

L'état du système Source-to-Pay Numérisation

2025

Recherche par :

Ardent | Partners

RECHERCHE AVEC RESULTATS

Commandé par :

ivalua

L'état du S2P

Numérisation 2025

En 2025, alors que les tensions commerciales mondiales et l'incertitude économique continuent de remodeler le paysage des achats, la technologie Source-to-Pay (S2P) s'est avérée un moteur stabilisateur et un élément fondamental pour des opérations d'achat performantes. Les meilleures équipes achats ne se contentent pas d'automatiser les tâches ; elles utilisent les plateformes S2P pour gagner en visibilité, favoriser la cohérence et accélérer la réaction aux changements de situation.

L'IA améliore de plus en plus ces systèmes en favorisant des flux de travail plus intelligents, en fournissant de meilleures informations et en simplifiant la prise de décision aux moments clés. Si son impact est encore émergent, le potentiel à long terme de l'IA pour améliorer fondamentalement l'intelligence et l'adaptabilité des systèmes S2P est considérable. Dans un monde où l'agilité est plus importante que jamais, le S2P contribue à fournir la structure, l'intelligence et la flexibilité nécessaires pour permettre aux achats d'agir avec précision et de prendre les devants en période d'instabilité.

Ivalua a mandaté Ardent Partners pour mener sa deuxième étude annuelle « État de la numérisation du Source-to-Pay ». Pour réaliser ce rapport, Ardent Partners s'est appuyé sur les réponses à une enquête et à des entretiens menés auprès de 358 responsables achats du monde entier afin d'analyser le marché actuel et le rôle essentiel que jouent les responsables achats dans la gestion de l'incertitude et la création de valeur pour l'entreprise.

Le rapport étudie les technologies S2P clés (« maintenant avec l'IA »), notamment les niveaux d'adoption, les bénéfices obtenus, les obstacles à la création de valeur, les niveaux d'investissement prévus et les stratégies de numérisation plus larges. Il examine également comment les « innovateurs S2P » exploitent la technologie S2P pour devancer leurs concurrents, répondre aux nouveaux défis et aux nouvelles dynamiques du marché, et commencer à exploiter pleinement le potentiel de l'IA.



L'ÉTAT DE LA NUMÉRISATION S2P 2025

Transformation S2P dans la nouvelle normalité

- 5 Le moment S2P arrive
- 6 économies restent la priorité numéro un des CPO
- 7 La poussée vers la transformation numérique s'accélère
- 8 Des données à la direction jusqu'au résultat
- 9 Gagner avec la technologie

L'état de la technologie S2P

- 11 Un appel à la parité des systèmes
- 12 La coupe ne déborde pas
- 13 Utilisation, plans et budgets 14 Les budgets technologiques augmentent en 2025 15
- Comment ProcureTech est déployé aujourd'hui et pourquoi 16 Comment les responsables des achats évaluent la technologie S2P
- 17 Un modèle de maturité en couches 18
- La friction cachée dans les déploiements S2P
- 19. Vos données vous mentent-elles ? Le défi de l'exactitude des données de référence pour les achats

S2P Innovation

- 21 Le point de vue du CPO sur l'IA
- 22 Utilisation de l'IA
- 23 cas d'utilisation de l'IA
- 24 Ambition de l'IA : ce que les CPO espèrent réaliser 24
- Friction de l'IA : ce qui freine les achats 25 Prêts, IA(m), achetez !!
- 26 Rapport Démographie
- 26 Méthodologie du rapport

L'état du S2P Numérisation 2025



1 TRANSFORMATION S2P DANS LE NOUVELLE NORME

L'état du système Source-to-Pay Numérisation 2025

Le moment S2P arrive

C'est une fois de plus une période d'incertitude pour les entreprises mondiales.

Les droits de douane augmentent, la politique commerciale évolue rapidement et les signaux économiques restent, au mieux, mitigés. Les chaînes d'approvisionnement sont encore en phase de rééquilibrage après la dernière vague de perturbations mondiales, et les tensions géopolitiques continuent de remodeler l'accès aux marchés et les stratégies d'approvisionnement. Dans tous les secteurs, les équipes de direction réévaluent les structures de coûts, les dépendances critiques et la résilience opérationnelle. Une fois de plus, dans un contexte d'incertitude généralisée, les achats sont appelés à prendre de l'avance.

Pour une fonction habituée depuis longtemps à opérer dans des environnements difficiles, ce terrain est familier. Ce qui évolue, c'est la maturité et les capacités des outils disponibles. La technologie Source-to-Pay (S2P) est devenue discrètement un atout fondamental, offrant non seulement l'automatisation, mais aussi la visibilité, l'agilité et la visibilité à un moment où ces trois aspects sont très demandés.

En 2025, les solutions Source-to-Pay (S2P) intégrées sont au cœur de la stratégie achats moderne, orchestrant l'ensemble du cycle de vie, de l'approvisionnement et de l'engagement des fournisseurs jusqu'à l'exécution des commandes et des paiements. Cette architecture connectée offre la visibilité, le contrôle et l'automatisation nécessaires à la gestion des processus clés à grande échelle, transformant ainsi les achats en un système d'action unifié.

Les plateformes S2P modernes permettent aux équipes achats de réagir plus rapidement, de prendre des décisions plus éclairées et d'exécuter leurs tâches avec une plus grande cohérence dans des environnements de plus en plus distribués. Ces technologies sont conçues non seulement pour optimiser l'exécution tactique, mais aussi pour connecter les données, les processus et les talents afin d'accroître l'impact des achats.

Parallèlement, l'intelligence artificielle (« IA ») commence à passer de la théorie à la pratique. Si son plein potentiel reste à démontrer, l'IA montre déjà une utilisation mesurable dans des domaines tels que l'élaboration des appels d'offres, la recherche de fournisseurs et l'analyse des offres (voir figure 15, page 23). Son potentiel à transformer les achats en un multiplicateur de puissance pour la gestion des dépenses et des fournisseurs commencera lentement, puis s'accélélera.

Les achats travaillent souvent en coulisses, mais ils sont de plus en plus intégrés au cœur des opérations et des résultats de l'entreprise. Lorsque la volatilité s'accroît, les achats apportent de la clarté. Lorsque les marchés évoluent, ils peuvent s'adapter avec précision. Et lorsque les organisations doivent préserver leur valeur et trouver de nouvelles sources d'avantages et de trésorerie, les achats sont particulièrement bien placés pour jouer un rôle de premier plan.

Ce rapport explore comment les organisations leaders exploitent la technologie S2P avec plus d'efficacité et de résultats. Dans un monde où l'agilité est essentielle, la technologie S2P est devenue le pilier de l'avenir des achats.

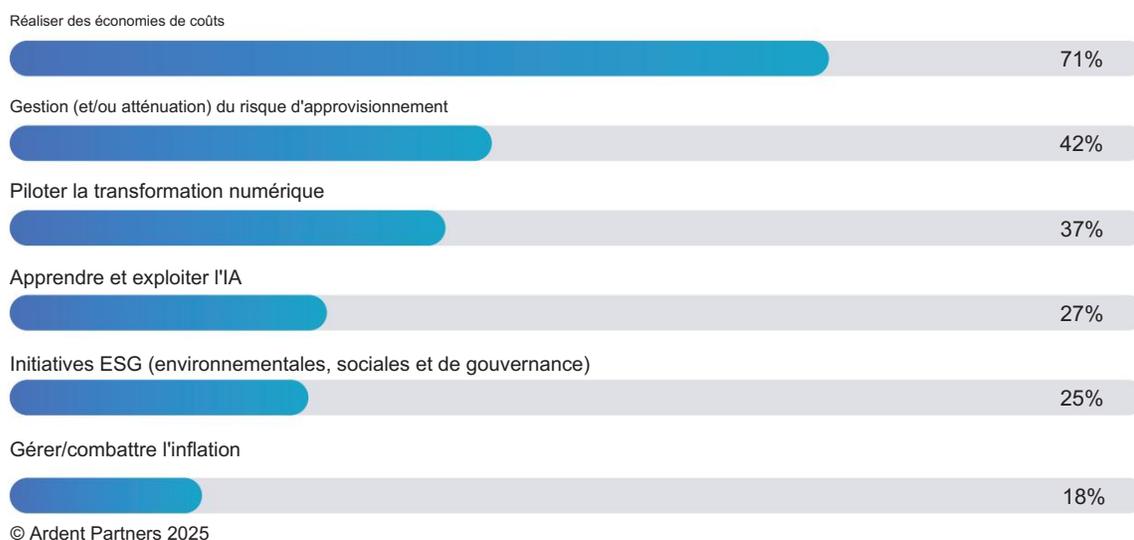
L'incertitude est la nouvelle norme

L'épargne reste la priorité absolue des CPO

Les responsables des achats abordent 2025 las de leur lutte acharnée contre l'inflation et méfiants face à des intrusions inédites et insolites. Selon l'enquête de cette année, 56 % des directeurs des achats déclarent être confrontés à une grande incertitude cette année, alimentée par une politique commerciale américaine volatile, notamment des droits de douane intermittents qui ébranlent un marché déjà instable. Leurs perspectives pour l'année à venir sont encore plus révélatrices : 90 % des directeurs des achats s'attendent à ce que 2025 soit plus difficile que 2024, ce qui témoigne d'une prise de conscience croissante de l'incertitude comme nouvelle norme.

Dans ce contexte, les priorités absolues des achats se précisent : réaliser des économies plus importantes et réduire les risques d'approvisionnement (voir figure 1). Face à la persistance des pressions inflationnistes et aux tensions géopolitiques qui continuent de menacer les coûts et la continuité de l'approvisionnement, les directeurs des achats sont appelés à réaliser des économies tout en garantissant des chaînes d'approvisionnement plus résilientes. Si de nombreux professionnels des achats ont été confrontés à l'inflation pour la première fois ces dernières années, la stratégie pour y faire face est historique. Les nouveaux tarifs douaniers américains annoncés n'offrent aucun guide de ce type. Leur ampleur, leur portée et leur orientation sans précédent introduisent des variables inconnues, ce qui complique considérablement la tâche des équipes achats pour modéliser l'impact, anticiper la durée ou élaborer une stratégie de réponse claire.

Figure 1 : Les trois principales priorités des achats en 2025 (les six principales réponses sont présentées)



Alors que les tarifs douaniers secouent le marché et suscitent une vague de prédictions de récession mondiale, les dirigeants commencent à repenser leurs plans d'investissement et de croissance, devenant plus conservateurs et soucieux de leur trésorerie. Sans surprise, la réduction des coûts est redevenue la priorité absolue des directeurs de la production. Ce niveau d'urgence est similaire à celui de l'année dernière, mais globalement nettement supérieur à celui de la décennie précédente.

La gestion des risques suit de près, et si la fréquence des perturbations majeures a diminué depuis le pic de la pandémie, de multiples forces du marché maintiennent l'atténuation des risques au cœur des priorités du CPO. La transformation numérique et le développement des capacités d'IA (plus d'informations sur l'IA au chapitre 3) complètent les quatre principales priorités des achats en 2025. Ensemble, ces deux priorités reflètent une prise de conscience croissante que la performance future des achats dépendra de la maîtrise du numérique.

