



ANALYSE DE LA VALEUR

INTERET ?

- Abaisser le coût total d'acquisition sans baisser les qualités et les performances d'un produit ou d'un service
- Permet de traquer les coûts superflus liés à chacune des fonctions d'un produit ou d'un service
- Simplifier les procédures internes de gestion des marchés et fournisseurs.

COMMENT FAIRE ?

Exemple : votre besoin est un téléphone portable avec accès sur le territoire national, la réponse du fournisseur est un téléphone portable avec appareil photo, avec accès sur le territoire national. L'achat de la solution fournisseur montre une sur-qualité et l'analyse de la valeur consiste à l'identifier et demander au fournisseur une solution plus adaptée à vos besoins.

- l'analyse de la valeur doit se faire par 2 approches :
 - par la définition même du besoin et de ses fonctionnalités
 - par une vision plus globale, et l'incidence d'un achat sur l'organisation interne (combien de personnes faudra t-il pour traiter l'achat, le circuit interne, le nombre de factures ...)

ETAPES	OBJECTIFS	CONDITIONS DE SUCCES
Définition du champ de l'étude	Identifier les objectifs et enjeux du projet et les contraintes Identifier les acteurs concernés et préciser leur rôle Préciser le calendrier et le processus de décision	Appréhender globalement le projet en termes d'enjeu pour la collectivité Identifier et formaliser les enjeux pour chacun des « acteurs » Désigner un chef de projet
Recherche informations	Recueillir et synthétiser l'information sur différents axes Restituer aux membres du groupe de travail	Analyser tous les domaines ayant un impact sur le projet (interne et externe) Arriver à un même niveau d'appréhension des problèmes posés.
Analyse des besoins et des fonctions	Lister les besoins et les fonctions Segmenter le besoin Hiérarchiser les besoins et les fonctions	Partir des besoins « du client final » Dégager un consensus sur la valeur finale attendue
Recherche de solutions	Identifier les différentes solutions au regard des attentes/besoins Valoriser ces solutions sur la base d'hypothèses d'activité	Impliquer les acteurs responsables de la mise en œuvre Valoriser l'ensemble des solutions
Etude et évaluation des solutions	Chiffrer les solutions Comparer les avantages et points faibles de chacune des solutions	Evaluation et validation doivent être faite avec et par les experts principaux
Bilan et choix	Finaliser le choix, il permettra la rédaction du CCATP	Synthétiser les informations, faire des schémas, tableau récapitulatif

L'analyse de la valeur doit s'inscrire dans un projet itératif et de capitalisation d'expérience

CE QU'IL NE FAUT PAS FAIRE ?

- Se cantonner à une seule solution
- Limiter l'acte d'achat à l'approvisionnement en ignorant l'impact sur le fonctionnement (coût d'exploitation et qualité de fonctionnement)
- Se limiter à des aspects quantitatifs uniquement

[Retour au processus](#)