

Delphine Douroux



Eric Salviac  
[Eric.salviac@fr.ey.com](mailto:Eric.salviac@fr.ey.com)



# Market intelligence

After work groupe métier Centraliens Achats

26 mars 2013



---

# Sommaire

---

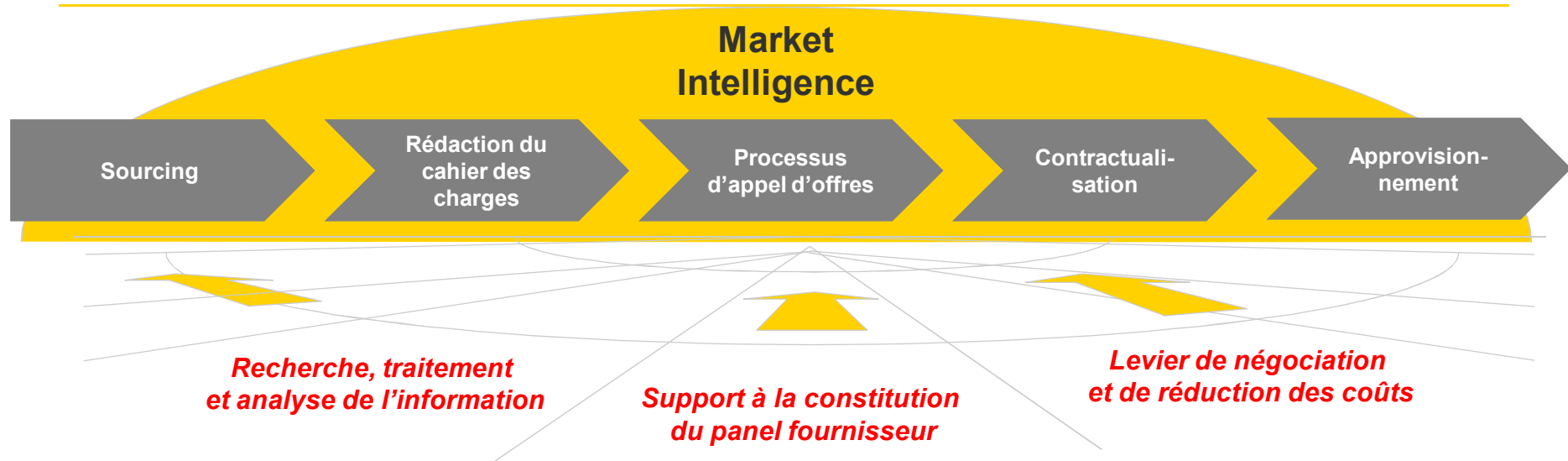
1. Intelligence...Vous avez dit Market Intelligence?
2. Enjeux et fonctionnalités de la Market Intelligence
3. Positionnement de la fonction – exemples
4. Market Intelligence « Live » : l'exemple de **TOTAL** EP: Delphine
5. Les outils du Market Intelligence
6. En synthèse...

# « Intelligence »? ...



Dans le contexte d'une organisation, le terme « intelligence » doit être rapproché de celui de « **Renseignement** », c'est-à-dire du travail de **collecte** et **d'exploitation/traitement** de l'information de valeur à des fins **stratégiques et de prise de décision**.

# Vous avez dit “Market intelligence” ? (1/2) ...sur l’ensemble du processus achats et au-delà...



- ▶ Dans le contexte des Achats et des marchés de l’offre, le « Market Intelligence » doit avant tout être considéré comme un état d’esprit transverse aux achats : **anticiper**
- ▶ Il s’agit d’une composante majeure de la stratégie Achats : alimenter le panel, comprendre, découvrir les **innovations** et les **technologies**, les marchés...
- ▶ Ses principes directeurs sont les suivants :
  - Connaître les **marchés** et les segments de l’offre afin d’influencer ses orientations ;
  - Construire des partenariats de longue durée avec « ses » **fournisseurs stratégiques/critiques** en priorité, dans une logique d’entreprise « étendue »
  - Diversifier son panel fournisseurs afin de **sécuriser** sa propre activité.

