LA VENTE EN LIGNE DANS LA GRANDE DISTRIBUTION SE DÉVELOPPE-T-ELLE ?

Se faire livrer à domicile sans se déplacer est devenu un enjeu partout dans le monde. Au Sénégal, l'enseigne Auchan l'a bien compris et a lancé à un site de e-commerce pour les habitants de Dakar. Ce service de vente en ligne sera déployé progressivement à l'échelle nationale.

Mais la majorité des enseignes présentes au Sénégal ne s'est pas encore lancée dans la vente en ligne. Du côté de Casino, on estime que le marché sénégalais n'est pas suffisamment mature sur beaucoup de points comme la livraison, les moyens de paiement, l'adressage, le stockage, la gestion de la rupture de chaîne du froid, etc. L'enseigne considère qu'il y a tout une infrastructure derrière à mettre en place avant de se lancer dans la vente en ligne.

Le local a toujours une place de choix

Même si les grandes enseignes ont de quoi attirer les clients avec des produits d'appel aux prix très bas, les produits des agriculteurs, éleveurs et transformateurs de produits locaux, malgré tous les obstacles rencontrés, auront toujours une place importante dans le système alimentaire sénégalais.

Ils parviennent à fournir à la population une bonne partie de leur alimentation et méritent soutien et encouragements...⁷

⁷ <https://www.au-senegal.com/grande-distribution-au-senegal-le-grand-tournant-local,16068.html>.

5. Diagnostic du secteur de la grande distribution

Le diagnostic du secteur sera fait à l'aide de l'analyse SWOT sous dessous :

Tableau 1: Analyse SWOT du secteur de la grande distribution

<u>FORCES</u>	<u>FAIBLESSES</u>
<ul style="list-style-type: none">- Accessibilité géographique et financière- Secteur innovant	<ul style="list-style-type: none">- Grande dépendance face au fournisseur
<u>OPPORTUNITES</u>	<u>MENACES</u>
<ul style="list-style-type: none">- Progrès technologiques- Nouvelle chaîne de distribution- Forte demande	<ul style="list-style-type: none">- Entrée de nouveaux concurrents sur le marché- Instabilité politique- Secteur informel

8

Source : <https://www.etudes-et-analyses.com/blog/decryptage-economique/analyse-swot-grande-distribution-29-01-2019.html>

⁸ SWOT : Strengths, weaknesses, opportunities, threats (force, faiblesse, opportunités, menaces)

DEUXIEME PARTIE : LE METIER

Pour ce qui concerne cette partie du travail des recherches ainsi que des entretiens avec des professionnels ont été effectués.

1. Présentation du profil du métier

Le ou la responsable achats négocie et conclut les achats de tout produit ou service, nécessaire à la production de l'entreprise et à son bon fonctionnement, aux meilleures conditions de qualité, prix et délais. Il ou elle contribue à assurer une meilleure rentabilité de la production.

C'est la personne qui achète les produits ou les services nécessaires au bon fonctionnement de l'entreprise. Il supervise tout le processus d'achat, de la recherche de fournisseurs au contrôle du produit ou du service livré, en passant par la négociation des prix.

Toutefois à la suite des entretiens le métier de responsable d'achat peut être défini comme celui qui est chargé de l'approvisionnement des marchandises pour le bon fonctionnement de l'entreprise, il est également chargé d'appliquer les procédures ou manuel d'achat de l'entreprise.

Dans le cadre général il définit la politique d'achat de l'entreprise dans le cadre d'un budget défini, et met également en œuvre les moyens nécessaires et anime une équipe d'acheteurs ; il n'intervient souvent qu'au moment des dernières négociations puisqu'il a déjà une équipe d'acheteurs entière qui font le travail pour à la fin lui faire un compte rendu du travail effectué.

Il fait ainsi parti de ceux qui participent au bon fonctionnement de l'entreprise.