Top Procurement Stratégies en 2025

La poussée vers la transformation numérique s'accélère

Alors que le paysage concurrentiel évolue et s'intensifie, la crainte de voir les concurrents dotés d'IA prendre un avantage significatif commence à s'installer au sein des équipes achats. Près d'un quart des équipes achats ont fait de l'utilisation des nouvelles technologies d'IA une stratégie prioritaire pour 2025. Si l'engouement autour de l'IA a certainement renforcé l'urgence, il ne constitue pas la seule motivation, mais s'inscrit dans un mouvement plus large de modernisation des systèmes achats et d'utilisation plus intelligente des données. Le principal moteur de l'essor de la transformation numérique reste la valeur.

De nombreux responsables des achats ont pu constater par eux-mêmes comment une technologie S2P intégrée et bien déployée peut rationaliser les opérations, améliorer la visibilité et générer de la valeur dans toute l'entreprise. Les données montrent que près de la moitié des directeurs des achats prévoient de s'attaquer à la transformation numérique en 2025, soit une augmentation significative par rapport à l'année dernière, où ce pourcentage n'était que de 30 %.

La stratégie de transformation numérique est suivie de près par une stratégie financière : actionner des leviers pour influencer positivement la trésorerie. Grâce à des conditions de paiement améliorées, un approvisionnement plus intelligent ou un contrôle plus strict des dépenses, les directeurs des achats s'appuient sur la capacité des achats à influencer le fonds de roulement.

Figure 2 : Les trois principales stratégies pour améliorer les performances en 2025 (les cinq principales réponses sont présentées)



Achats de bâtiments

Capacité de niveau supérieur

Des données à la direction jusqu'au résultat

Le monde est de plus en plus axé sur les données, et les entreprises du monde entier investissent des ressources importantes dans l'analyse et la science des données afin de développer les capacités et l'intelligence qui les propulseront vers de nouveaux sommets (voir figure 3). Il n'est donc pas surprenant qu'une quasi-majorité des directeurs des achats (48 %) interrogés dans le cadre de l'étude de cette année s'accordent à dire que le meilleur moyen d'améliorer leurs performances actuelles est d'améliorer leur visibilité sur les données et leurs capacités d'analyse.

Après tout, l'accès à des informations précises et actualisées n'est pas un luxe, mais un atout essentiel pour une exécution plus rigoureuse et de meilleures performances. Pour les achats, la possibilité de visualiser en temps réel l'ensemble des catégories, des fournisseurs et des zones géographiques est le point de départ d'une gestion efficace des chaînes d'approvisionnement mondiales et de l'amélioration des performances.

De solides capacités d'analyse capables de contribuer à convertir les données en renseignements et en résultats sont tout aussi essentielles.

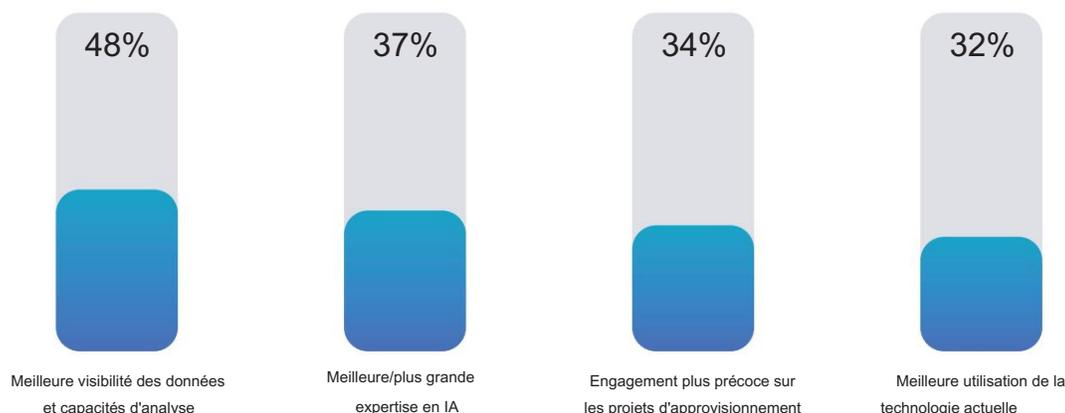
Des analyses améliorées permettent aux équipes d'approvisionnement d'obtenir des informations proactives et de prendre des mesures en conséquence.

Qu'il s'agisse d'estimer les impacts potentiels des tarifs et d'élaborer une réponse ou de suivre la conformité des contrats et de communiquer avec les dépensiers non autorisés, des rapports et des analyses solides peuvent donner aux achats un avantage plus net dans la gestion des opérations.

À la valeur croissante des données de qualité s'ajoute l'importance croissante de la maîtrise de l'IA. À mesure que les capacités de l'IA émergent dans l'ensemble du processus Source-to-Pay, les équipes achats doivent se familiariser avec ces outils et en comprendre les résultats. La maîtrise de l'IA permet aux équipes d'utiliser et d'adopter ces outils plus activement.

Une étude d'Arden Partners a montré que le moment où les achats interviennent dans le processus de sourcing a un impact direct sur les résultats. Les projets de sourcing sont plus rentables lorsque les achats sont impliqués dès le début du processus. Le défi pour les directeurs des achats et leurs équipes est de comprendre comment impliquer au mieux les responsables budgétaires dans des discussions proactives de planification et de formaliser leurs niveaux d'interaction et de soutien.

Figure 3 : Les deux principaux moteurs d'une performance de « niveau supérieur » en 2025 (les quatre principales réponses sont présentées)



Les gains réels de Technologie S2P

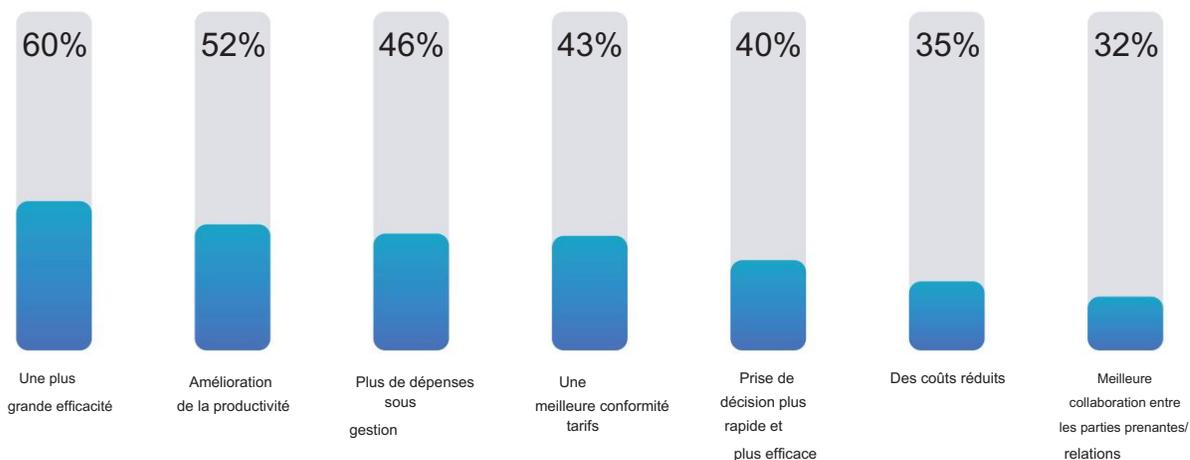
Gagner avec la technologie

Les avantages de la technologie Source-to-Pay (S2P) sont de plus en plus évidents (voir figure 4), mais pas toujours immédiats. Pour de nombreuses organisations achats, exploiter pleinement la valeur d'un investissement S2P nécessite une base de données solide, un alignement rigoureux des processus et une forte adoption par les utilisateurs. L'importance d'une solution performante et du support des fournisseurs joue également un rôle important. Les résultats, comme l'adoption, sont loin d'être universels, et les performances varient selon la qualité de l'intégration et de l'exploitation des systèmes par l'équipe achats et l'entreprise dans son ensemble.

Pourtant, pour les organisations ayant réalisé des progrès significatifs dans leur transformation numérique, les gains sont tangibles. Une plus grande efficacité arrive en tête des bénéfices obtenus par 60 % des services achats, car les flux de travail standardisés et les processus automatisés et reproductibles réduisent les efforts manuels et accélèrent les tâches routinières. Cette efficacité contribue directement à l'amélioration de la productivité (52 %), un autre avantage majeur, permettant aux équipes achats de se concentrer sur des initiatives plus stratégiques.

Grâce à une visibilité et un contrôle améliorés, 46 % des équipes achats ont pu maîtriser davantage leurs dépenses, tandis que 43 % d'entre elles ont enregistré une amélioration du respect des contrats et des dépenses. L'accès à des données plus précises en temps réel permet également à 40 % des équipes de prendre des décisions plus rapides et plus éclairées.

Figure 4 : Principaux avantages signalés des investissements technologiques S2P (7 principales réponses présentées)



© Ardent Partners 2025



L'état du S2P Numérisation 2025



2 L'ÉTAT DE S2P TECHNOLOGIE

S2P : une entreprise de base Plate-forme

Un appel à la parité des systèmes

Dans la plupart des entreprises, les fonctions clés s'appuient sur des systèmes centralisés pour gérer l'activité, garantir la cohérence et la conformité, et suivre les performances. La finance utilise des plateformes ERP, les RH s'appuient sur des systèmes HCM, et les équipes commerciales exploitent des outils CRM pour gérer leurs opérations et leurs résultats. Les équipes achats (et comptabilité fournisseurs) utilisent des suites S2P. Cependant, ces suites n'offrent pas le même niveau d'investissement en systèmes d'entreprise, malgré une dépendance accrue envers leurs fournisseurs pour la qualité, le prix et le niveau d'innovation de leurs propres produits et services au cours de la dernière décennie.

Dans toute l'entreprise, les systèmes centraux peuvent jouer un rôle essentiel pour permettre aux fonctions métiers de fonctionner avec une plus grande précision. La valeur de ces systèmes réside dans ce qu'ils prennent en charge (et qui) : par exemple, des données centralisées offrant une visibilité à l'échelle de l'organisation, des flux de travail rationalisés réduisant les inefficacités et des processus automatisés permettant une exécution cohérente à un niveau supérieur. Ces plateformes favorisent une collaboration renforcée, tant en interne qu'en externe, en instaurant transparence, cohérence et responsabilisation dans les interactions et les communications des équipes. Ces systèmes peuvent également contribuer à établir la base de données solide nécessaire pour alimenter les nouveaux moteurs d'IA dans toute l'entreprise.

En résumé, les fournisseurs ont un impact plus direct et immédiat que jamais sur les ventes, les bénéfices et la satisfaction client. Il est donc surprenant qu'autant d'équipes achats signalent d'importantes lacunes technologiques dans leurs activités principales. Ces lacunes constituent un angle mort opérationnel qui peut exposer les entreprises à des coûts et des risques inutiles. Par exemple, cette année, l'introduction de droits de douane par les États-Unis a provoqué une évolution rapide de la dynamique du commerce mondial, faisant de la visibilité de la chaîne d'approvisionnement une préoccupation majeure pour les dirigeants. L'identité et la localisation d'un fournisseur ou d'un sous-traitant peuvent désormais avoir un impact significatif sur la structure de coûts et la capacité globale de livraison d'une organisation.

