

# L'Observatoire des Achats Responsables



[www.ObsAR.asso.fr](http://www.ObsAR.asso.fr)

Gouvernance de l'achat responsable

Fournisseurs responsables

## Échanges

Accès facilité des TPE/PME aux marchés

Insertion, diversité et action sociale

## Bonnes pratiques

Impact Trésorerie sur les fournisseurs

Respect de l'environnement

## Partage

Maîtrise durable des coûts et des risques

# L'Observatoire des Achats Responsables



[www.obsar.asso.fr](http://www.obsar.asso.fr)

COMPRENDRE LES ACHATS RESPONSABLES

TPE-PME : votre guide pratique

## EDITO

*Les achats responsables ne peuvent rester l'apanage des grands groupes et des administrations.*

*C'est fort de cette croyance que l'ObsAR a décidé de rédiger ce guide à l'usage des TPE/PME.*

*De fait, ce guide constitue surtout un espoir : être une pierre de plus à l'édifice que nous bâtissons pour rapprocher tous ceux qui partagent nos valeurs, quelle que soit la taille de l'entreprise concernée.*



*L'effet qui en est attendu est donc double :*

- *permettre aux TPE/PME de mieux comprendre l'évolution profonde prenant place chez leurs clients.*
- *leur donner des clés simples et pragmatiques pour lancer elles aussi une démarche d'achats responsables.*

*À cet effet, le guide, fruit d'un travail collectif, essaye de répondre aux questions que beaucoup de TPE/ PME peuvent se poser : qu'est-ce que les achats responsables, pourquoi déployer une telle démarche, comment la mettre en œuvre dans une PME, quels indicateurs utiliser... et d'amener des réponses issues de l'expertise et de l'expérience de nos adhérents.*

*Ayant vocation à être largement distribué cet ouvrage sera remis gratuitement. C'est pourquoi nous tenons à remercier très chaleureusement tous ceux qui ont bénévolement participé à son élaboration : les acheteurs du public et du privé, les grands réseaux actifs sur ces sujets, toutes les instances officielles, syndicats, fédérations et associations qui nous soutiennent et, bien sûr l'équipe de l'ObsAR. Espérant que ce guide touchera le plus grand nombre et saura aider chacun à évoluer, je vous en souhaite une très bonne et ... très responsable lecture.*

Vice-président ObsAR,  
Président de la CDAF,

*Pierre Pelouzel.*

### Table des matières

1- La définition, le contexte, les enjeux des achats responsables	8
1.1 La définition des Achats Responsables	8
1.2 Le contexte des relations entre donneurs d'ordre et TPE/PME	10
1.3 Les enjeux	12
2- Les avantages pour les parties prenantes	16
2.1 Pour le fournisseur	16
2.2 Pour le client - Donneur d'ordre	18
2.3 Pour la collectivité / le territoire	20
2.4 Pour les salariés	21
3- Comment mettre en place une démarche achats responsables dans ma TPE/PME ?	22
3.1 Initialiser la démarche	22
3.2 Modèles de déclinaison - Ressources	23
3.3 Les indicateurs du processus achats responsables	24
4- Les relations inter-entreprises	25
4.1 Pour une relation collaborative entre donneurs d'ordre et les TPE/PME	26
4.2 La notion de dépendance et de gestion à long terme	27
4.3 Encourager et soutenir l'innovation	28
4.4 Le management par la démarche qualité	29
4.5 La conformité aux droits et aux réglementations	31
4.6 Ils témoignent	32
5- Pour des achats responsables les réseaux à votre service	45
5.1 la CGPME	45
5.2 La Médiation Inter-entreprises	46
5.3 L'ACFCI	47
5.4 Le CID	48

6- Pour vous accompagner	49
6.1 La charte des relations inter-entreprises	49
6.2 La CDAF	51
6.3 Pas@Pas	52
6.4 Le Pacte PME	53
6.5 L'ObsAR : Le think tank des achats responsables	55
7- Les résultats du baromètre RSE 2012 des TPE/PME	58
8- Les principaux contributeurs à l'élaboration de guide :	59
9- La synthèse documentaire à l'intention des TPE/PME	63
10- Conclusion	64



*Dans la vie il y a deux catégories d'individus : ceux qui regardent le monde tel qu'il est et se demandent pourquoi, et ceux qui imaginent le monde tel qu'il devrait être et se disent : pourquoi pas ?*

George - Bernard Shaw

## Introduction et constats

L'ObsAR a souhaité regrouper tous les réseaux représentatifs de TPE/PME, des réseaux d'acheteurs, des grands donneurs d'ordre publics et privés pour écrire ce guide afin de tenir compte des méthodes utilisées par tout type d'acheteur.