Ensuite, d'après les entretiens les principales attributions du métier de responsable d'achat sont les suivantes :

- Recueillir les besoins
- Rechercher les meilleurs fournisseurs
- Négocier avec le fournisseur pour tenter de gagner le plus de marché possible
- Sélectionner le fournisseur
- Passer la commande
- Réceptionner la marchandise
- Organiser, gérer les stocks de marchandises au sein de son entreprise

Le processus pour trouver un fournisseur et acquérir les marchandises se présente sur plusieurs critères dont :

- Faire le point sur la recherche c'est à dire déterminer quel type de fournisseur on recherche exactement
- Comparer les différents fournisseurs par rapport au prix, la qualité, sécurité de paiement, délais de livraison
- Choisir le meilleur fournisseur
- Envoyer le bon de commande une fois le fournisseur choisi
- Recevoir la marchandise qui doit venir avec la facture, le bon de commande et le bon de livraison.

Pour réussir dans ce métier qui est d'ailleurs très risqué plusieurs atouts sont pris en considération tels que **la rigueur** car il faut énormément de précision et de tact pour mener à bien ce travail, **l'organisation** qui présente aussi un grand atout car il faut avoir un bon planning et savoir le gérer, savoir **utiliser les nouvelles technologies de l'information, anticiper les évolutions et besoins de l'entreprise, le respect des procédures d'achat et la maîtrise des techniques de négociation** sont essentiels dans ce métier.

Le responsable d'achat se doit aussi de **parler plusieurs langues étrangères, d'être à l'aise à l'oral** et également de **posséder de bon sens du relationnel** ; mais aussi de doit de **savoir gérer les priorités**.

Pour accéder au poste de responsable d'achat trois parcours sont également suivis :

- Au niveau Bac + 2, BTS Commerce International
- Au niveau Bac + 3, après une licence professionnelle, ou de nombreuses spécialités bien différentes mais relatives au poste de responsable d'achat sont proposés (commerce international, transport logistiques...)
- Au niveau bac+5 après une formation en écoles supérieure de commerce ou sera délivré un master avec une spécialité d'achat ; ce parcours reste le plus conseillé et plus recherché par les entreprises. Une école supérieure de commerce est la voie idéale pour une formation approfondie et une expérience en entreprise acquise grâce aux stages réalisés.

Il faut cependant une expertise d'au moins dix ans dans ce métier avant de devenir responsable d'achat.

A force d'exercer le métier essentiellement plusieurs compétences et connaissances peuvent être acquises telles que **la maîtrise des langues étrangères, la maîtrise des technologies d'information, la capacité de gérer son stress...**

Parce que **la négociation** est au cœur de ses missions, le responsable d'achat n'est pas dénué de qualité commerciale telle **la diplomatie, la ténacité** ainsi qu'une présentation impeccable et un sens certain de la négociation. Il a nécessairement **le gout du challenge**

Le responsable d'achat évolue dans un environnement en perpétuel mutation. Il doit donc se montrer **adaptable, réactif, très résistant au stress**. Il effectue une veille quotidienne de l'actualité de ses marchés pur être à même de saisir toutes les opportunités. Il s'appuie alors sur **un bon sens de l'analyse et de la synthèse**, de même que sur **une aisance certaine avec les chiffres**.

La pratique de l'anglais commercial est désormais absolument indispensable pour le responsable d'achat. La maîtrise d'une autre langue étrangère est un atout de poids.

Selon le professionnel interrogé les critères de sélection d'embauche dépendent **des réponses aux questions posés par ce dernier**.

Généralement les jeunes diplômés commencent leur carrière comme **assistants acheteurs** puis évoluent avec l'expérience.

La rapidité de l'évolution professionnelle dépend du niveau de diplôme et des résultats du candidat, ainsi que de la taille de son entreprise-employeur.

Une fois obtenue le poste d'acheteur, il est possible d'évoluer vers les fonctions de directeur des achats ou de consultant achat voire de chef de groupe dans la grande distribution.

Dans ce métier il est très important de faire **le meilleur choix concernant le fournisseur, éviter de faire des erreurs sur la commande effectuée, et de bien vérifier la qualité de la commande avant de la valider**.

D'après les entretiens effectués, **la passion** peut être source de motivation dans l'exercice du métier.