Combien de directeurs des achats peuvent rapidement générer un rapport système pour déterminer l'exposition globale de l'entreprise aux nouveaux tarifs ? Que se passerait-il si un directeur financier manquait de visibilité sur les bénéfices trimestriels ou si un directeur des revenus ne pouvait pas partager son pipeline de ventes avec la direction ? Que se passerait-il si les RH et un responsable du recrutement ne parvenaient pas à trouver les informations nécessaires pour fixer le salaire de départ d'une nouvelle demande d'emploi ? Les failles des systèmes créent des failles de renseignement. Elles ne sont pas acceptables dans d'autres secteurs de l'entreprise, et elles ne devraient pas l'être dans les achats.



Capacités S2P

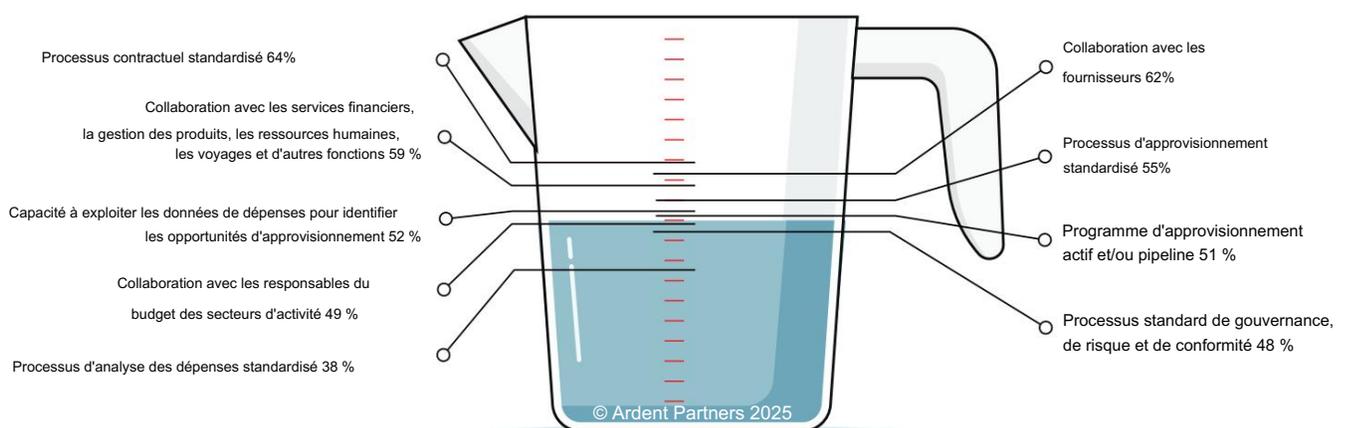
La coupe ne déborde pas

Avant d'aborder la technologie elle-même, il est utile d'évaluer les capacités organisationnelles qui permettent aux équipes achats d'utiliser efficacement cette technologie. Les achats ont réalisé des progrès significatifs au cours de la dernière décennie pour devenir une opération plus intelligente et technologique. Pourtant, malgré ces progrès, les recherches d'Ardent Partners montrent que le chemin vers la maîtrise du S2P est loin d'être achevé. L'évaluation des capacités S2P actuelles, considérées par beaucoup comme fondamentales pour les achats modernes, illustre bien cette lacune. Comme le montre la figure 5, de nombreuses capacités clés ne sont pas en place pour un nombre important d'équipes achats.

Le verre est plus que rempli en matière de processus contractuel standardisé, de collaboration structurée avec les fournisseurs et d'alignement transversal avec les parties prenantes de l'entreprise. Pourtant, moins des deux tiers d'entre elles disposent de compétences dans ces domaines clés. De même, un peu plus de la moitié ont mis en place un processus d'approvisionnement standardisé, maintiennent un pipeline d'approvisionnement actif ou peuvent exploiter les données de dépenses pour identifier de nouvelles opportunités d'approvisionnement. Il ne s'agit pas de fonctionnalités avancées, mais de simples outils pour des services achats intelligents et efficaces.

Malgré des années de progrès, moins de la moitié des équipes achats ont mis en place ce qui devrait désormais être considéré comme des compétences essentielles. Des pratiques fondamentales telles que la standardisation de l'analyse des dépenses et des processus de gestion des fournisseurs restent incohérentes, ce qui limite considérablement la visibilité et l'évolutivité de l'organisation. Il est tout aussi inquiétant de constater que moins de la moitié des répondants signalent un lien étroit entre sourcing et contractualisation, ce qui augmente le risque de perte de valeur après l'attribution des contrats. Et si l'innovation est un thème récurrent des achats, une stratégie formelle d'innovation des fournisseurs reste l'exception. En résumé, le déficit de compétences entre les opérations S2P révèle de nombreuses occasions manquées de déployer les meilleures pratiques, d'opérer efficacement et de générer davantage de valeur.

Figure 5 : Capacités principales de S2P (9 principales réponses affichées)

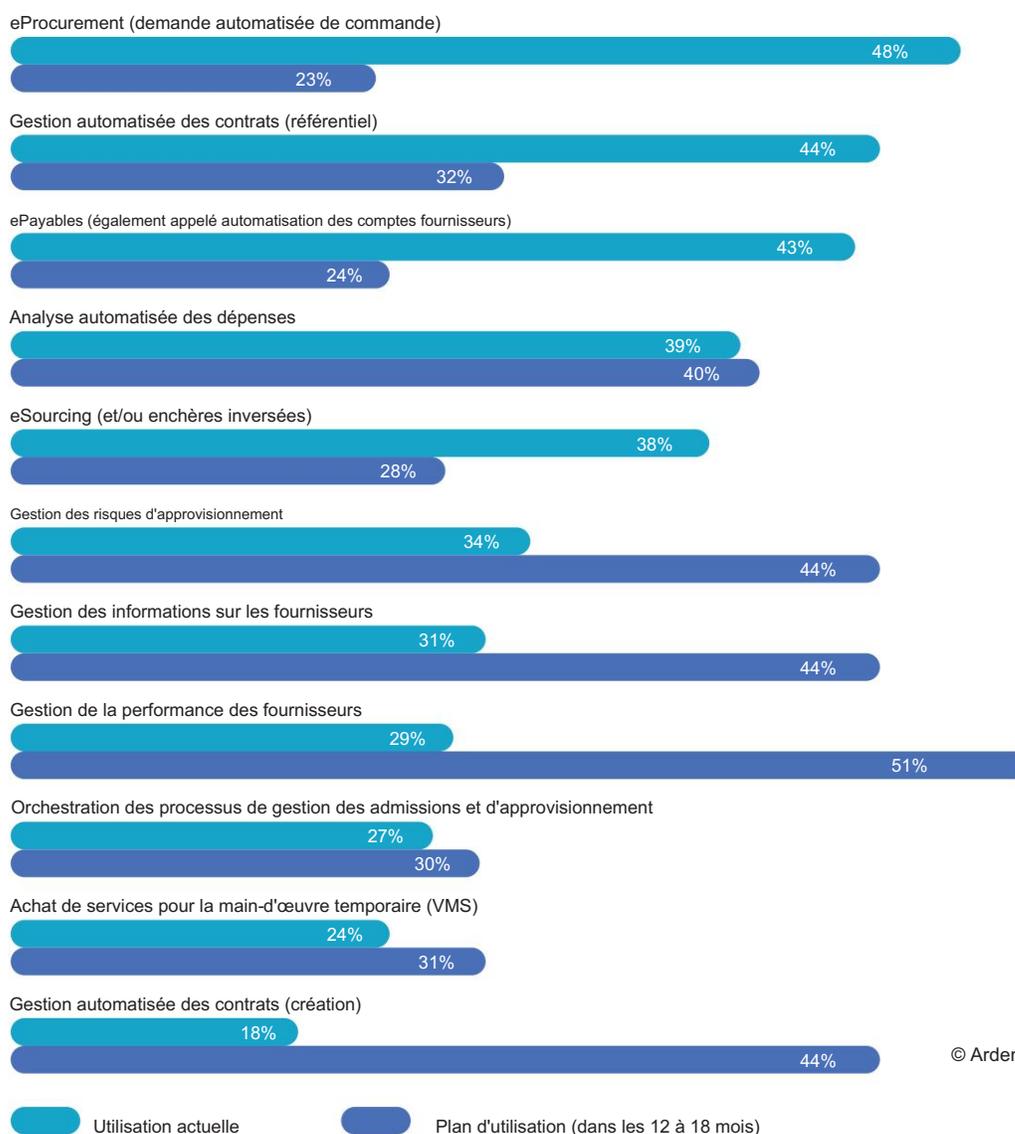


Technologie S2P Adoption en 2025

Utilisation, plans et budgets

Les technologies d'approvisionnement restent importantes pour les leaders et les innovateurs du secteur. Ceux qui déploient et utilisent ces technologies avec succès bénéficient d'une visibilité étendue, d'une gestion efficace et dynamique des processus et d'excellents résultats. Lorsque ces fonctionnalités, ainsi que d'autres fonctionnalités clés, sont insuffisantes ou inexistantes (voir Figure 5, page 12) au sein des achats, le manque de technologie est généralement en cause. Depuis près de 20 ans, les recherches d'Ardent Partners démontrent systématiquement que, lorsque ces solutions sont bien déployées et adoptées, elles peuvent améliorer la performance de l'ensemble des opérations d'approvisionnement. La Figure 6 illustre le pourcentage actuel de services achats qui utilisent ou prévoient d'utiliser chacune des différentes applications S2P. Notamment, les importants investissements prévus dans les applications de gestion des fournisseurs (information, risques et performance) indiquent que de nombreux directeurs des achats voient d'importantes opportunités de création de valeur dans leurs chaînes d'approvisionnement grâce à une meilleure communication, un meilleur suivi et une meilleure collaboration avec les fournisseurs.