Le groupe de travail s'est donné pour objectifs d'expliquer, d'informer les TPE/PME sur les tendances actuelles en matière d'achats responsables, de répondre aux questions que vous pouvez vous poser et vous permettre ainsi de traiter à égalité avec vos différents interlocuteurs.

Dans ce guide, vous trouverez différents référentiels, bonnes pratiques et des contacts pratiques pour vous aider à mettre en place les achats responsables dans vos entreprises.

La démarche de l'ISO26000, déclinée aux achats responsables, intègre les parties prenantes et offre aux TPE/PME un référentiel et un outil simple pour décliner les achats responsables dans son organisation.

Les relations entre les donneurs d'ordres et les TPE/PME sont fragilisées par la crise mais également par le poids économique de chaque acteur. Revenir à un équilibre dans le respect de chacun est désormais une priorité pour rétablir la confiance.

Les TPE/PME sont le maillon « fort » du développement durable du territoire, la mieux-disance doit s'appliquer à tous. Limiter les conséquences de nos décisions par une bonne utilisation des ressources et ne pas fragiliser l'écosystème est un objectif commun.

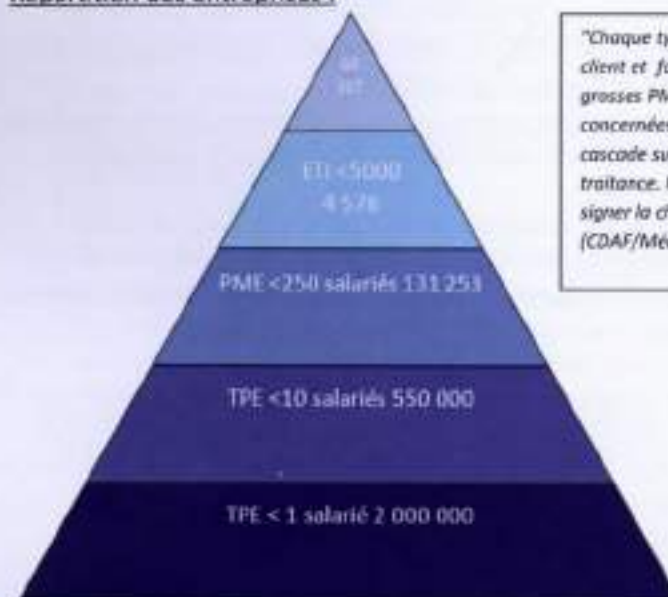
Délégué Général ObsAR

*Alain Chalenet*

## La cible des TPE/PME

Lorsque l'on étudie la typologie du secteur économique français, on constate que ce sont les grandes entreprises qui pèsent sur l'économie de plus de 2.000.000 entreprises. Or, 99% de nos entreprises sont des TPE/PME. Elles représentent 50% de l'effectif salarié en France et 44% de la valeur ajoutée (Source Insee, Lifi, Ficus 2007).

### Répartition des entreprises :

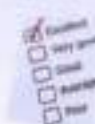


*"Chaque type d'entreprise est à la fois client et fournisseur. Les ETI et les grosses PME sont les premières concernées par cette responsabilité en cascade sur toute la chaîne de sous-traitance. Il serait souhaitable de signer la charte en 10 points (CDAF/Médiation inter-entreprises)"*

Nous n'avons, de ce fait, pas le droit de négliger ou d'oublier les TPE/PME et nous nous devons de les accompagner et de les conseiller. Si l'achat se veut être responsable, il doit prendre en considération cette catégorie d'entreprise, il y va d'un enjeu majeur sur le plan de la création de richesse, de valeur et sur celui de l'emploi.

#### 4.5 La conformité aux droits et aux réglementations

Pour rendre Responsable le processus achats, il faut que celui-ci soit piloté en conformité avec la réglementation en vigueur.



Trop de mauvaises pratiques hors la loi, liées à l'acte d'achat ou de sous-traitance sont encore pratiquées, malgré le fait que ces pratiques soient couvertes par des textes législatifs ou de jurisprudence.

Dans un premier temps, afin de mesurer l'avancement de votre organisation sur le respect de la loi lors de l'acte d'achat, vous pouvez vous appuyer sur le document élaboré par le médiateur des relations inter-entreprises industrielles et de la sous-traitance, document recensant les 36 mauvaises pratiques rencontrées, passées au crible de la loi. Ce document démontre en effet que le désengagement brutal du donneur d'ordres, est couvert par l'art. L. 442-6, I, 5° Rupture brutale de relations commerciales.