Le métier de responsable d'achat requiert plusieurs compétences techniques qui sont nécessaire à l'exercice du métier parmi elles on peut citer une parfaite maîtrise des outils e gestion de projet, de solide connaissance en négociation, avoir d'excellente connaissance dans la gestion d'entreprise, également une maîtrise des logiciels de la bureautique, et un anglais irréprochable à l'oral comme à l'écrit.

Etant appelé à communiquer avec ses fournisseurs qui peuvent être d'origine divers, le Responsable d'achat se doit de parler plusieurs langues essentiellement l'anglais.

Le matériel bureautique est aussi nécessaire pour un meilleur exercice du métier vu l'avancé de la technologie, le responsable d'achat se doit de maîtriser certains logiciels informatiques.

Dans les normes le nombre d'heure de travail est de huit (8) heures de temps cependant le responsable d'achat peut faire face à des imprévus lorsque la marchandise tarde à venir ce qui peut constituer des horaires supplémentaires au-delà des huit heures de temps.

Etant un métier à risque il est très évident de rencontrer des difficultés en l'exerçant parmi elles les erreurs commises par le fournisseur sur la marchandise commandée entraînant ainsi des retards et une grande confusion sur la commande.

Selon les conseils du professionnel interrogé, être responsable d'achat est d'abord un métier passionnant mais tout de même très risqué. Il est conseillé d'être sérieux dans le travail, organisé dans les plannings et être très rigoureux dans son travail. Il est également conseillé de faire preuve de patience, d'être capable de travailler en équipe.

2. Diagnostic du métiers

Analyse SWOT du métier du Responsable d'achat

A la suite des entretiens effectués avec les professionnels, une analyse SWOT du responsable d'achat a été établit et se présente comme suit :

Tableau 2 : Analyse SWOT du métier

FORCES	FAIBLESSES
<ul style="list-style-type: none"> - Réactif et déterminé - Maitrise de la négociation - Capacité d'analyse - Esprit d'équipe 	<ul style="list-style-type: none"> - Métier très risqué - Mauvaise gestion du stress
OPPORTUNITES	MENACES
<ul style="list-style-type: none"> - Evolution professionnelle - Haut niveau de rémunération 	<ul style="list-style-type: none"> - Forte concurrence sur le marché de l'emploi - Lourde responsabilité

Source : Entretien avec un professionnel

TROISIEME PARTIE : BILAN ET PERSPECTIVES

1. BILAN

1.1 Bilan personnel

(L'analyse SWOT de ma propre personne)

Tableau 3: Analyse SWOT personnelle

<u>FORCES</u>	<u>FAIBLESSES</u>
<ul style="list-style-type: none">- Courtoise- Ambitieuse et entreprenante- Optimiste- empathique	<ul style="list-style-type: none">- Timide- Impatiente- Méfiante
<u>OPPORTUNITES</u>	<u>MENACES</u>
<ul style="list-style-type: none">- Création d'un projet de vente- Suivre des cours de théâtre et de méditation	<ul style="list-style-type: none">- TROP de Stress

Source: nous meme

1.2 Bilan Professionnel

(L'analyse SWOT du profil professionnel)

Tableau 4 : Analyse SWOT du profil professionnel

<u>FORCES</u>	<u>FAIBLESSES</u>
<ul style="list-style-type: none">- Sens de l'organisation- Capacité à convaincre- Formation suivie- Maitrise des logiciels (word, power point , saari...)	<ul style="list-style-type: none">- Prise de parole en public- Non maitrise des langues étrangères- Manque d'expérience par rapport à ce métier
<u>OPPORTUNITES</u>	<u>MENACES</u>
<ul style="list-style-type: none">- Existence de l'offre de travail- Existence de cours de renforcement en anglais- Existence de coach en développement personnel	<ul style="list-style-type: none">- Concurrence des camarades diplômés

Source : nous même

2. PLAN D'ACTION ET PERSPECTIVES

2.1- Plans d'actions

Pour mieux évoluer dans ce milieu professionnel il me faut corriger mes faiblesses pour bien m'adapter dans le milieu.