# Vous avez dit “Market intelligence” ? (2/2) ...les 6 domaines d’influence...

► **L’objectif principal du « Market Intelligence » est la maîtrise de la structure concurrentielle d’un marché...**

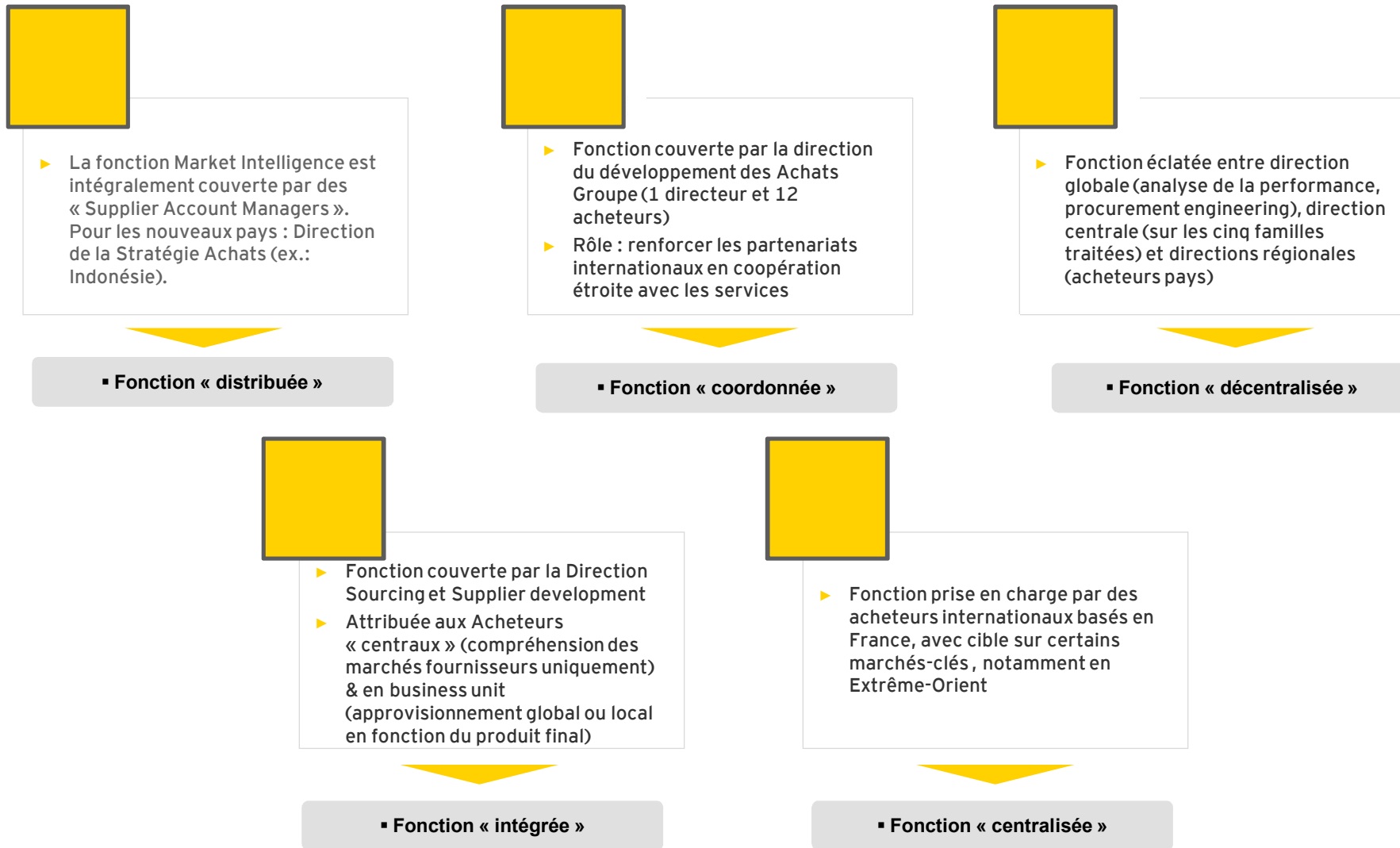
- Environnement PESTEL (Politique, Economique, Social, Technologique, Environnemental, Legal)
- Pouvoir de négociation des clients
- Pouvoir de négociation des fournisseurs
- Nouveaux entrants
- Produits ou services de « substitution »

► Appliqué aux achats, le Market Intelligence peut être défini comme le **processus de collecte et d’analyse de l’information des marchés de l’offre, destiné à appuyer la décision Achats**

► La démarche de Market Intelligence doit viser à sélectionner le fournisseur optimal sur une problématique achats spécifique (souhait de co-développement d’un produit, externalisation, low-cost sourcing...)