Mais encore que le retard volontaire dans le traitement d'un litige n'est pas acceptable selon l'article A 1134 du code du commerce (notion de bonne foi).

Tout cela sans oublier bien sûr la notion de délais de paiement réel au-delà du contractuel (respect de la loi LME couvert par l'article L441-6).



Il est donc obligatoire de joindre à la formation des acheteurs un module législatif les éveillant à la dimension juridique de leur fonction.

#### 4.6 Ils témoignent

##### ➤ Une PME et les achats responsables (Outilacier - Lyon)

22M€ CA 30 salariés



Inscrit l'achat responsable au cœur de son activité.

Pour un distributeur, le poste achat est le poste de charge le plus important de l'entreprise et la direction des achats y est souvent assumée par la direction générale.

Cette démarche volontariste est la clef de voûte d'un édifice dont les fondations doivent être l'exercice performant de l'activité traditionnelle de distribution, pour laquelle il faut déjà chercher à optimiser tous les processus et à implémenter les technologies les plus modernes (ERP, EDI, e-procurement, GED, dématérialisation fiscale...).

Avoir des convictions, être innovant dans les concepts, défendre des valeurs, ne suffit pas. Il faut en convaincre ses interlocuteurs, les mettre en œuvre correctement et le faire savoir.

Pierre-Yves Lévy a décidé de développer sa communication sur ces sujets :

- ✓ en intégrant des groupes de travail sur l'achat responsable, pour faire part de ses convictions et ajuster la démarche
- ✓ en participant notamment à la rédaction d'un « guide national sur l'achat responsable » intégrant l'exemple d'Outilacier
- ✓ en intervenant à la tribune lors de divers événements sur le développement durable
- ✓ en impliquant des responsables politiques sur la préservation de notre industrie et en organisant directement des manifestations dans cette perspective.

Progressivement, ces initiatives de sensibilisation sociétale volontaristes et considérées comme innovantes et surprenantes de la part d'une PME, ont intéressé la presse, puis le monde économique.

La performance économique ne doit se faire ni au détriment des fournisseurs, ni au détriment des clients, car Outilacier doit gagner des appels d'offres en étant en compétition, sur la partie économique et service, avec des distributeurs traditionnels incluant, dans leur panel, des produits importés à faibles coûts.

Ainsi, Outilacier a été pionnier dans son métier en dématérialisant la relation commerciale avec ses clients, dont certains ne reçoivent plus aucune facture papier, passent leurs commandes par EDI, et sélectionnent les produits commandés sur Internet, avec une chaîne de validation hiérarchique structurée, et une liaison directe dans leurs systèmes informatiques.

Cette mise en application de savoir-faire développés par Outilacier permet d'afficher **des gains indirects importants chez ses clients.**

Quant aux fournisseurs, toujours associés à la démarche globale, Pierre-Yves Lévy précise : « La proximité de leurs outils de production et leur "localisation" permet aux fabricants que nous avons sélectionnés d'adapter et de faire évoluer leurs produits, pour répondre aux besoins clients que nous leur soumettons et pour lesquels nous devons être force de proposition. »



➤ **Témoignages de PME nantaises**

Lors d'un rendez-vous sur la responsabilité sociétale des PME organisé en partenariat avec le Comité 21 des Pays de la Loire le 8 mars 2012 et animé par l'agence d'Eco-Achats ASEA.

➤ **Boulangeries Pâtisseries Associées (BPA)**

17 MECA, 240 collaborateurs – Pascal Gouvriou



En étant pro actif sur la qualité nutritionnelle des ses produits (arrêt de la graisse de palme), en développant des approvisionnements de proximité, la RSE pour BPA est un véritable levier de compétitivité.

Même si la boulangerie est un métier de « centimiers », le fait d'introduire des critères éthiques et environnementaux dans les critères d'achats ne va pas à l'encontre de la rationalité économique, le retour commercial est positif.

La démarche suivie a été de formaliser une démarche achats responsables précisant l'engagement de l'entreprise, de faire signer une charte achats responsables avec les fournisseurs et d'évaluer les fournisseurs sur des critères RSE. Ces outils sont devenus de véritables instruments de progrès mutuels dans la relation client/fournisseur.

Enfin, BPA s'est rapproché de sa filière professionnelle pour mener une action collective, échanger des bonnes pratiques et faire progresser certains fournisseurs (de plus grande taille).

