

Introduction

Dans cette vidéo, nous allons aborder le thème des achats responsables. Pour commencer, parlons des achats.

1. Les achats

1.1. Pourquoi une entreprise achète-t-elle ?

Une entreprise de prestation logistique va avoir besoin de camions pour pouvoir vendre sa prestation. Un constructeur automobile va bien avoir besoin d'équiper son véhicule. **L'achat est donc se procurer des ressources externes afin de compléter ses compétences ou capacités internes afin de créer le maximum de valeur.**

1.2. Comment achète-t-on ?

Alors, comment achète-t-on ? Bien évidemment, l'entreprise va avoir des besoins qu'elle va mettre en regard du marché. **Et là, l'acheteur doit faire le meilleur choix à savoir le "mieux disant". Quel est l'achat qui va me permettre de créer le maximum de valeur pour mon entreprise ?**

2. Les achats responsables

2.1. Les achats responsables, c'est quoi ?

C'est un achat qui va intégrer, dans un esprit d'équilibre entre les parties prenantes, des exigences, des spécifications et des critères en faveur de la protection et de la mise en valeur à la fois de l'environnement, du progrès social et du développement économique. Donc, les achats responsables, c'est **répondre à des objectifs de performance globale à la fois environnemental, économique et social.**

2.2. Vers une performance économique pérenne

Sur le plan économique, l'achat responsable, c'est l'achat qui va être le plus performant sur toute la durée de vie du produit. **L'acheteur va utiliser le modèle du coût global. Ce coût global comprend le prix d'achat, donc le prix que l'on va payer au fournisseur, mais également les coûts induits par l'utilisation du produit, ainsi que les coûts liés à la fin de vie.** Dans ce coût global, l'acheteur va introduire le coût des risques et essayer de les monétariser, tout comme il va tenter de monétariser les créations de valeurs associées à cette ressource externe.

2.3. Maitrise des risques

Dès lors que l'on fait entrer une nouvelle ressource dans l'entreprise, celle-ci est porteuse de risques. Si un produit cause un accident, l'entreprise pourra être poursuivie et des coûts associés à cet accident seront déboursés. Parmi les risques de toute nature, certaines entreprises ont longtemps été réticentes à considérer les risques environnementaux et les risques sociaux qui sont liés aux produits et services qu'elles achètent. Pourtant, l'épuisement des ressources naturelles ou les accidents dans des usines de fabrication, de production comme celle du Rana Plaza rappellent aux entreprises que ces risques existent et qu'il faut les considérer et essayer de les limiter.

2.4. Minimisation des externalités négatives

Enfin, les achats responsables chercheront à minimiser les externalités négatives. **Une externalité négative, c'est un impact, une conséquence de notre activité.** Là, l'enjeu est d'éviter les dommages sociaux et environnementaux sur toute la supply chain, de sorte à mieux respecter les milieux naturels et les hommes qui travaillent dans les usines.

3. Comment passer à l'action ?

3.1. Pense juste besoin

La première action, c'est penser juste besoin. **Le juste besoin, c'est définir pour pouvoir acheter la bonne quantité aux bonnes spécifications. En gros, c'est éviter le gaspillage.** N'acheter que ce dont on a besoin. Pour ce faire, l'acheteur doit absolument pouvoir intervenir en amont du processus achat et ne plus simplement intervenir à la phase de négociation où c'est bien trop tard pour pouvoir agir efficacement pour la performance de l'entreprise.

3.2. Considérer toutes les étapes du cycle de vie du produit lors de l'achat

L'acheteur va également pouvoir passer à l'action en considérant toutes les étapes du cycle de vie du produit lors de son achat. Il va rechercher de la création de valeur environnementale, sociale, sociétale et promouvoir les flux responsables tout au long du cycle de vie du produit, notamment, dans la phase d'approvisionnement sur toute la supply chain, mais également pendant la phase d'utilisation du produit dans l'entreprise, et enfin, rechercher les mêmes éléments dans la fin de vie du produit afin de promouvoir notamment le recyclage, la valorisation et promouvoir l'économie circulaire.

4. Les clés du succès : agir de manière éclairée et pertinente

Alors, quelles sont les clés du succès ? Comment agir de manière éclairée et pertinente ?

4.1. Inscrire son action dans des cadres existants

La première des choses à faire, c'est d'inscrire son action dans un cadre existant. La norme ISO 20400, Sustainable procurement, va guider les acheteurs dans leur analyse responsable de leurs

achats et va définir un cadre de pilotage pour la démarche. D'autres cas d'engagement existent. Le Global Compact des Nations unies, les conventions de l'OIT, la charte des relations fournisseurs responsables. Tous ces éléments offrent des référentiels pour les entreprises sur lesquels elles peuvent s'appuyer lorsqu'elles veulent entreprendre une démarche achat responsable.

4.2. Inscrire son action dans les cadres des lois et de l'éthique

La deuxième action, c'est inscrire sa démarche dans un cadre législatif et un cadre éthique. Et là, il faut noter que la formation des collaborateurs et la mise en place de programmes de management adéquats sont absolument indispensables.

4.3. Choisir en fonction des besoins stratégiques de l'entreprise

Enfin, il sera utile de choisir ses priorités en fonction des besoins stratégiques de l'entreprise. Comme vous le voyez à l'écran, il existe quelques outils dont celui-ci, présenté, qui est une matrice de matérialité qui permettra à chaque organisation de définir ses priorités business et les enjeux RSE associés, ceux-ci pourront être intégrés dans la politique achat de l'entreprise.

Conclusion

Donc, en conclusion, les achats responsables, c'est quoi ? C'est l'achat que l'on va considérer dès l'expression du besoin. C'est l'achat que l'on va considérer sur sa durée de vie pour en évaluer le coût, pour chercher à mitiger les risques et externalités qui lui sont associés et aussi pour pouvoir définir les opportunités, chercher les opportunités de création de valeur associées à ce produit. Enfin, c'est le faire dans le respect des lois et des engagements volontaires de l'entreprise. En quelques mots, pour résumer, acheter responsable, c'est acheter en visant la pérennité de l'entreprise.