# Positionnement dans l'organisation – quelques exemples



# Market Intelligence « Live » - l'exemple de Total, branche Exploration Production



- Quelle réalité la MI recouvre-t-elle ?
- Quels outils ?
- Quel REX et pour quelle performance ?
- Exemples...

# Les Outils du Market Intelligence (1/2)

## *Intelligence économique et connaissance des marchés*

### Zone blanche

- Information « ouverte » et accessible à tous (médias, internet, presse...)

### Zone grise

- Information sensible
- Degré de confidentialité élevé

### Zone noire

- Information « fermée »
- Protégé par la loi et les personnes autorisées

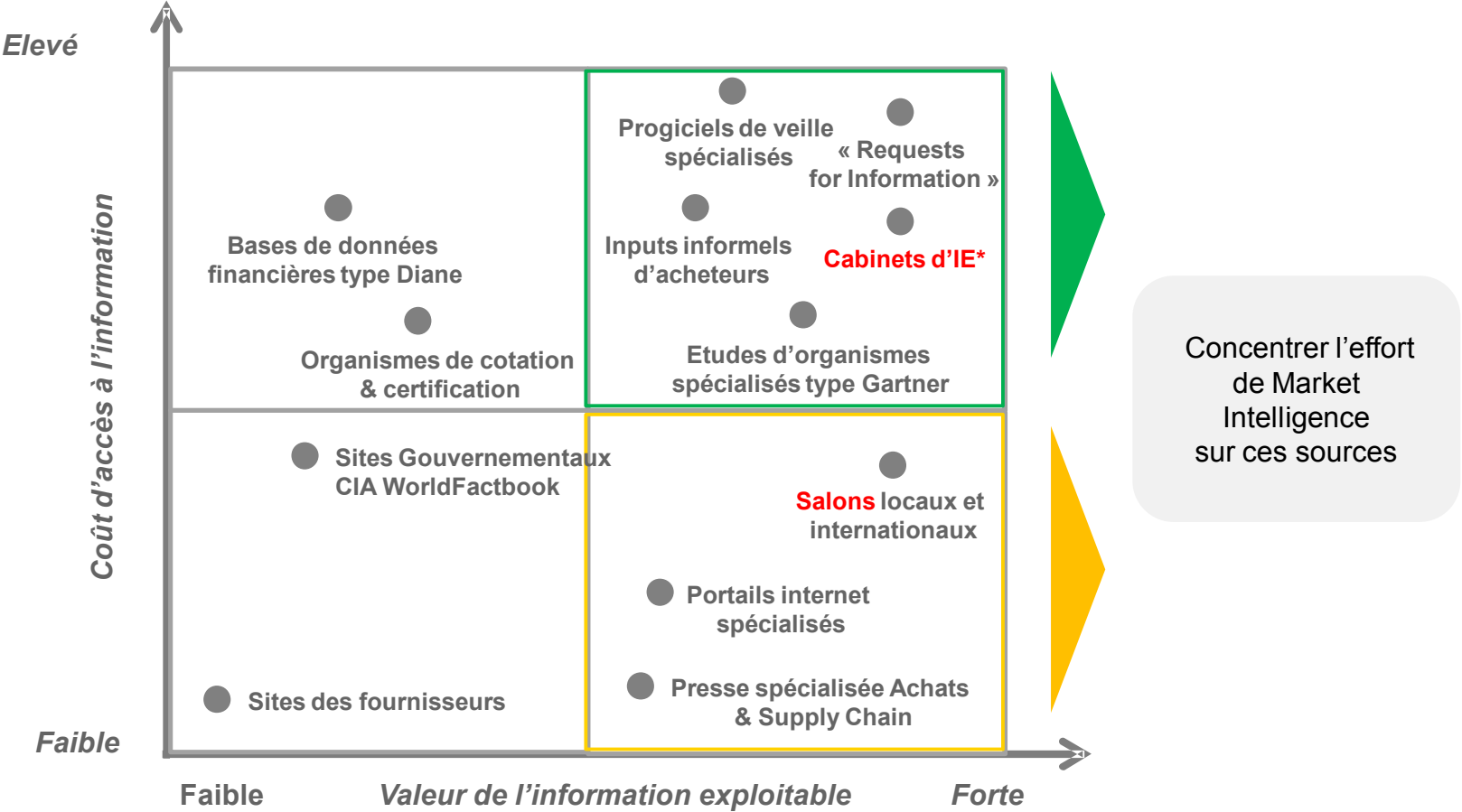


**Alain Juillet (ex-directeur du renseignement à la DGSE) estime que 90% de l'information intéressante pour le développement des entreprises est de nature « blanche »**



# Les Outils du Market Intelligence (2/2)

## Les sources d'information



\* Intelligence Economique

# Sources d'information (1/6)

## Progiciel de veille spécialisé

Recherche simultanée dans tous les moteurs connectés par l'utilisateur

Indexation et recherche temps réel dans les résultats

Affichage des résultats dans différentes fenêtres thématiques entièrement personnalisables

Exploitation aisée des résultats : surveillance, export, favoris, envoi par mail,...

Détecter les tendances de l'offre

# Sources d'information (2/6)

## Etudes d'organismes spécialisés

**Gartner** Research

Publication Date: 2 September 2011 ID Number: G00214794

### E-Procurement Market and Vendor Landscape

**Deborah R Wilson, Nigel Rayner**

A geographically fragmented and rapidly evolving e-procurement solution market gives organizations many options, but makes solution assessment challenging. This research will help IT and procurement leaders assess e-procurement, purchase-to-pay and buy-side e-catalog solutions with profiles and ratings of 32 leading solutions against 11 elements spanning product functionality, platform capabilities, ease of use, time to value and customer satisfaction.

**Key Findings**

- The e-procurement market is a geographically fragmented market populated with many general solutions, some industry-specific solutions and some e-catalog specialist vendors.