## 5- Pour des achats responsables les réseaux à votre service

Présentation des réseaux ayant participé à l'élaboration de ce guide.

### 5.1 la CGPME

La Confédération Générale des Petites et Moyennes Entreprises (CGPME)



Confédération Générale  
des Petites et Moyennes Entreprises

est une organisation  
patronale  
interprofessionnelle créée

en 1945, qui représente les entreprises patrimoniales et leurs patrons.

Partenaire social, elle est présente dans toutes les négociations interprofessionnelles nationales. La CGPME assure la promotion et la représentation des TPE/PME, tous secteurs confondus (industrie, commerce, services, artisanat) au niveau national, régional ainsi qu'au niveau international.

Forte de 200 branches professionnelles et syndicats de métier et de 121 unions territoriales (départements, régions, outre-mer), elle représente au total plus de 600 000 entreprises.

Au-delà de la représentation des TPE/PME, la CGPME est l'interlocuteur privilégié de l'État des pouvoirs publics et est force de propositions sur toutes questions liées au quotidien de la petite et moyenne entreprise française. <http://www.cgpme.fr>

### 5.2 La Médiation Inter-entreprises



La Médiation Inter-entreprises a été créée en avril 2010, suite aux conclusions des États Généraux de l'Industrie qui ont mis en évidence les effets néfastes d'un déséquilibre existant dans les relations

clients/fournisseurs. Confiée à Jean-Claude VOLOT, la Médiation Inter-entreprises propose trois modes de saisine :

- ✓ la médiation individuelle : une seule entreprise entre en médiation avec son fournisseur ou son client
- ✓ la médiation collective : si plusieurs demandes de médiation sont convergentes au sein d'un même secteur, le médiateur peut également intervenir à la demande d'un syndicat ou d'une fédération professionnelle
- ✓ la médiation de branche : une branche professionnelle versus une autre branche.

La Médiation intervient dès lors que des difficultés apparaissent dans la relation client/fournisseur, l'application d'une clause contractuelle, le déroulement, l'interruption ou la résiliation d'un contrat. Toute entreprise, quel que soit le secteur d'activité, peut saisir la Médiation, de même qu'une société placée en sauvegarde ou en redressement judiciaire. Les dossiers de médiation déposés sur Internet ([www.mediateur.industrie.gouv.fr](http://www.mediateur.industrie.gouv.fr)) sont transmis automatiquement au Médiateur régional compétent. À noter que dans 8 cas sur 10, les médiations aboutissent à un accord. Depuis sa création, 177 000 entreprises ont été concernées par l'action de la Médiation Inter-entreprises, ce qui représente 1 370 000 effectifs impactés.

### 5.3 L'ACFCI

L'Assemblée des chambres françaises de commerce et d'industrie (ACFCI) est l'établissement national fédérateur et animateur des



Chambres de commerce et d'industrie (CCI). L'ACFCI est composée des présidents des CCI territoriales et des CCI de Région (CCIR) de France métropolitaine et d'Outre-Mer.

Les missions de l'ACFCI sont les suivantes :

- ✓ Représenter le réseau et les intérêts du commerce, de l'industrie et des services au plan national, européen et international
- ✓ Assurer l'animation de l'ensemble du réseau, et notamment :
  - Élaborer une stratégie nationale du réseau des CCI
  - Adopter des normes d'intervention pour les établissements du réseau et veiller à leur respect
  - Gérer des projets de portée nationale intéressant le réseau
  - Proposer aux CCIT et aux CCIR des fonctions de soutien dans les domaines juridiques, techniques et financiers ainsi que dans la communication institutionnelle
  - Définir et suivre la mise en œuvre de la politique de gestion des personnels, négocier et signer les accords nationaux en matière sociale
  - Coordonner les actions du réseau à l'international avec celui des CCIFE Chambres de commerce et d'industrie Françaises à l'étranger

- Passer des marchés ou accords-cadres pour le compte du réseau ou assurer la fonction de centrale d'achats pour le réseau
- Diligenter ou mener des audits relatifs au fonctionnement des CCI qui seront communiqués à l'autorité de tutelle
- Constituer une instance de conciliation à la demande des chambres du réseau pour les différends les opposant entre elles.

Plus d'informations : [www.cci.fr](http://www.cci.fr)

### 5.4 Le CJD

Le CJD est un **Mouvement de Jeunes Dirigeants**, représentatifs du tissu économique et qui défendent l'idée d'un libéralisme responsable.