Pour commencer, je compte

- Suivre des cours de théâtres et de méditation pour vaincre ma timidité ainsi que mon impatience vu le métier que j'ai choisi car en effet pour être responsable d'achat être timide et impatient n'est pas adéquat puisqu'il est toujours en contact avec des clients qui peuvent parfois être très exigeants.
- Ensuite, suivre des séances de coaching afin d'améliorer ma prise de parole en public
- Puis si possible suivre une courte formation pour améliorer mes langues étrangères notamment l'anglais.
- Enfin, faire des stages pour remédier à mon manque d'expérience par rapport à mon métier.

Ainsi, ces actions vont être organisés dans le temps comme suit :

Tableau 5 : Plan d'action

Court Terme	Moyen Terme	Long Terme
<ul style="list-style-type: none">- Obtention de la licence- Formation sur le développement personnel- Faire des stages	<ul style="list-style-type: none">- Faire un master- Suivre une courte formation en anglais- Passer le permis	<ul style="list-style-type: none">- Travailler dans le secteur de la grande distribution- Ouvrir une superette

2.2- Perspectives

Après avoir acquiert de l'expérience dans le secteur, je suis en perspective d'ouvrir une supérette à Mariste parce que le besoin y est constant et il manque de marché ou de superette dans lesquels les potentiels clients peuvent venir acheter ce dont ils ont besoin.

En effet dans le projet d'ouvrir une supérette l'emplacement est essentiel non seulement pour attirer de potentiels clients mais aussi pour satisfaire leurs besoins et Mariste est pour moi le lieu qu'il faut pour mener à bien mon projet futur.

Aussi y'aura la proximité car une supérette c'est un commerce de proximité ce qui peut créer de grandes avantages à ce type de magasin et de plus c'est un meilleur moyen de fidéliser la clientèle car vu le manque de magasins de ce type dans cette zone ils n'auront pas à se déplacer pour leurs propres besoins étant déjà plus proches des habitations permettant ainsi de réduire les temps de transport et les couts liés à se ces derniers.

Ensuite en vue de développer ce projet une fois monté je souhaiterais le transformer en une plus grande surface comme un supermarché afin d'augmenter ma clientèle mais aussi mes revenus.

CONCLUSION

Au terme de ce travail, nous pouvons retenir que le secteur de la grande distribution est un lieu de marche d'offre et de demande ; la clientèle étant toujours plus nombreuses donc les modes de ventes variés.

C'est un secteur qui a énormément évolué sur le plan économique malgré les nombreux obstacles qu'il a eu à rencontrer notamment la crise sanitaire de la Covid 19 ; il a toujours établi un lien nécessaire entre producteur et consommateur partout où il est implanté. Etant très accessible, le secteur de la grande distribution représente toute les activités liées au commerce de détail de biens de consommation, il offre également de nombreuses d'opportunités d'emplois ainsi que des avantages attractifs.

Tout au long de ce travail nous avons sorti les grandes lignes de ce secteur ainsi que tous ce qu'il englobe notamment son organisation ses marchés et concurrents ; et dans ce secteur le métier de responsable d'achat a été retenu sous tous ses axes et expliquer sous tous ses formes ; d'après l'étude de recherche effectué il est constaté que c'est un métier passionnant mais très risqué qui requiert essentiellement certaine compétences et qualités raison pour laquelle il fait ainsi parti de ceux qui participent au bon fonctionnement de l'entreprise donc il joue un grand rôle au sein de son entreprise .

Pour mener à bien ce travail des interviews ont été réalisés avec des professionnels du métier en préparant un questionnaire explicite sur le métier incluant des recherches faites sur internet afin de mieux compléter le travail en tant que tel.

Déterminer à exercer ce métier plus tard il est impératif d'effectuer des stages dans le domaine afin d'acquérir des expériences professionnelles nécessaires pour exercer le métier. Egalement renforcer les compétences linguistiques en suivant une formation en langues essentiellement l'anglais et suivre aussi une formation en développement personnel afin de mieux maîtriser l'oral.

Enfin nous pensons que cette expérience dans le secteur de la grande distribution était très enrichissante et nous a permis d'appréhender le milieu du travail et d'exploiter nos connaissances théoriques accumulées durant la formation.

REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES

WEBOGRAPHIE :

[https://www.fcd.fr/le-secteur/le-commerce-et-la-distribution/#:~:text=La%20grande%20distribution%20alimentaire%20se,ou%20SDPM\)%20et%20les%20drives.](https://www.fcd.fr/le-secteur/le-commerce-et-la-distribution/#:~:text=La%20grande%20distribution%20alimentaire%20se,ou%20SDPM)%20et%20les%20drives.)

https://www.wto.org/french/tratop_f/serv_f/distribution_f/distribution_f.htm

<https://www.studyrama.com/formations/specialites/commerce-distribution-management/la-grande-distribution-c-est-quoi-exactement-18880.>

<https://pascalkermarrec.com/2019/09/05/les-modes-de-distributions/#:~:text=Il%20existe%20trois%20canaux%20de,comporte%20au%20moins%20deux%20interm%C3%A9diaires.>

<https://www.au-senegal.com/grande-distribution-au-senegal-le-grand-tournant-local,16068.html.>

[Pourquoi travailler dans la grande distribution ? | Indeed.com France.](#)

ANNEXES

Questionnaire projet professionnel

Questionnaire sur le métier de responsable d'achat pour mieux connaître le métier

1- quelle est votre propre définition de responsable d'achat ?

Réponse longue

2- Quelles sont vos missions et vos taches ?

*

Réponse longue

3- Comment procéder pour trouver un fournisseur et acquérir vos marchandises (les étapes à suivre) ?

*

Réponse longue

4- Quels sont les atouts qu'il faut prendre en considération pour réussir dans ce métier ?

*

Réponse longue

5- Quels sont les diplômes, les formations et les expériences pour accéder au métier ?

*

Réponse longue

6- Quelles sont les compétences et connaissances acquises en exerçant le métier ?

Réponse longue

7- Selon vous quelles seraient les critères de sélection lors de l'embauche ?

*

Réponse longue

8- Quelle est la possibilité d'évolution du métier ?

Réponse longue

9- Quelles sont les points importants auxquels il faut faire attention dans ce métier ?

*

Réponse longue

10- En tant que responsable d'achat qu'est-ce qui vous motive dans ce métier ?

*

Réponse longue

11- Quelles sont les forces de ce métier ?

*

Réponse longue

12- Quelles sont les faiblesses de ce métier ?

*

Réponse longue

13- Quelles sont les opportunités de ce métier ?

*

Réponse longue

14- Quelles sont les menaces de ce métier ?

*

Réponse longue

15- Quelles sont les compétences techniques liées au métier ?

Réponse longue

16- Quelles sont les compétences linguistiques du métier ?

*

Réponse longue

17- Quel est le nombre moyen d'heure de travail ?

Réponse longue

18- Rencontrez-vous des difficultés lors de l'exercice du métier ?

*

Réponse longue

19- Quels conseils donneriez-vous à celui qui voudrait exercer le métier ?

*

Réponse longue

TABLE DES MATIERES

DEDICACES	i
REMERCIEMENTS	ii
LISTE DES FIGURES	iii
LISTE DES TABLEAUX	iii
SOMMAIRE	iv
INTRODUCTION GENERALE.....	1
PREMIERE PARTIE : PRESENTATION DU SECTEUR D'ACTIVITE	1
1- PRESENTATION DU SECTEUR DE LA GRANDE DISTRIBUTION	3
2. Cadre macroéconomique.....	6
3. Organisation du secteur.....	7
4. Marche et concurrence	13
5. Diagnostic du secteur de la grande distribution	16
DEUXIEME PARTIE : LE METIER	17
1. Presentation du profil du métier	18
2. Diagnostic du métiers.....	21
TROISIEME PARTIE : BILAN ET PERSPECTIVES	18
1. BILAN.....	23
1.1 Bilan personnel.....	23
1.2 Bilan Professionnel	24
2. PLAN D'ACTION ET PERSPECTIVES	25
2.1- Plans d'actions	25
2.2- Perspectives.....	26
CONCLUSION	26
ANNEXES	V
TABLE DES MATIERES	VIII