- Market requirements for e-procurement have evolved over the past two years as the solution has progressed into a mainstream application. Notable changes include higher expectations for usability, workflow configurability (model-driven process support, see Note 1), e-catalog search and invoice matching functionality.
- Demand for procurement suites over point solutions is motivating vendors to fill out their product lines by buying, building and partnering for missing pieces, such as strategic sourcing, budget encumbrance and contract life cycle management (CLM).
- We predict significant consolidation through mergers and acquisitions over the next three to five years, with the number of major players dropping by 50%. This activity will be triggered by vendors seeing economies of scale and growth, but finding many markets already crowded with local competition.

**Recommendations**

Connaître les acteurs du marché et leurs forces /faiblesses

# Sources d'information (3/6)

## Bases de données financières

The screenshot shows the Diane website interface. At the top, there is a navigation bar with tabs for 'Entreprises', 'Contacts', 'Annonces légales', 'Documents originaux', 'Nouvelles', 'Zephyr - Transactions FUSAC', 'Recherche sectorielle', and 'Global Reports'. Below this is a search bar with the placeholder text 'Entrez un nom d'entreprise ou un numéro Siren/Siret'. The main content area is divided into two columns. The left column lists various search criteria: 'Nom de l'entreprise', 'N° d'identification', 'Statut juridique', 'Forme juridique', 'Date de création', 'Téléphone / Télécopie / Site Internet / E-mail', 'Situation géographique', 'Activité / Marché', 'Dirigeants', 'Commissaires aux comptes / Banque', and 'Actionnariat'. The right column lists financial variables: 'Variables financières', 'Effectifs', 'Ratios', 'Indicateurs de santé financière', 'Type de comptes et disponibilité', 'Données boursières', 'Transactions FUSAC et Annonces BODACC', 'Entreprises mises à jour', 'Mes données', and 'Toutes les entreprises de Diane'. At the bottom of the interface, there is a checkbox labeled 'Page d'accueil par défaut' which is checked.

Collecter et restituer l'information financière sur les fournisseurs afin de qualifier les risques

# Sources d'information (4/6)

## Portails internet spécialisés (marché du transport et de la logistique)

Home | About | Contact | Definitions | Help

**GSCi**  
Global Supply Chain Intelligence

Login | Register  
Username:   
Password:   Remember?