Figure 6 : Solutions S2P : utilisation actuelle et prévue



© Ardent Partners 2025

Technologie S2P Investissement en 2025

Les budgets technologiques augmentent en 2025

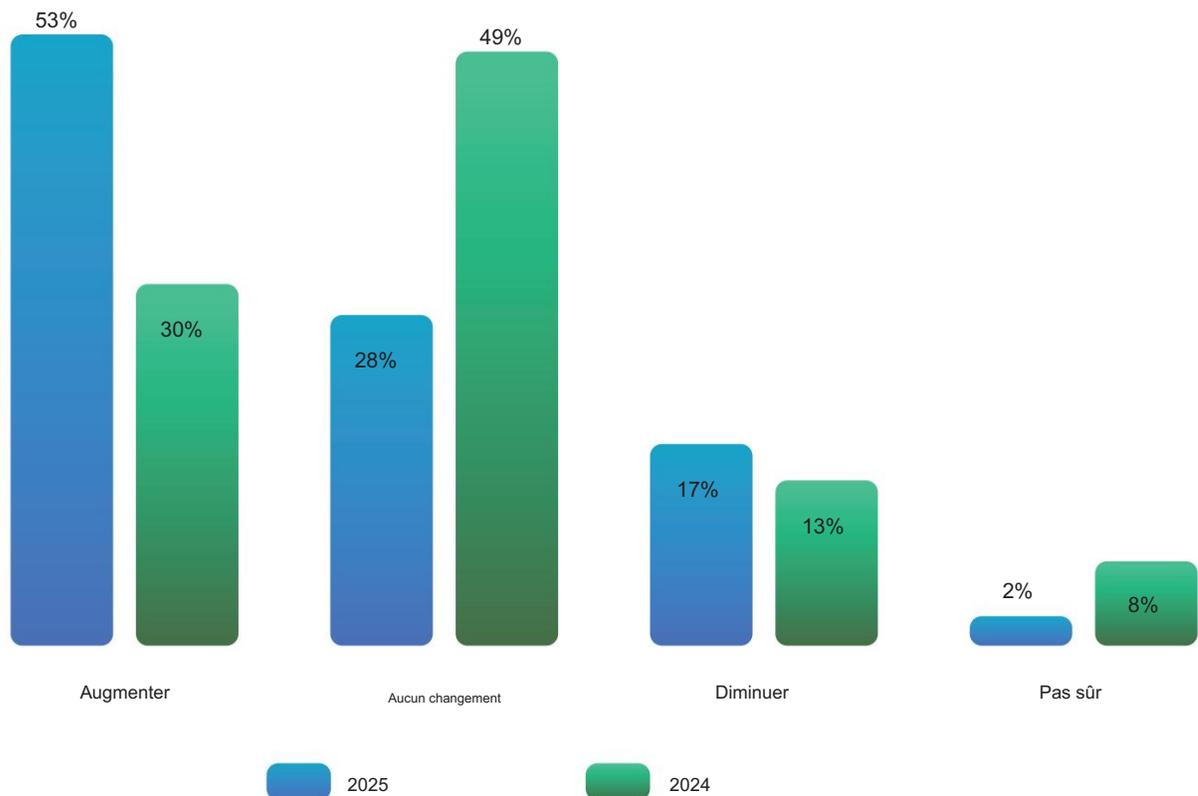
Si la plupart des responsables achats comprennent le potentiel de la technologie pour générer une valeur ajoutée substantielle, l'adoption et l'utilisation efficace des technologies clés restent néanmoins en retard par rapport aux autres fonctions de l'entreprise. Les perturbations majeures du marché et les périodes difficiles ont historiquement motivé les investissements dans les outils S2P.

Le paysage budgétaire technologique S2P pour 2025 (voir Figure 7) montre qu'une majorité de CPO (53 %) ont plus d'argent alloué à la technologie cette année que l'année dernière. Ce pourcentage est en hausse significative par rapport à 2024 (30 %), peut-être en raison des incertitudes du marché et du besoin urgent de trouver davantage d'économies, mais presque assurément par ce qu'Ardent Partners appelle « AI FOMO », la peur de passer à côté des innovations en matière d'IA.

Vingt-huit pour cent des répondants n'ont signalé aucun changement significatif, contre près de la moitié (49 %) l'an dernier. De plus, un petit nombre d'entre eux (17 %) subissent des coupes budgétaires dans le cadre du programme S2P, tandis que la majorité investit davantage.

Il est clair que le nombre de responsables des achats bénéficiant de financements accrus est en hausse par rapport à l'année dernière, ce qui témoigne d'une confiance croissante dans l'investissement numérique comme levier de performance. Il s'agit d'une tendance modeste, mais significative, et d'un signe positif indiquant que les achats sont dotés de ressources non seulement pour réaliser des économies, mais aussi pour moderniser leurs opérations.

Figure 7 : Budgets technologiques S2P pour 2025 et 2024



© Ardent Partners 2025

Stratégie d'architecture

Comment ProcureTech est déployé aujourd'hui et pourquoi

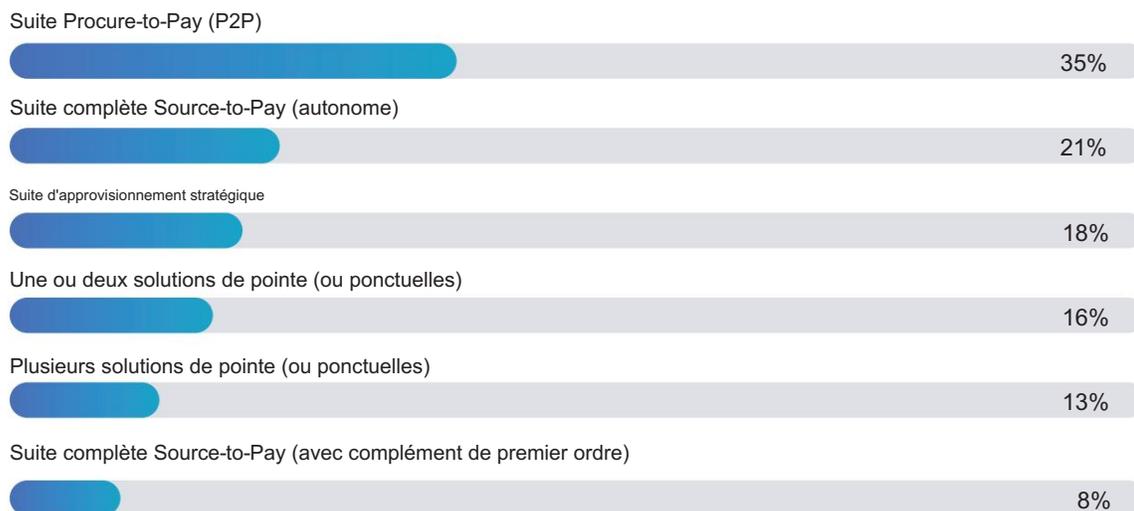
Les recherches d'Ardent Partners sur les choix d'architecture et d'applications pour le S2P montrent une tendance favorable au déploiement de suites plutôt que d'applications individuelles (voir figure 8). Quoi qu'il en soit, en 2025, une opération S2P entièrement automatisée reste l'exception plutôt que la règle.

En matière de déploiements S2P, aucun modèle ne domine le marché, mais une nette préférence se dessine. 35 % des responsables achats s'appuient sur des suites Procure-to-Pay (P2P) pour gérer leurs dépenses. 21 % ont mis en œuvre une suite Source-to-Pay complète, ce qui témoigne d'une évolution croissante vers des plateformes plus larges et intégrées. Les suites d'approvisionnement stratégique représentent également une part significative. Ensemble, ces trois approches indiquent un marché privilégiant les systèmes unifiés.

Les responsables des achats semblent opter délibérément pour des suites intégrées, offrant une expérience utilisateur plus cohérente, des niveaux d'automatisation plus élevés, une transparence accrue, une gestion simplifiée de la pile technologique et une gestion simplifiée des relations avec les fournisseurs. Plus important encore, ces plateformes offrent un modèle de données unique, ce qui favorise les performances et l'adoption de l'IA. Dans un environnement entièrement numérique, la cohésion des systèmes peut être un atout majeur.

Cependant, la fragmentation persiste : 29 % des équipes achats déclarent utiliser une, deux ou plusieurs solutions de pointe. Quelle que soit l'approche adoptée, des compromis s'imposent : fonctionnalités, visibilité, intégration, interopérabilité, etc. Par exemple, la plupart des cas d'utilisation actuels de l'IA fonctionnent au sein d'une seule application. À terme, l'expansion des usages de l'IA s'étendra à de multiples activités et flux de travail, qui bénéficieront généralement d'un nombre réduit de modèles de données. Si le marché ne s'est pas encore consolidé autour d'un modèle unique, il tend vers les suites.

Figure 8 : Stratégies technologiques S2P



© Ardent Partners 2025

Critères de sélection des solutions

Comment les responsables des achats évaluent la technologie S2P

Les responsables des achats deviennent plus rigoureux et multidimensionnels dans leur évaluation et leur sélection des solutions S2P. Si les résultats et la valeur à long terme restent au cœur des discussions, la récente pression budgétaire des services fait que les considérations pratiques dominent désormais les premières étapes de l'évaluation. En tête de liste figurent les modèles de tarification, sélectionnés parmi les trois premiers critères par 38 % des responsables des achats (voir figure 9). Qu'il s'agisse d'une licence fixe, d'un abonnement ou d'un paiement à la transaction, la structure des paiements est importante.

Les responsables des achats recherchent une flexibilité financière qui s'aligne sur la prévisibilité du budget et les modèles d'utilisation prévus.

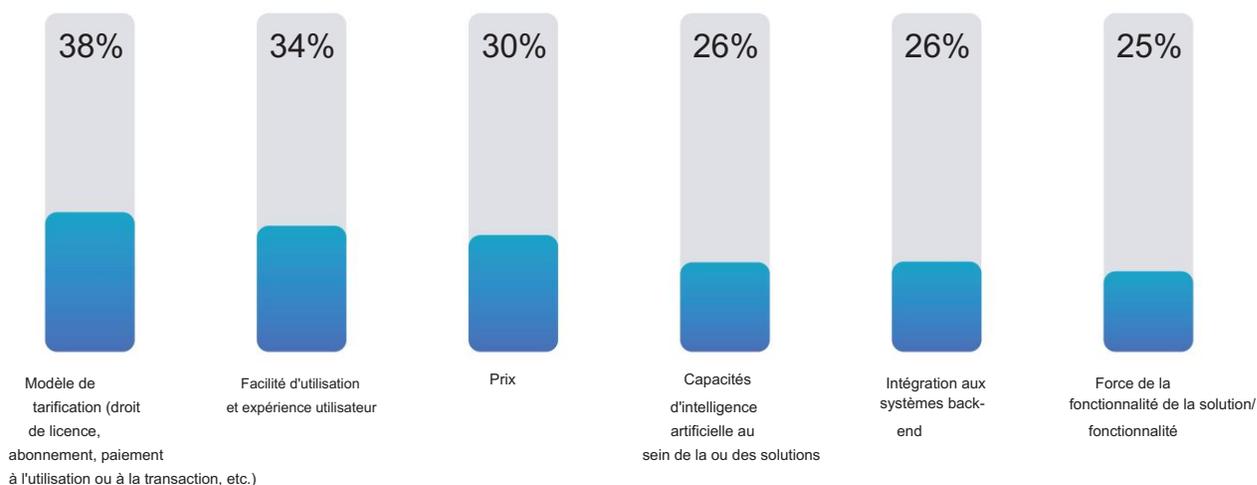
La convivialité et l'expérience utilisateur suivent de près, sélectionnées par 34 % des répondants. La nouvelle génération de travailleurs entrant sur le marché, considérée comme les premiers véritables « natifs du numérique », exige des solutions conformes aux normes modernes. Ces travailleurs arrivent sur le marché avec l'attente fondamentale que la majorité, voire la totalité, de leurs tâches soient numériques. Leur maîtrise technique contraste fortement avec celle des baby-boomers et de la génération X qu'ils remplacent.

Le coût total ou le prix de la solution demeure un critère primordial (30 %), soulignant la mission constante des achats de maximiser la valeur tout en minimisant les dépenses. Il est à noter que, s'agissant des achats, le budget propre (c'est-à-dire le prix), bien qu'important, n'est pas le critère principal. En réalité, l'investissement en capital politique et en ressources humaines est bien supérieur aux dépenses engagées pour tout projet technologique S2P.