- ✓ C'est aussi un lieu où les jeunes dirigeants viennent rompre l'isolement, se former et progresser
- ✓ Le CJD, mouvement patronal né en 1938, rassemble plus de 3500 chefs d'entreprise et cadres dirigeants engagés pour mettre en œuvre un libéralisme responsable
- ✓ L'ambition du CJD est de promouvoir des idées nouvelles pour rendre l'entreprise à la fois plus compétitive et plus humaine et accompagner dans sa mission, tout jeune dirigeant soucieux d'améliorer sa performance et celle de son entreprise
- ✓ Jeune (moins de 45 ans pour les fonctions électorales), le «jeune dirigeant» rejoint le CJD pour défendre des valeurs (et non des intérêts catégoriels), se former à son métier de dirigeant-entrepreneur, prendre du recul, rompre son isolement, partager avec d'autres jeunes dirigeants des préoccupations semblables en



toute confidentialité et profiter de toute la richesse d'un réseau convivial

- ✓ Présent sur tout le territoire à travers plus de 100 implantations, le CJD est représentatif des entreprises françaises, en termes de secteurs d'activité et de taille.
- ✓ Plus d'informations : <http://www.jeunesdirigeants.fr/>

## 6- Pour vous accompagner

### 6.1 Charte des relations inter-entreprises



Créée conjointement avec la CDAF (Compagnie des dirigeants et acheteurs de France Cf. Point 7.2), la Charte des relations inter-entreprises

compte aujourd'hui 245 grandes entreprises et organismes socioprofessionnels signataires. L'objectif est de construire une relation équilibrée et durable entre les grandes entreprises et leurs fournisseurs, dans la connaissance et le respect des droits et devoirs respectifs de chaque partie.

La charte comprend 10 engagements pour des achats plus responsables.

1. Assurer une égalité financière vis-à-vis des fournisseurs
2. Favoriser la collaboration entre grands donneurs d'ordres et fournisseurs stratégiques
3. Réduire les risques de dépendance réciproque entre donneurs d'ordres et fournisseurs
4. Impliquer les grands donneurs d'ordres dans leur filière
5. Appréhender le coût total d'achat, notamment en prenant en compte l'ensemble des composantes du coût et intégrant, notamment en matière de sous-traitance, l'ensemble des aléas liés à l'évaluation des coûts totaux
6. Intégrer la problématique environnementale
7. Veiller à la responsabilité territoriale de son entreprise
8. Reconnaître que l'achat est à la fois une fonction et un processus
9. Favoriser globalement la relation fournisseurs par la Fonction Achat - chargée aussi de mettre en œuvre cette Charte et favoriser des bonnes relations clients/ fournisseurs en désignant un correspondant PME de façon à privilégier la médiation
10. Fixer une politique cohérente de rémunération des acheteurs

L'intérêt d'un tel dispositif est double :

- ✓ permettre aux donneurs d'ordres signataires de faire savoir et officialiser leur volonté de s'inscrire dans une relation partenariale « gagnant-gagnant » avec leurs fournisseurs
- ✓ désigner un « Correspondant PME » au sein de l'entreprise signataire, qui interviendra en tant que médiateur interne pour faciliter le règlement des éventuels litiges fournisseurs.

Quelle mise en œuvre de la Charte :

Pour être efficace, une charte doit être vivante. Dans cet objectif, un plan d'action est mis en œuvre étroitement avec la CDAF :

- ✓ Optimisation des CGA (conditions générales d'achats) et CGV (conditions générales de vente): les experts juridiques de la Médiation analysent les CGA et CGV des entreprises adhérentes afin de les faire évoluer dans le bon sens
- ✓ 2 comités de pilotage annuels rassemblant les entreprises signataires : chacune d'entre elles présente les avancées de son dispositif de mise en œuvre de la Charte sur le terrain
- ✓ Un programme de formation à destination des acheteurs et fournisseurs des entreprises signataires : un premier volet est consacré à la mise en application de la Charte et un second volet est plus spécialement axé sur les méthodes de médiation.

## 6.2 la CDAF



CDAF (compagnies des Acheteurs de France).  
Le réseau des acheteurs présent sur le territoire avec 6  
délégations, 22 régions et 1600 adhérents.