### Ti Dashboard

Click here to view TI's range of economic and industry indicators along with access to the full Logistics Briefing archive

#### Logistics Briefing Archive

- Despite a shortfall in current volumes, forwarders remain hopeful of market turnaround [brief, 15 March 2013]
- Puerto Rico's medical device and pharmaceutical industry at a cross roads [brief, 14 March 2013]
- Emirates SkyCargo and Qantas Freight announce network partnership [news, 15 March 2013]
- Hapag-Lloyd to upgrade its South East Asia - Australia service [news, 15 March 2013]

## GSCi Portal

|           |           |                  |
|-----------|-----------|------------------|
| Providers | Markets   | Vertical Sectors |
| Regions   | Countries | Supply Chains    |

### My GSCi

Log in or Subscribe to your own customised information section

### TOP 10's

A selection of market data comparisons

Click here for a user guide

Hotline: +44 (0)1793 850 025 Home Page | Providers | Markets | Industries | Regions | Countries | Top 10s | TI Dashboard | Clients Copyright © 2013 Transport Intelligence

Pratiquer une veille technologique et commerciale des fournisseurs sur un segment donné

# Sources d'information (5/6)

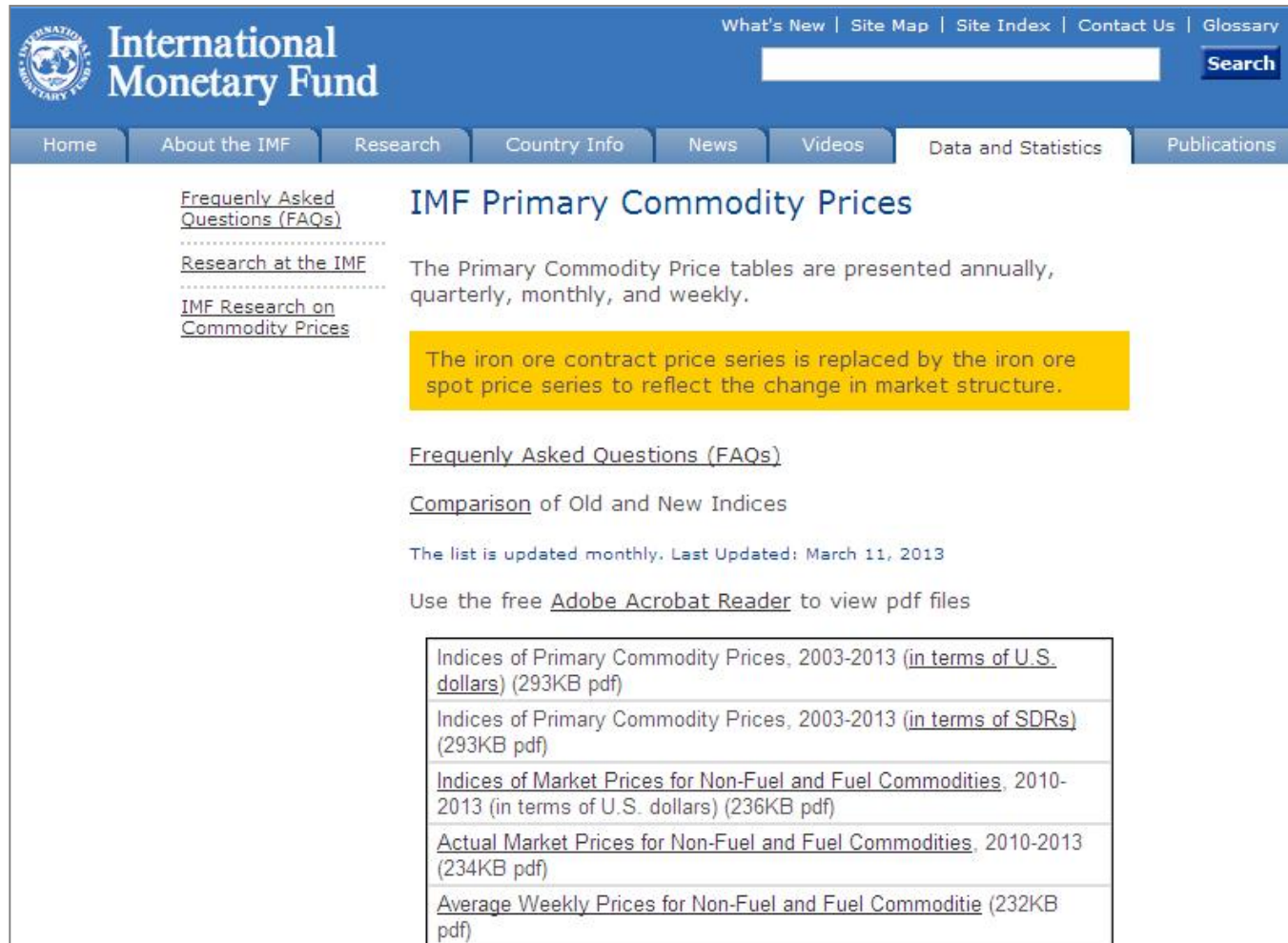
## Presse et sites spécialisés

The screenshot shows the website 'L'USINE NOUVELLE' with a navigation menu including 'L'INFO 24/7', 'INDUSTRIE EXPLORER', 'INDICES & COTATIONS', 'L'EXPO PERMANENTE', 'NOS ÉVÉNEMENTS', 'EMPLOI', and 'FORMATION'. The main header features 'INDICES & COTATIONS' with '4 000 INDICES ET 200 000 COTATIONS' and a search bar. Below the header, there are sections for 'LES OUTILS DE VEILLE INDICES & COTATIONS' with a 'TEST GRATUIT' offer, 'L'ACTUALITÉ' featuring an article about Moroccan steel, 'L'ENTRETIEN' with a quote about rice, and 'LES PRÉVISIONS'. A sidebar on the right lists 'LES INDICES PAR FAMILLE' with categories like RECYCLAGE, MÉTAUX NON FERREUX, etc.

Pratiquer une veille des indices et cotations par segment d'achats