Compte tenu de sa prédominance dans le discours commercial et technologique, il n'est pas surprenant que l'IA (26 %) s'impose comme un filtre d'évaluation crucial. L'applicabilité de l'IA à des cas d'usage et des problématiques spécifiques sera un moteur de ce marché pendant de nombreuses années. Aujourd'hui, l'étendue des capacités de l'IA indique le niveau d'attention future d'un fournisseur de solutions. L'intégration aux systèmes back-end (26 %) est un autre facteur important. Une solution fonctionnant de manière isolée, quelles que soient ses fonctionnalités, ajoute des frictions au lieu de les réduire.

Bien que l'accent soit de plus en plus mis sur la plateforme globale, la fonctionnalité (25 %) reste importante. Une plateforme doit être performante et complète, et pas seulement connectée et utilisable. La puissance des fonctionnalités clés, l'analyse, la veille stratégique et le reporting sont autant de facteurs qui influencent la décision. En résumé : les critères de sélection évoluent des fonctionnalités cloisonnées vers une offre plus large. Les achats ne se résument plus à l'achat d'outils, mais à l'investissement dans des écosystèmes.

Figure 9 : Sélection de la solution S2P – Trois principaux critères (six principales réponses affichées)



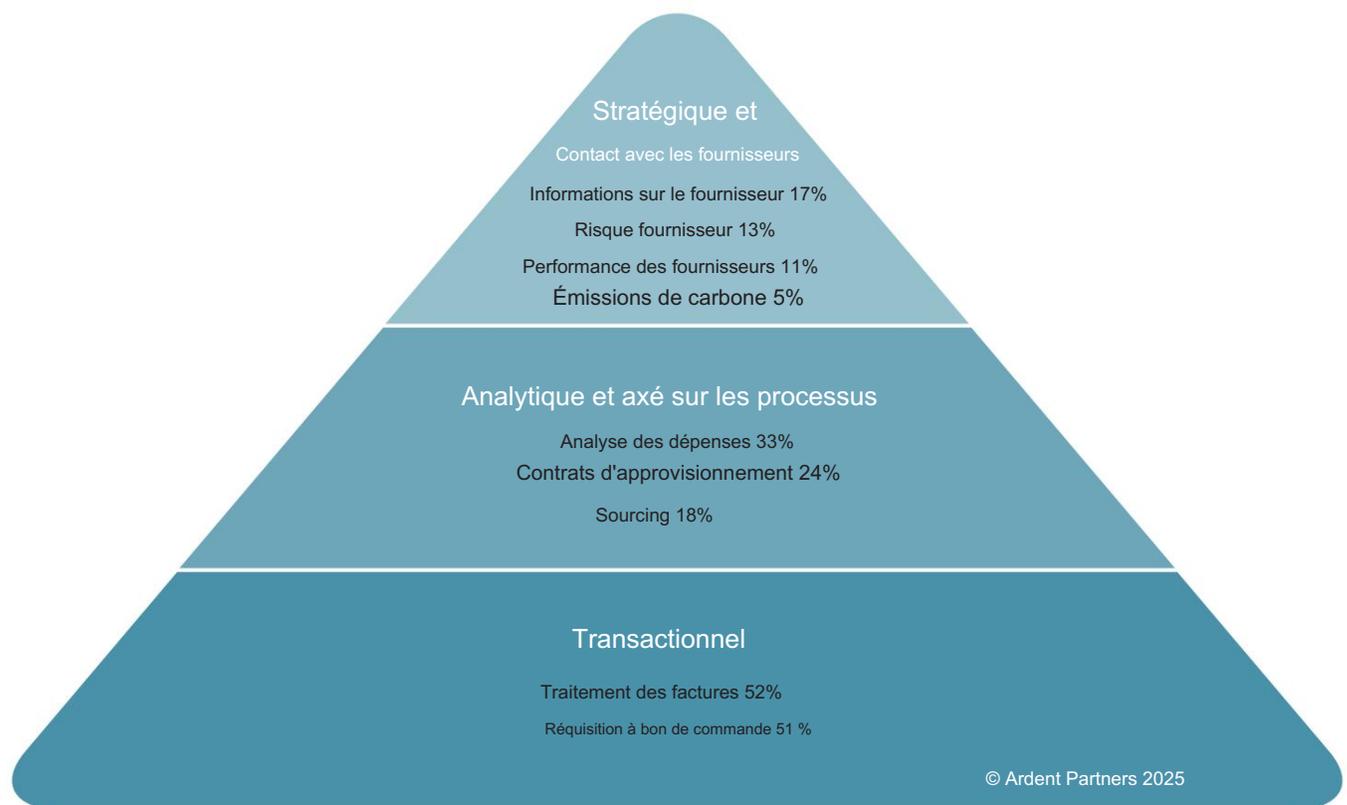
Niveaux d'automatisation S2P

Un modèle de maturité en couches

Malgré des investissements importants dans la technologie et la transformation numérique, la fonction d'approvisionnement reste un mélange d'automatisation et d'efforts manuels en 2025. Alors que les processus transactionnels, tels que la facturation et la demande de commande, sont plus susceptibles d'être automatisés, les activités stratégiques et celles destinées aux fournisseurs sont à la traîne. Ces progrès inégaux reflètent le constat plus général selon lequel les marchés publics se sont modernisés, mais ne se sont pas complètement transformés.

Le modèle de maturité de l'automatisation S2P (présenté ci-dessous) suit le pourcentage de services achats ayant automatisé « entièrement » ou « principalement » leurs sous-processus. Certains sont passés à la phase de systématisation, tandis que d'autres restent bloqués dans des phases manuelles ou semi-manuelles, en raison de multiples facteurs. Cette matrice décrit trois niveaux de maturité de l'automatisation et identifie les processus achats clés qui sont entièrement ou majoritairement automatisés.

Figure 9A : Modèle de maturité de l'automatisation S2P – Pourcentage de services d'approvisionnement qui ont « principalement » ou « entièrement » automatisé leurs processus clés



Ces données soulignent une fracture entre l'exécution transactionnelle automatisée et l'activation stratégique, encore manuelle. L'avenir numérique des achats repose non seulement sur de nouveaux outils, mais aussi sur une automatisation plus poussée de toutes les activités clés.

Déploiements S2P

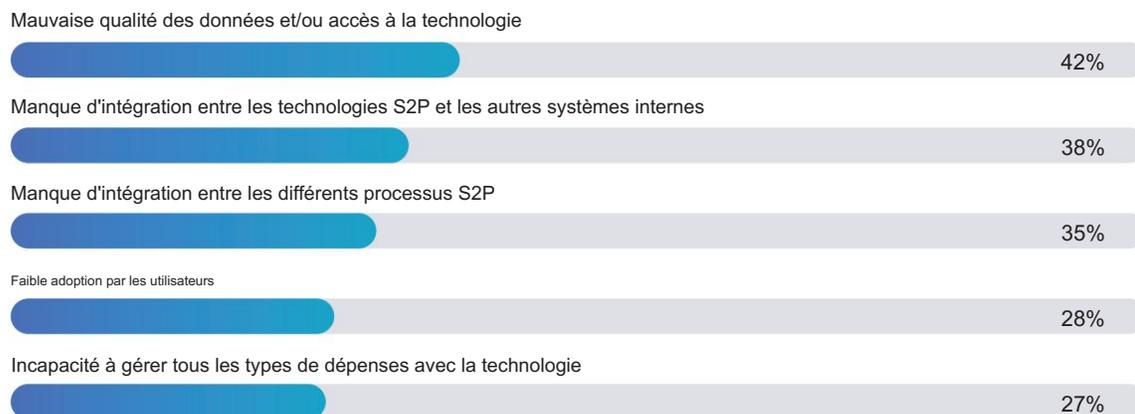
Les frictions cachées dans les déploiements S2P

Même lorsque les systèmes Source-to-Pay sont déployés avec succès, leur pleine valeur peut rester inaccessible. De nombreux projets S2P ne connaissent pas d'échecs spectaculaires ; au contraire, ils stagnent de manière subtile et persistante, ce qui érode discrètement les rendements. La technologie peut être solide, mais si le tissu conjonctif qui l'entoure ne l'est pas, le retour sur investissement du projet s'en trouve diminué.

Le frein le plus fréquent à la performance des technologies S2P, identifié par 42 % des répondants (voir Figure 11), est la mauvaise qualité des données et/ou leur accès limité au sein des solutions. Même les outils les plus puissants ne peuvent fournir d'informations ni garantir la confiance sans données claires et cohérentes. Des dossiers fournisseurs inexacts, des dépenses mal classées et des données contractuelles disparates empêchent les équipes de tirer pleinement parti des avantages que les systèmes S2P sont censés offrir. Le manque d'intégration avec les autres systèmes d'entreprise, identifié par 38 % des équipes S2P, est le deuxième problème le plus fréquent. Lorsque les plateformes ne se connectent pas correctement aux ERP, aux systèmes financiers ou aux sources de données tierces, la visibilité est altérée, l'automatisation est limitée et les utilisateurs du système sont contraints de recourir à des solutions de contournement. On observe également un manque d'intégration entre les différentes applications S2P lorsque les équipes adoptent une approche optimale (35 %), ce qui entraîne des lacunes dans les processus au sein d'un flux de travail censé être unifié.

Au-delà des aspects techniques, la sous-utilisation est un problème répandu qui peut compromettre la valeur du système en raison d'une faible adoption au-delà de l'approvisionnement ou de l'absence d'obligation générale d'utilisation. Il faut retenir que la valeur générée par la technologie S2P dépend de qui et de ce qui l'entoure et la soutient.

Figure 11 : Trois principaux problèmes limitant le rendement d'un investissement S2P (5 principales réponses affichées)



© Ardent Partners 2025

Vos données vous mentent-elles ? Le défi de l'exactitude des données de référence pour les achats

Dans le domaine des achats, les données de référence désignent les informations fondamentales qui alimentent les opérations quotidiennes, telles que les dossiers fournisseurs, les descriptions d'articles, les conditions contractuelles, les catégories et les détails de paiement. Elles constituent la couche de référence des transactions, des décisions et des rapports d'achat. Pourtant, malgré leur importance, elles constituent l'une des ressources les plus difficiles à gérer. Les données sont souvent réparties sur plusieurs systèmes, détenues par différentes équipes, formatées de manière incohérente et rarement gérées avec rigueur. Par conséquent, les lacunes dans les données de référence peuvent devenir des obstacles persistants à l'efficacité, à la conformité et à la planification stratégique.