### PROMOUVOIR

- ✓ Faire connaître le rôle stratégique des acheteurs
- ✓ Être force de proposition auprès des pouvoirs publics et réglementaires, en ce qui concerne le fonctionnement des marchés et le progrès économique
- ✓ Encourager les chefs d'entreprise à garantir le bon positionnement de la fonction Achats au sein de leur organisation pour une compétitivité accrue

### RASSEMBLER

- ✓ Créer un lieu d'échanges et de partage d'expérience entre ses membres par l'animation d'un réseau représentant toutes les composantes de la fonction achats en France

### PROFESSIONNALISER

- ✓ Donner aux acheteurs les moyens et outils pour se remettre en cause et exercer autrement leur métier
- ✓ Être le référentiel métier aussi bien dans l'homologation des formations dispensées que vis-à-vis des institutionnels
- ✓ Anticiper et identifier les évolutions de la fonction avec nos partenaires

### INFORMER

- ✓ Faire connaître l'évolution des méthodes d'achat et des moyens à la disposition des acheteurs

La CDAF participe de façon active à 4 initiatives nationales :

- ✓ La charte en 10 points (améliorer les relations avec les PME)
- ✓ Le PACTE PME (aider à développer les PME)
- ✓ Pas@Pas (faciliter l'accès aux achats solidaires)
- ✓ L'ObsAR (rendre les pratiques plus responsables)

Plus de renseignements : <http://www.cdaf.fr>

## 6.3 Pas@Pas



Il s'agit d'un projet associatif de type « Loi 1901 » regroupant 15 grandes entreprises fondatrices dont le but est la mise en relation directe pour aider les entreprises à confier une partie de leur sous-traitance pour faciliter le recours aux entreprises du secteur adapté ou protégé et de l'insertion. (plate-forme de sourcing).

Le but de ce projet est de constituer une plate-forme d'intermédiation entre les entreprises des secteurs protégés, adaptés et d'insertion et l'ensemble des acheteurs des sociétés donneurs d'ordre.

<http://www.achats-pas-a-pas.fr/>

Pas@pas s'est engagé dans ce travail avec la collaboration des organisations représentatives de l'insertion et du secteur protégé qui ont qualifié les établissements :

[www.socialement-responsable.org](http://www.socialement-responsable.org) pour l'insertion

[www.handeco.org](http://www.handeco.org) pour le secteur des personnes en situation de handicap

## 6.4 Pacte PME



### Une vision à moyen terme

Les relations entre grands comptes et PME sont limitées par de nombreux freins : coût d'identification et de qualification des nouveaux entrants, coût de gestion des petits contrats, rythmes différents entre petites et grandes structures, risques réels et perçus, ... Tous ces aspects pénalisent les PME, indépendamment de la qualité de leur offre.

Pourtant de telles relations peuvent, si elles sont d'une qualité suffisante, permettre aux PME de se développer et donc d'atténuer ces difficultés. En devenant plus solides, ces entreprises sont en mesure d'accompagner les grands comptes dans un cercle vertueux qui bénéficie à chacun. Les grands groupes peuvent ainsi y gagner des partenaires stratégiques mobilisés pour les accompagner dans leur recherche d'innovation et de compétitivité, sur lesquels il leur sera possible de s'appuyer. Pour que les PME d'aujourd'hui deviennent les partenaires stratégiques de demain, il est nécessaire que les grands comptes mettent en place une politique volontariste d'achats partenariaux agissant à la fois sur l'entrée de nouveaux fournisseurs à potentiel de croissance et sur l'accélération de leur développement.

Pour mettre au point et déployer cette politique, les PME et les grands comptes intéressés ont créé en juin 2010 l'association Pacte PME.

Ses travaux ont débouchés sur une structuration des achats partenariaux autour des trois dimensions suivantes :

- ✓ Une politique d'innovation ouverte permettant l'établissement de nouvelles relations entre grands comptes et PME à offre différenciée et à potentiel de croissance
- ✓ La possibilité d'adapter aux PME les processus et les attentes des grands comptes
- ✓ Une action des grands comptes en faveur du développement des PME qui sont devenues leurs fournisseurs ou partenaires, valorisant leur effet de levier sur d'autres marchés en France et à l'international ainsi que sur les acteurs publics et privés de l'environnement des entreprises.

### La force du collectif

À la demande de ses adhérents, l'association développe plusieurs programmes qu'elle met à leur disposition pour soutenir leur politique d'achats partenariaux :

- ✓ Une mise en réseau des PME membres des organisations professionnelles
- ✓ Des échanges de bonnes pratiques
- ✓ Des programmes de renforcement collectif des PME
- ✓ Un support à la gouvernance de la démarche chez les grands comptes

### Le Pacte PME et le Small Business Act

Les pouvoirs publics cherchent à agir en faveur de l'émergence de champions cachés, PME et ETI leaders dans leur domaine, afin de corriger la faiblesse principale du tissu économique français et la cause de ses résultats globaux insuffisants. Se pose donc la question du mode de mobilisation des grands comptes, acteurs les plus puissants, en faveur de cette cause nationale.

