

Table ronde du 23 mars 2006

Intervenants

Noms :

- Olivier Menuet

Société : **Rhodia / HEC**

Heures de la présentation :

11h45 - 12h30

Thème de la Table Ronde :
**RESULTATS D'UNE ENQUETE DE
BENCHMARKING HEC/ACA 2005 AUPRES
DES DIRECTEURS ACHATS**

Séance plénière

Rédacteurs : Natacha Boyer

Nb pages : 2

Contenu de la table ronde :

11 constats tirés d'une enquête sur la fonction achats et le développement durable

Échantillon : 85 entreprises dont 20% non matures et n'ont pas voulu répondre.

Questionnaire : 16 pages, assez long mais 38 entreprises ont répondu.

Partie I - La fonction Achats

1.1. Données Générales entreprises et Achats

1.2. Objectifs stratégiques et opérationnels Achats

Questions semi-ouvertes

60 % des directeurs achats souhaitent implémenter de façon effective des règles du DD

1^{er} constat : intention forte mais réel écart pas rapport à la réalisation

2^{ème} constat : - 20 % ont mis en place une politique de DD

Partie II - Segmentation et risques

2.1. Segmentation du portefeuille : Quels sont les segments achats concernés ?

Constat : Priorité aux achats de production, services généraux mais moins concernant les prestations intellectuelles.

Association du DD avec le risque lié à des achats de production (plus que hors production)

Partie III - Stratégie

3.1. Engagements formels pris en matière de DD ?

Engagement de la direction achats mais surtout au niveau corporate.

3.2. Axes dominants de la DD dans la stratégie Achat

Direction achat très engagée sur le TCO et la gestion de la relation fournisseur mais dès qu'il s'agit d'achats internationaux et LCC, cela freine la politique de DD, plus difficile.

Partie IV - Tactique opérationnelle

4.1. Gestion du panel fournisseur

Mieux vaut parler de partenariat, mais pas assez d'outils

4.2. Cahier des charges sur la contractualisation sur les phases post achat

Le DD n'est pas considéré comme un cœur de métier, difficile à mettre en œuvre malgré une maturité du service achat.

Partie V- Mesure, Reporting et Management

5.1. Formation des acheteurs au DD

+ 50% ne voit pas pourquoi ils devraient former des acheteurs au DD.

Interrogation sur la partie variable du salaire des acheteurs pour le DD ?

Constat : encore trop de contraintes que d'opportunités

5.2. Reporting

Indicateurs DD pertinents ?

Très peu de réponses, pas assez de moyens pour mesurer les progrès

5.3. Communication

Opportunité pour communiquer mais pas suffisamment utilisé

Partie VI - Plans d'actions

Améliorations à faire ?

- corpus méthodologique
- pas de chef dédié. Les directions achats envisagent de déployer le DD dans leur processus existants mais il faudra développer des outils.
« On ne peut communiquer, ni convaincre sans démontrer »

Conclusions : Les directeurs achats ne se posent plus la question **pourquoi** ?

Volonté : ils souhaitent s'engager stratégiquement, à la demande des directions générales

Mais **Comment** ?

Qu'est-ce qui inciterait les achats à mettre en place du DD ?

Actions possible à développer courant 2006 :

- Méthodes et outils
- Normes ISO
- Audits fournisseurs, peu coûteux
- Formation, sensibilisation des acheteurs
- Développer des indicateurs de performance « achats et DD »

Thèmes des débats :

La fonction achats et le DD