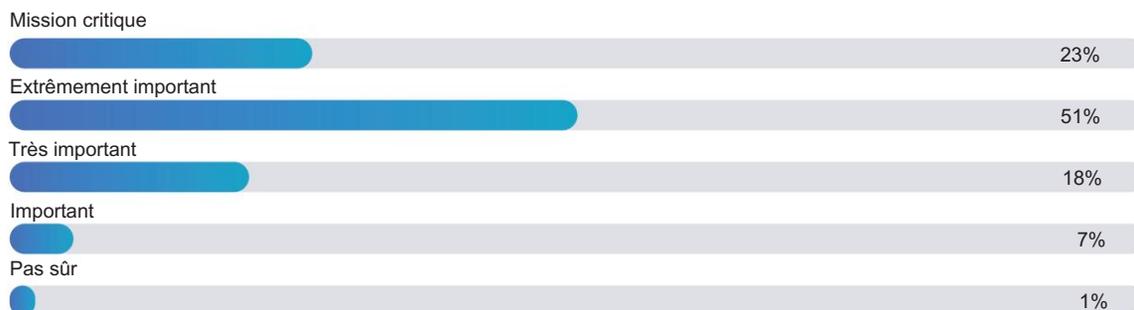
Les directeurs des achats comprennent les enjeux. Une étude d'Ardent Partners révèle que la grande majorité (92 %) des entreprises déclarent que des données de référence précises sont soit essentielles (23 %), soit extrêmement importantes (51 %), soit très importantes (18 %) pour leur activité, tant sur le plan opérationnel que financier (voir figure 12). Parallèlement, ces mêmes directeurs des achats indiquent qu'en moyenne, seulement 63,9 % de leurs données de référence globales sont exactes, complètes et à jour.

Ce qui est encore plus frappant, c'est que malgré l'importance de la qualité des données, moins de 10 % des CPO utilisent l'architecture, la qualité et l'accès aux données comme principaux critères de sélection d'une solution S2P.

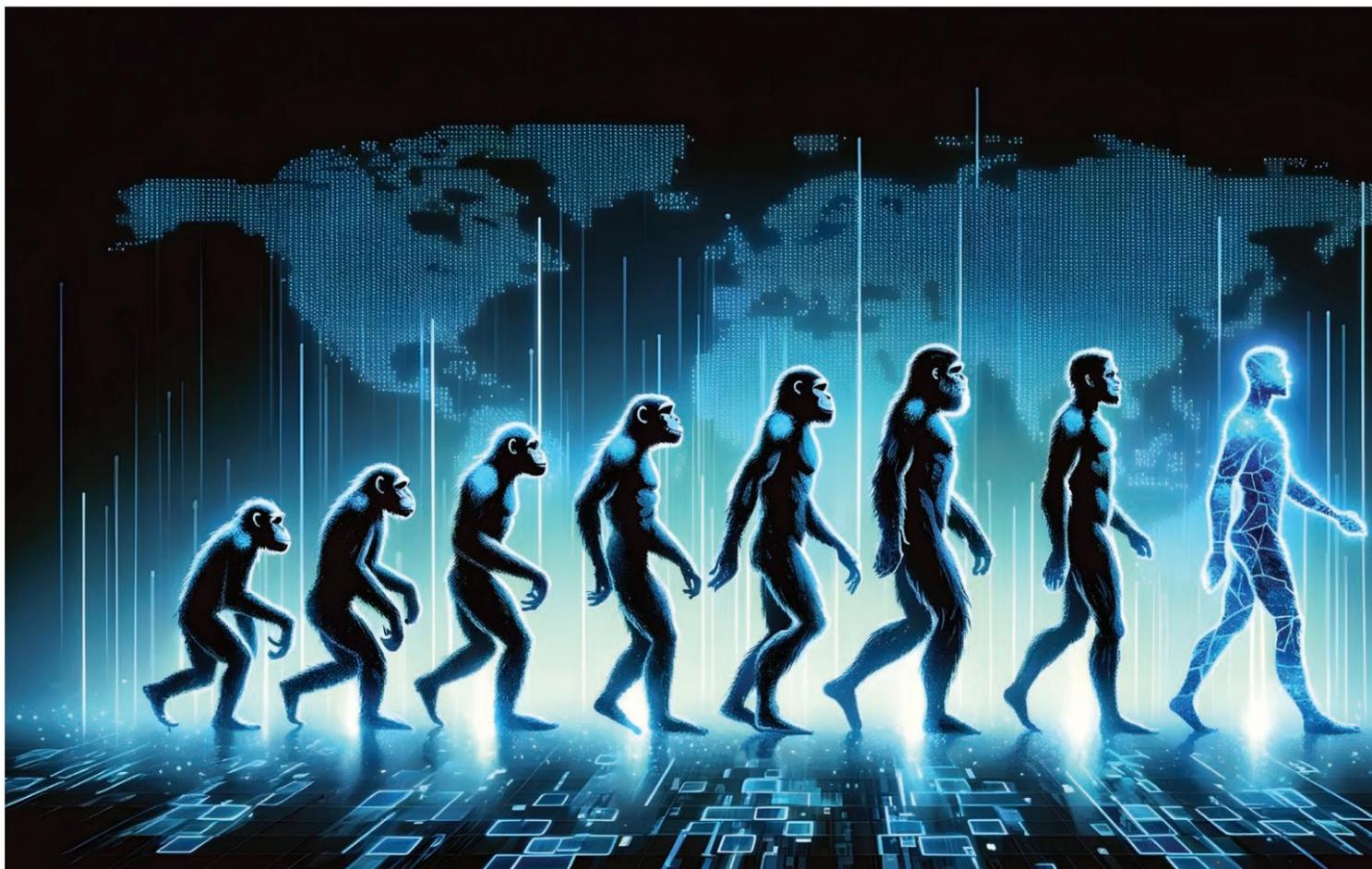
Des données de mauvaise qualité peuvent engendrer des frictions dans les opérations d'approvisionnement de base. Qu'elles ralentissent l'intégration des fournisseurs, compliquent les demandes d'achat et les décisions d'achat ponctuelles, ou introduisent des erreurs de facturation et de paiement, leurs conséquences se font sentir tout au long du cycle de l'approvisionnement au paiement. Au fil du temps, ces difficultés peuvent s'aggraver, réduisant la capacité des achats à évoluer, à réagir rapidement et à livrer de manière cohérente.

Sur le plan financier, les coûts sont tout aussi réels. Des données fournisseurs inexactes ou incomplètes entraînent des doublons, des retards de paiement et des remises sur volume manquées. Elles peuvent limiter l'exécution des contrats et potentiellement gonfler les dépenses non conformes. Des systèmes sophistiqués peuvent rationaliser les processus, mais ne peuvent compenser la mauvaise qualité des données. Les données de référence confèrent solidité et stabilité aux systèmes S2P en permettant un fonctionnement fiable de l'automatisation, en permettant aux analyses de produire des informations précises et pertinentes, et en garantissant la cohérence et le contrôle des processus. Pour les directeurs des achats souhaitant accroître l'influence stratégique des achats, des données fiables sont un facteur clé de progrès.

Figure 12 : Dans quelle mesure est-il important pour votre entreprise de disposer de données de base précises ?



L'état du S2P Numérisation 2025



3 S2P INNOVATION

Le point de vue du CPO sur l'IA

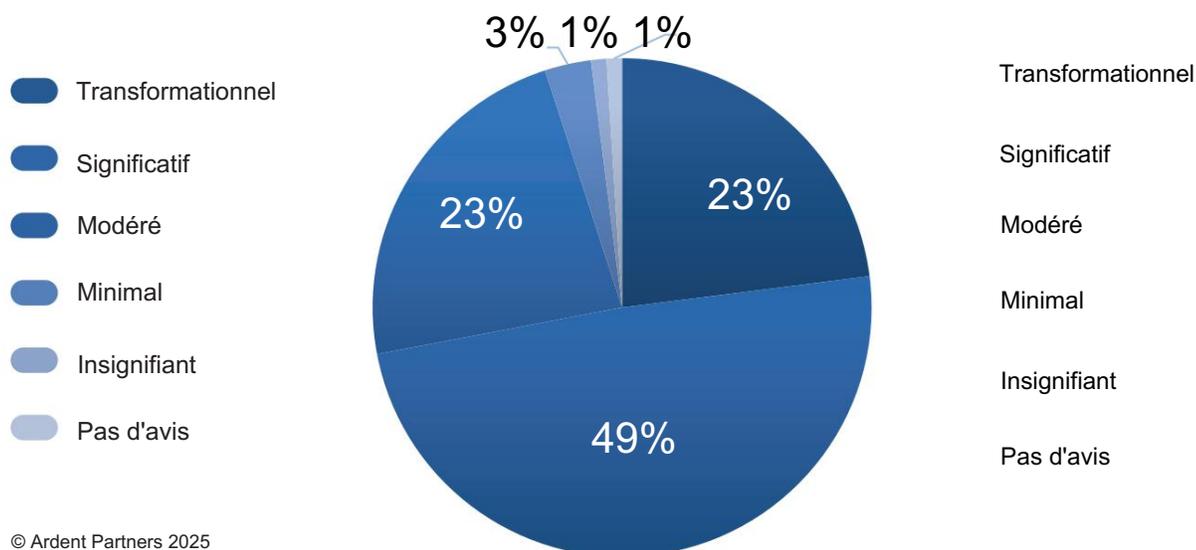
Les directeurs des achats interrogés dans le cadre de cette étude considèrent massivement l'IA comme une évolution positive et nécessaire pour l'avenir des achats. Nombre d'entre eux la décrivent comme une force transformatrice offrant d'importantes opportunités d'amélioration de l'efficacité, d'automatisation des tâches répétitives et d'optimisation des processus clés. Il existe un large consensus sur le fait que l'IA a le potentiel de rationaliser le travail transactionnel, d'accélérer l'analyse (notamment des données non structurées) et de favoriser une meilleure prise de décision.

De nombreux directeurs des achats considèrent l'adoption de l'IA comme une priorité stratégique croissante, certains la considérant même comme essentielle à la réussite future des achats. Certaines organisations expérimentent l'IA, tandis que d'autres souhaitent étendre son utilisation à mesure que les plateformes évoluent. Des termes comme « envergure considérable », « opportunité exceptionnelle » et « nécessité » reflètent ce fort optimisme.

Parallèlement, cet optimisme est tempéré par le réalisme. De nombreux directeurs des achats soulignent que le succès de l'IA dépend fortement de données de référence solides, d'une analyse de rentabilité claire et d'une mise en œuvre réfléchie. Les préoccupations concernant la confidentialité des données, l'exactitude des résultats et les risques, notamment dans les environnements réglementés, restent au cœur des préoccupations. Cela devrait logiquement inciter davantage de directeurs des achats à privilégier l'architecture, la qualité et l'accès aux données lors du choix d'une nouvelle solution S2P. Ardent Partners s'attend à ce que les directeurs des achats accordent une importance nettement plus grande à la gestion globale des données lors du choix d'une solution à l'avenir.

Certains répondants ont souligné que les outils d'IA actuels ne résolvent pas encore leurs problèmes les plus urgents ou sont limités par une infrastructure immature ou un investissement insuffisant. Plusieurs directeurs des achats adoptent une approche prudente mais curieuse, suivant de près les évolutions et attendant que la technologie arrive à maturité. Lorsque l'enquête a interrogé les 358 directeurs des achats sur l'impact de l'IA au cours des prochaines années, les réponses ont été tout aussi positives (voir figure 13) et, comme prévu l'année dernière, encore plus positives qu'en 2024. Soixante-douze pour cent des répondants estiment que l'impact de l'IA sera transformateur ou significatif. Rares sont ceux qui pensent que cet impact sera faible. Bien sûr, l'avenir nous le dira, mais si la perception actuelle se concrétise, les achats ont devant eux des jours prometteurs.