Le Pacte PME constitue une approche alternative à ce que pourrait être un Small Business Act français :

- ✓ Il concerne non seulement l'achat public mais également les relations avec les grandes entreprises privées.
- ✓ Il dépasse la simple question du volume d'affaires à un instant donné.
- ✓ Il intègre le retour d'expérience du Small Business Act américain qui sur un constat d'échec dix ans après son instauration, constata que le plus important n'était pas d'imposer de nouveaux comportements par la loi mais de fixer des objectifs au plus haut niveau des organisations. <http://www.pactepme.org/>

### 6.5 L'ObsAR : Le think tank des achats responsables

L'objectif de ce « Think Tank » est de créer un lieu privilégié d'échanges, de partage, de connaissance et d'approfondissement des bonnes pratiques en matière d'Achats Responsables.

Il vise à mettre à la disposition de ses adhérents des indicateurs de mesure et d'évolution des pratiques métiers et des espaces de rencontres entre les parties prenantes.

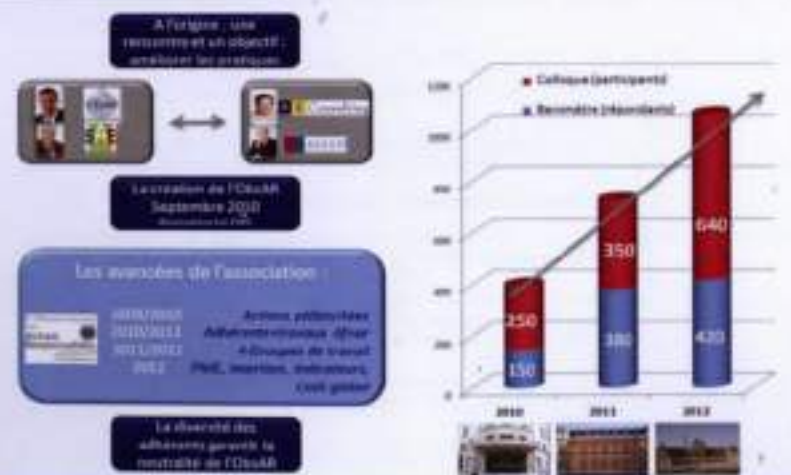
Les réseaux d'acheteurs (CDAF et SAE) en assurent la vice-présidence. L'ObsAR est une association loi 1901 qui dispose d'un conseil d'orientation composé de 15 personnalités, d'un comité directeur et de plus de 75 adhérents. L'ObsAR est responsable de la déclinaison de la norme ISO 26000 pour les achats aux côtés de l'AFNOR.

L'ObsAR propose à ses adhérents une docuthèque avec des bonnes pratiques, différents référentiels et la possibilité de participer à 4 groupes de travail :

- ✓ Indicateurs de mesure et reporting
- ✓ Coût global et création de valeur
- ✓ L'Achats responsable, un levier pour l'insertion
- ✓ Les relations donneuses d'ordres & TPE/PME (origine du guide)

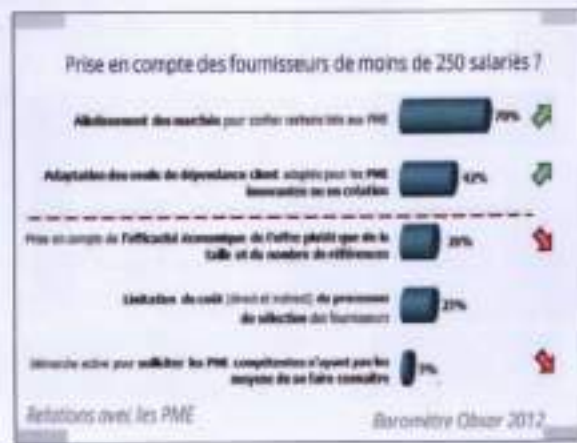
Un colloque est organisé tous les ans en janvier. C'est le moment privilégié pour restituer les résultats du baromètre sur les avancées en matière d'achats responsables ainsi que des retours d'expériences d'entreprises et d'organismes publics.