# Sources d'information (6/6)

## Sites spécialisés



The screenshot shows the IMF website's 'Primary Commodity Prices' page. The header includes the IMF logo, navigation links (Home, About the IMF, Research, Country Info, News, Videos, Data and Statistics, Publications), and a search bar. The main content area features a title 'IMF Primary Commodity Prices' and a description: 'The Primary Commodity Price tables are presented annually, quarterly, monthly, and weekly.' A yellow highlighted box contains the text: 'The iron ore contract price series is replaced by the iron ore spot price series to reflect the change in market structure.' Below this, there are links for 'Frequently Asked Questions (FAQs)', 'Comparison of Old and New Indices', and a note that the list is updated monthly (last updated March 11, 2013). A link to 'Adobe Acrobat Reader' is provided for viewing PDF files. A table lists five PDF documents with their titles and sizes.

|  |
|--|
| <a href="#">Indices of Primary Commodity Prices, 2003-2013 (in terms of U.S. dollars)</a> (293KB pdf)                        |
| <a href="#">Indices of Primary Commodity Prices, 2003-2013 (in terms of SDRs)</a> (293KB pdf)                                |
| <a href="#">Indices of Market Prices for Non-Fuel and Fuel Commodities, 2010-2013 (in terms of U.S. dollars)</a> (236KB pdf) |
| <a href="#">Actual Market Prices for Non-Fuel and Fuel Commodities, 2010-2013</a> (234KB pdf)                                |
| <a href="#">Average Weekly Prices for Non-Fuel and Fuel Commodities</a> (232KB pdf)  |

---

# En synthèse...

---

- ▶ Pourquoi mettre la MI en place ?
  - ▶ % du CA achats / CA ventes
  - ▶ Effet d'échelle de l'entreprise
  - ▶ Intensité concurrentielle élevée
  - ▶ Structure du marché fournisseur / qualification
  - ▶ Visibilité des marchés
  - ▶ Positionnement des achats : vision stratégique
    - ▶ Donc correspond à un niveau de maturité
  - ▶ Fournir de l'aide à la décision pour maîtriser ce que font les fournisseurs
  
- ▶ Comment en mesurer le bénéfice ?
  - ▶ Leviers de négociation
  - ▶ Prévisions affutées
  - ▶ Performance fournisseurs et qualité fournisseurs
    - ▶ Gain de temps, ppm, etc.
  - ▶ Rigueur de gestion du panel : système unique avec alerte visible par tous
  - ▶ Risque financier fournisseur : analyse de business