Figure 13 : Quel impact l'IA aura-t-elle sur les achats au cours des 2 à 3 prochaines années ?



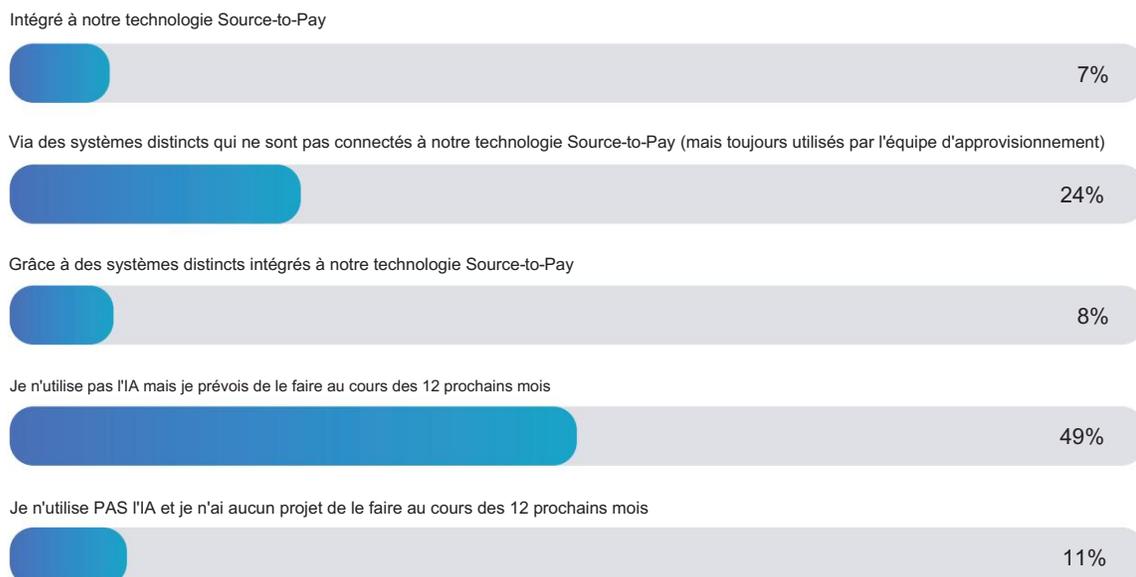
Utilisation de l'IA

Malgré le bruit, les gros titres et l'engouement croissant, l'adoption de l'IA dans les achats commence à progresser significativement. Près de la moitié des directeurs des achats déclarent utiliser l'IA sous une forme ou une autre aujourd'hui. C'est un signe clair que l'ère des achats intelligents est en marche. Si seulement 7 % d'entre eux déclarent que l'IA est pleinement intégrée à leurs suites Source-to-Pay (S2P), ce chiffre devrait augmenter à mesure que les fournisseurs de solutions continuent d'intégrer l'apprentissage automatique, le traitement du langage naturel et d'autres fonctionnalités clés de l'IA. Le caractère « boîte noire » de ces fonctionnalités suggère que ce chiffre est sous-estimé. D'ici fin 2025, il est raisonnable de supposer qu'un certain niveau de capacité d'IA sera disponible dans presque toutes les suites S2P ou applications de pointe.

Par ailleurs, 32 % des directeurs des achats exploitent l'IA via des applications individuelles, intégrées ou fonctionnant en parallèle. Cela signifie que de plus en plus d'organisations développent une IA performante, même si elles n'en ont pas toujours conscience (voir figure 14). Cela dit, la sensibilisation et les définitions varient encore. Certains directeurs des achats associent parfois l'« IA » uniquement à la nouvelle vague d'IA générative et aux grands modèles de langage, sans se rendre compte que des formes plus traditionnelles d'IA sont déjà utilisées dans les domaines du sourcing, de la gestion des risques fournisseurs et de l'analyse des contrats.

Bien sûr, des progrès supplémentaires sont attendus, car près de la moitié des services achats (49 %) n'ont pas encore utilisé l'IA, mais prévoient de le faire d'ici un an. Son impact sur les achats dépendra du niveau d'accès aux flux de travail, aux modèles de données et à la logique système. Aujourd'hui, l'IA commence à améliorer des tâches et des fonctions spécifiques en s'appuyant sur les outils déjà utilisés par les équipes achats. L'intégration de l'IA aux technologies et processus S2P devient rapidement la norme. Mais le diable est toujours dans les détails.

Figure 14 : Comment les achats accèdent-ils à l'IA aujourd'hui ?



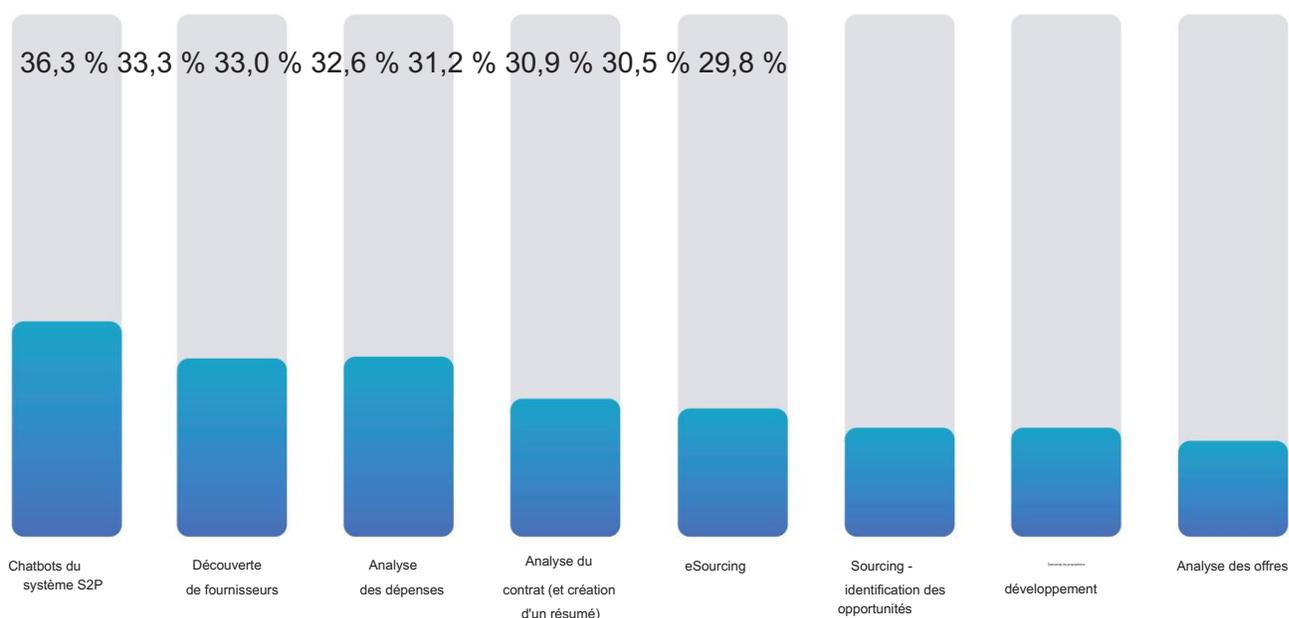
Cas d'utilisation de l'IA

L'IA gagne du terrain dans divers aspects des services achats, et les cas d'utilisation se multiplient à mesure que les organisations tentent d'exploiter le potentiel de la technologie pour améliorer l'efficacité, la visibilité et la prise de décision (voir figure 15). L'enquête d'Ardent Partners a évalué l'ampleur de l'utilisation de l'IA dans diverses activités d'achat à l'aide d'une échelle en cinq points. Les cas d'utilisation les plus courants incluent les chatbots des systèmes S2P, la découverte de fournisseurs, l'analyse des dépenses et l'analyse des contrats, tandis que les domaines plus stratégiques et qualitatifs connaissent une adoption plus lente.

En moyenne, 25 % des équipes achats utilisaient au moins un certain niveau d'IA dans leurs processus d'achat classiques. Ce niveau peut paraître faible, mais il est normal, car la plupart des cas d'utilisation initiaux de l'IA visent à améliorer les processus, et non à les remplacer.

Globalement, les données soulignent l'intérêt de l'IA pour le traitement de grands ensembles de données, l'extraction d'informations à partir de documents complexes et le développement d'applications orientées support. Elles reflètent également le travail des fournisseurs de solutions du secteur, qui s'attachent à poser les bases de l'IA grâce à des applications pratiques et à forte valeur ajoutée. Cela ouvrira la voie à des développements d'IA plus sophistiqués à l'avenir.

Figure 15 : Quels domaines utilisent « certaines » IA aujourd'hui ? (Les huit réponses les plus fréquentes sont présentées)



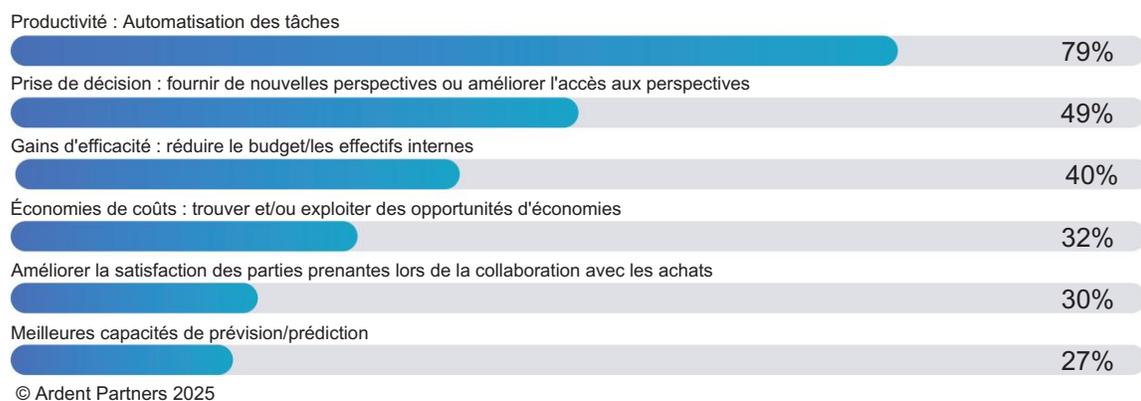
Objectifs de l'IA et Défis

Ambition de l'IA : ce que les directeurs des achats espèrent réaliser

On estime que l'IA deviendra rapidement le multiplicateur de performance le plus prometteur pour les CPO (voir Figure 13, page 21). Au même titre que tout cadre dirigeant, le CPO espère que cette perception se concrétisera. Les CPO se tournent déjà vers l'automatisation intelligente pour libérer des capacités et affiner leur concentration. Ce n'est donc pas un hasard si 79 % des CPO citent les gains de productivité comme leur principal objectif en matière d'IA (voir Figure 16). 40 % d'entre eux citent l'efficacité comme un objectif essentiel et 32 % la considèrent comme un moyen de réaliser des économies.

Au-delà de l'automatisation des processus, l'IA gagne en popularité en tant qu'atout stratégique. Près de la moitié des directeurs des achats (49 %) s'attendent à ce que l'IA améliore l'analyse et l'aide à la décision, tandis que d'autres la considèrent comme un outil de prévision plus performant (27 %) et d'engagement et de satisfaction accrus des parties prenantes (30 %). Qu'il s'agisse d'améliorer le rendement ou l'analyse, les directeurs des achats comptent sur l'IA pour redéfinir la manière dont leurs équipes obtiennent des résultats.