Si vous souhaitez rejoindre cette initiative: [contact@obsar.asso.fr](mailto:contact@obsar.asso.fr)  
<http://www.obsar.asso.fr>



Le baromètre « achats responsables » réalisé par l'ObsAR avec Opinion Way a été présenté le 23 Janvier 2012 lors du colloque annuel :

Les résultats montrent une attention grandissante des « donneurs d'ordre » pour mesurer les conséquences de leurs décisions sur les PME.



## 7- Résultat du baromètre RSE 2012 des PME/PMI

Une enquête, à laquelle ont répondu 378 PME, a été réalisée par l'ObsAR, l'ACFCI et la Médiation Inter-entreprises en mars 2012 afin de mesurer la perception et l'intégration de la RSE par les TPE/PMÉ.

Elle démontre qu'il existe une réelle prise de conscience et qu'il faut transformer certaines inquiétudes en opportunités.

Les résultats de ce premier baromètre démontrent un fort attachement des TPE/PME au territoire et que leurs attentes sont identiques quel que soit leur taille, leur activité ou leurs clients.

Le questionnaire était composé de 15 questions relatives à l'activité, le lieu, la maturité RSE, la taille, le secteur d'activité et les clients concernés. L'échantillonnage et le taux de participation étaient homogènes sur l'ensemble du territoire et dans tous les secteurs d'activité.

### Constats :

1. Les TPE/PME souhaitent agir mais quelques doutes et idées reçues subsistent.
2. Les freins exprimés sont une taille trop petite, un budget insuffisant, le manque de temps et l'absence de demande client. Il apparaît qu'ils correspondent plus à des idées reçues qu'à de réels obstacles.
3. La taille et les activités ont peu d'impact sur le degré d'intégration de la RSE.
4. L'évolution est rapide, la prise de conscience réelle et les objectifs raisonnés.

Retrouvez les résultats détaillés de ce baromètre sur [www.obsar.asso.fr](http://www.obsar.asso.fr)



## 9- Synthèse documentaire à l'intention des PME

### Les Normes :

FD X50-818 Janvier 2012 *Qualité et management*  
*Guide pour l'amélioration de la performance des TPE/PME par une démarche qualité progressive*

### Les Livres :

*Gestion fûtée - TPE-PME - Améliorer votre efficacité - 3 outils simples et efficaces*  
Auteur(s) : G. Barouch Date de parution : décembre 2009

*Développement durable : l'avenir des PME - Pour une économie partenariale*  
Auteur(s) : K. Boras Date de parution : novembre 2011

*Le chaînon manquant - Management agile de la chaîne logistique en PMI*  
Auteur(s) : C. Mondon Date de parution : avril 2012

*TPE - PME - Réussir son marché à l'export - Avec des études de marché efficaces*  
Auteur(s) : J.-O. Pesme Date de parution : janvier 2012

*Gestion de l'environnement pour les PME-PMI*  
Auteur(s) : ACFCI, N. Pretavoine Date de parution : janvier 2007

*Solutions pour... conduire un projet à l'usage des PME, PMI, TPE et des collectivités territoriales*  
Auteur(s) : R. Aim Date de parution : avril 2009

*Faire croître une PMI - Elle court, elle court la gazelle !*  
Auteur(s) : G. Cappelli Date de parution : avril 2010

*100 questions pour comprendre et agir - RSE et développement durable*  
Auteur(s) : A. Jounot Date de parution : mars 2010

## 10- Conclusion

Les participants au groupe de travail de l'ObsAR sont heureux de vous offrir la première édition de ce guide.

Ce document loin d'être parfait a été conçu pour vous et nous espérons répondre à de nombreuses questions que vous pourriez vous poser.

Nous attendons vos remarques et vos propositions pour l'enrichir de vos expériences.

### Nous continuons nos autres travaux sur les sujets suivants :

- ✓ Constitution d'une cartographie présentant la répartition géographique des entreprises et leurs activités (pour toutes les entreprises de plus de 20 salariés)
  - ✓ Un baromètre qui sera réalisé pour mesurer l'évolution de la maturité RSE des PME
  - ✓ Un annuaire qualifié des entreprises de plus de 20 salariés
  - ✓ Une table de correspondance entre les activités et la classification des acheteurs.
- .. et travailler à tout ce qui pourra simplifier la relation entre les TPE/PME et les donneurs d'ordres,...

### Remerciements :

Je tiens à remercier en mon nom et celui de l'ObsAR, Annie Sorel (animation du groupe) et Stéphanie Kerbarh (rédaction de ce guide) pour l'investissement et le temps passé pour réaliser cette synthèse.

*Alain Chalenet*