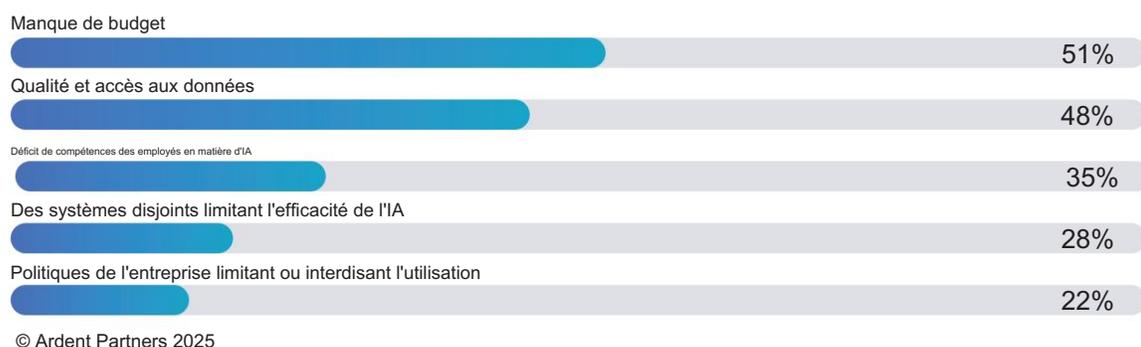
Figure 16 : Quels sont les deux principaux objectifs du CPO dans l'utilisation de l'IA ?



Friction de l'IA : ce qui freine les achats

Les principaux obstacles qui empêchent les directeurs des achats de tirer pleinement parti de l'adoption de l'IA sont en grande partie internes (voir figure 17). Parmi les principaux défis figurent le manque de budget pour investir dans davantage de soutien et de ressources (51 %), la qualité et l'accès aux données (48 %), et le manque de compétences des employés pour utiliser correctement l'IA (35 %). Les problèmes de qualité et d'accès aux données, ainsi que la fragmentation des systèmes, soulignent l'importance d'une base S2P solide et s'inscrivent dans la transition vers des suites ou des plateformes. Plus généralement, l'étude indique que, si l'IA est prometteuse et que les directeurs des achats en attendent beaucoup, la préparation organisationnelle reste un obstacle majeur à la pleine réalisation de son potentiel.

Figure 17 : Quels sont les trois principaux obstacles au succès de l'IA ? (Les cinq réponses les plus fréquentes sont présentées)



Recommandations

Prêt, IA(m), procurez-vous !!

Alors que les directeurs des achats et leurs équipes s'attaquent aux défis du commerce et de l'approvisionnement mondiaux cette année et commencent à bâtir un avenir axé sur l'IA, leur réussite dépendra de la manière dont ils harmoniseront leurs talents, leurs systèmes et leurs données. Les recommandations suivantes reflètent les conclusions de l'enquête de cette année, ainsi que l'expérience et la mise en œuvre du groupe S2P Innovators.

1. Investir dans la qualité des données de référence : Pour que l'IA génère des informations pertinentes et automatise la prise de décision, elle a besoin d'entrées structurées, précises et normalisées. Veillez à ce que les données de référence des achats répondent à cette description afin de constituer une base solide de données sur les dépenses et les fournisseurs. Il est essentiel d'accorder une plus grande importance à la qualité et à l'accès aux données lors du choix d'une technologie S2P, car elles constituent la base d'une utilisation efficace de l'IA.
2. Améliorer la qualité des données de référence parallèlement à l'adoption de l'IA : N'attendez pas la perfection des données. Les équipes achats peuvent et doivent exploiter les opportunités offertes par l'IA tout en améliorant la qualité, la gouvernance et l'accessibilité des données. Menés en parallèle, ces efforts créent une boucle de rétroaction utile.
3. Passer des outils aux écosystèmes : Privilégier les suites S2P et les plateformes intégrées qui offrent une visibilité de bout en bout, une collaboration et des processus d'approvisionnement fluides. Ces fonctionnalités gagneront en importance à mesure que les modèles d'IA se développeront et évolueront pour couvrir l'ensemble des fonctions d'approvisionnement. Les cas d'utilisation plus avancés de l'IA agentique exécutent des processus et seront limités par des architectures S2P disjointes.
4. Considérez la transformation numérique comme une initiative d'amélioration continue : La transformation numérique est un cheminement, pas une destination. Repensez vos initiatives numériques avec des objectifs d'utilisation et de rendement global plus ambitieux et plus récents. Continuez également à développer votre empreinte numérique. Déterminez si les systèmes offrent une flexibilité suffisante pour prendre en charge les besoins futurs (c'est-à-dire non encore définis) en matière de données ou de processus afin d'éviter de limiter involontairement l'agilité de l'entreprise.
5. Développer la préparation à l'IA : Intégrez les bases de l'IA à la formation de votre équipe achats. Il n'est pas nécessaire que votre équipe devienne un data scientist, mais plutôt qu'elle comprenne ce que l'IA peut (et ne peut pas) faire, ce qui l'aidera à identifier les opportunités, à interpréter les résultats et à s'y fier... et à savoir les vérifier.
6. Commencez par définir clairement les cas d'utilisation de l'IA : Le nombre de cas d'utilisation potentiels de l'IA dans les achats est déjà considérable. Bien que la plupart des premières utilisations de l'IA dans les achats cette année soient de nature plus restreinte et tactique, privilégiez d'abord les cas les plus faciles à saisir. Privilégiez les utilisations de l'IA qui résolvent des problèmes spécifiques et connus.
7. Établir le S2P comme levier de trésorerie et de risque : renforcer l'intégration entre les achats et les finances pour avoir un impact plus direct sur le fonds de roulement, réduire les frictions de paiement et gérer le risque fournisseur de manière plus proactive.
8. Établir un cadre de gouvernance de l'IA : Collaborer avec les services informatiques et les autres fonctions de l'entreprise pour établir un cadre de gouvernance de l'IA définissant les utilisations acceptables, les protocoles d'accès aux données, les normes d'intégration système et les exigences d'audit. Ce cadre doit être évolutif, afin de permettre aux équipes d'exploiter pleinement le potentiel de l'IA.

L'avenir des achats sera propulsé par le S2P, mais pas uniquement défini par lui. C'est la façon dont les organisations le mettront en œuvre qui l'emportera. Une combinaison judicieuse de systèmes, de compétences et de stratégie permettra à de nombreux directeurs des achats d'atteindre le statut d'innovateurs S2P.

Appendice

Rapport sur les données démographiques

Les recherches présentées dans ce rapport sont issues de 358 répondants représentant les données démographiques suivantes :

Fonction du poste : 88 % achats ; 3 % chaîne d'approvisionnement ; 3 % finances ; 6 % autres

Fonction : 49 % niveau VP ou supérieur ; 24 % niveau directeur ; 19 % niveau manager ; 8 % tous les autres

Chiffre d'affaires de l'entreprise : 64 % Grandes entreprises (chiffre d'affaires > 1 milliard de dollars) ; 25 % Moyennes entreprises (chiffre d'affaires entre 250 millions de dollars et 1 milliard de dollars) ; 11 % Petites entreprises (chiffre d'affaires < 250 millions de dollars)

Région : 55 % Amérique du Nord ; 33 % EMEA ; 11 % Asie-Pacifique ; 1 % Amérique du Sud

Secteur d'activité : Vingt-cinq secteurs d'activité distincts sont représentés. L'industrie manufacturière, le pétrole et l'énergie, l'industrie pharmaceutique, l'enseignement supérieur, les services financiers et les hautes technologies sont les secteurs les plus importants de l'enquête ; aucun secteur ne représente plus de 13 % de l'ensemble des répondants.

Méthodologie du rapport

Ardent Partners applique un processus de recherche rigoureux, développé au fil des années d'étude du marché de la gestion des approvisionnements. L'étude présentée dans ce rapport présente les réponses à une enquête en ligne menée auprès de 358 directeurs des achats et autres responsables des achats et de l'entreprise, entre janvier et mars 2025, ainsi que des entretiens directs avec plusieurs d'entre eux. Ces 358 participants ont partagé leurs stratégies et leurs intentions, ainsi que leurs résultats opérationnels et de performance, afin de nous aider à définir les meilleures performances en matière d'achats et à comprendre les leviers utilisés par les groupes leaders pour obtenir leur avantage. Plus de 160 participants ont partagé leurs points de vue et commentaires personnels afin de mieux contextualiser les résultats. Cette recherche s'est également appuyée sur l'expérience et l'analyse de l'auteur du rapport et de toute l'équipe de recherche d'Ardent Partners.

Les données démographiques complètes des répondants sont incluses à gauche.

© 2025 Ardent Partners, Ltd. Tous droits réservés. Toute reproduction et distribution de cette publication, sous quelque forme que ce soit, sans autorisation écrite préalable est interdite. Les informations contenues dans ce document proviennent de sources jugées fiables. Ardent Partners, Ltd. décline toute responsabilité quant à l'exactitude, l'exhaustivité ou la pertinence de ces informations. Ardent Partners, Ltd. décline toute responsabilité quant aux erreurs, omissions ou insuffisances des informations contenues dans ce document, ni quant à leur interprétation. Le contenu présenté ici représente la meilleure analyse d'Ardent Partners à ce jour et est susceptible d'être modifié sans préavis.

Éditeur de rapports

Ardent | Partners

RECHERCHE AVEC RÉSULTATS

Ardent Partners est un cabinet d'analystes de nouvelle génération qui s'appuie sur ses recherches basées sur les données pour aider les dirigeants d'entreprise à prendre des décisions plus intelligentes et à obtenir de meilleurs résultats.

Résultats. Les clients d'Ardent (et la communauté internationale) comprennent et apprécient que lorsque nous publions des recherches et guidons nos clients, nous le faisons en nous appuyant sur des milliers de données collectées et analysées au cours des deux dernières décennies. Notre méthodologie de recherche primaire unique, nos publications à fort impact et notre spécialisation approfondie dans un domaine spécifique distinguent Ardent de ses concurrents. Notre communauté est vaste, notre influence est vaste et nos recherches sont inégalées. Pour accéder à [notre bibliothèque de recherche](#), cliquez ici.

Pour plus d'informations, visitez www.ardentpartners.com ou appelez le 617.752.1728.

Commanditaire du rapport

ivalua

Ivalua est l'un des principaux fournisseurs de logiciels de gestion des dépenses basés sur le cloud et l'IA. Notre plateforme unifiée « Source-to-Pay » permet aux entreprises de gérer efficacement toutes les catégories de dépenses et tous les fournisseurs, augmentant ainsi leur rentabilité, améliorant la durabilité, réduisant les risques et optimisant la productivité de leurs employés. Des centaines de marques parmi les plus admirées au monde nous font confiance et nous sommes reconnus comme un leader par Gartner et d'autres analystes. Pour en savoir plus, rendez-vous sur www.ivalua.com. Suivez-nous sur [LinkedIn](#) et [X](#).