

Étude sur le reporting des grands groupes internationaux en matière d'achats responsables



Analyse de la communication externe de 125 entreprises
asiatiques, américaines et européennes du Global 500.

Septembre 2010

I) LE REPORTING SUR LES ACHATS RESPONSABLES

A) INFORMATIONS GÉNÉRALES CONCERNANT LES ACHATS	07
A. 1) Les entreprises communiquent-elles sur leurs Achats ?	07
A. 2) Quelles informations relatives aux Achats sont publiées ?	07
B) VISION: STRATÉGIES, POLITIQUES ET OBJECTIFS	09
B. 1) Les Achats Durables: une priorité dans les politiques RSE ?	09
B. 2) Quelles sont les principales thématiques RSE abordées ?	10
B. 3) Sur quels objectifs les entreprises s'engagent-elles ?	11
C) ACTION: MOYENS ET CONDUITE DU CHANGEMENT	12
C. 1) Organisation interne	12
a. Code de conduite interne	12
b. Fonction dédiée Achats Durables	12
c. Formation des acheteurs	12
d. Objectifs individuels Développement Durable des acheteurs	12
e. Partenariats avec les ONG	13
C. 2) Intégration de la RSE dans les relations fournisseurs	13
a. Chartes et Codes de conduite fournisseurs	13
b. Clauses RSE dans les contrats avec les fournisseurs	14
c. Analyse de la performance RSE des fournisseurs	14
d. Accompagnement des fournisseurs	16
e. Pratiques RSE chez les fournisseurs des fournisseurs	17
f. Initiatives innovantes:	17
• "Fonds Danone pour l'écosystème"	17
• L'Eco-conception collaborative	17
C. 3) Intégration de la RSE dans le processus Achats	18
a. Poids de la RSE dans les appels d'offre	18
b. Exigences de certification	18
c. Modification des cahiers des charges	18
D) RÉSULTATS	19
D. 1) Indicateurs de performance	19
D. 2) Transparence de la communication	20

II) ANALYSES SECTORIELLES

• Automobile	22
• Biens de consommation	23
• BTP et Matériaux	23
• Équipements Électroniques	24
• Industrie Électrique	24
• Informatique	25
• Services Financiers	25
• Télécommunications	25

ANNEXES :

26

Annexe 1) Liste des entreprises analysées	26
Annexe 2) Grille des résultats : Totalité du panel et par zones géographiques	28
Annexe 3) Grille des résultats par secteur	29
Annexe 4) Le reporting RSE : obligations légales à l'échelle mondiale (aperçu)	30
Annexe 5) Synthèse des exigences du GRI (G3) concernant la chaîne d'approvisionnement	31
Annexe 6) Liste Chartes, Codes de conduite Fournisseurs	32

Avertissement : Certaines citations présentées dans ce document ont été traduites en français d'après une version originale en langue anglaise. Cette dernière peut être consultée directement sur le document ou page internet de référence et reste celle faisant foi.



Résumé



En analysant pour la première fois la communication externe de 125 des plus grandes entreprises mondiales, cette étude a pour but de mettre en évidence les grandes tendances des politiques Achats Responsables.

GLOBAL

- Les Achats Responsables sont désormais devenus un "standard" : 95% des entreprises abordent les Achats Responsables dans leurs rapports Développement Durable ou RSE.
- Ils constituent une partie importante des politiques Développement Durable : 64% des entreprises présentent leur démarche Achats Durables comme un objectif prioritaire de leur politique RSE.
- 51% des entreprises se sont fixé des objectifs quantitatifs en matière d'Achats Responsables.
- 74% des entreprises déclarent procéder à l'analyse de la performance RSE de leurs fournisseurs, que ce soit par le biais de questionnaires ou d'audits (pour respectivement 59% et 55% des entreprises du panel).
- 55% des entreprises affirment accompagner leurs fournisseurs dans une démarche de progrès, adoptant ainsi une attitude proactive et positive à l'égard de leurs partenaires commerciaux.
- 59% des entreprises publient des informations sur leurs indicateurs de performance Achats Responsables, données variables d'une entreprise à l'autre.
- De nombreuses faiblesses subsistent, notamment le manque de standardisation sur des éléments comme le calcul du "nombre de fournisseurs" qui rend difficile la comparaison des niveaux de pratiques Achats Responsables.
- Les entreprises communiquent encore trop peu sur leur organisation interne (gouvernance, motivation /formation des acheteurs). Moins de 1% des entreprises abordent les objectifs individuels RSE des acheteurs.

GÉOGRAPHIQUE

On note des différences assez marquées suivant les zones géographiques :

- Dans l'ensemble, les entreprises européennes communiquent plus et présentent des politiques plus structurées que leurs homologues américaines et asiatiques (p.ex. niveau de transparence des rapports "avancé" pour 75% des entreprises en Europe, contre 40% en Amérique du Nord et 18% en Asie)
- Il existe une forte hétérogénéité dans les publications des entreprises nord-américaines. Parmi ces dernières, certaines se positionnent en tant que leader grâce à une communication Achats Responsables innovante, tandis que d'autres n'abordent quasiment pas le sujet, ne faisant référence qu'à la "Supplier Diversity".
- En général, la communication externe des entreprises asiatiques ne décrit pas la mise en place de politiques Achats Responsables structurées. Toutefois, le sujet est abordé : il lui reste à gagner de l'importance.

SECTORIEL

- Des disparités fortes apparaissent entre secteurs d'activité, entre de grands communicants comme les Equipements Electroniques ou l'Informatique et des secteurs qui abordent peu le sujet, comme celui du BTP et Matériaux.
- De plus, suivant les secteurs, les approches en matière d'Achats Responsables sont différentes : à titre d'exemple, 50% des entreprises du secteur des Services Financiers déclarent procéder à l'analyse de la performance RSE des fournisseurs, contre 91% des entreprises du secteur Informatique.
- Autre exemple pour illustrer les différences sectorielles : aucune entreprise du secteur des Télécommunications ne déclare exiger de ses fournisseurs qu'ils soient certifiés, contrairement à 62% des entreprises du secteur Automobile.

Même si le reporting n'est qu'un indicateur des pratiques réelles des entreprises, force est de constater que la communication Achats Responsable est devenue en 2010 extrêmement structurée et quantifiée. Avec ce niveau de transparence qui progresse, il devient plus difficile pour les entreprises de se contenter d'actions symboliques en matière d'Achats Durables. Les "meilleures pratiques" identifiées dans cette étude pourraient servir aux entreprises pour continuer à "élever le standard" dans les années à venir.

AT&T :

"Nous savons que – tout comme nous sommes responsables de nos propres opérations, produits et services – nous avons la responsabilité d'user de notre taille et de notre pouvoir d'achat pour promouvoir des pratiques plus éthiques et durables dans notre chaîne d'approvisionnement." *Citizenship and Sustainability Report 2008 (page 49)*

DAIMLER :

"Nous disposons également d'un ensemble de lignes directrices concernant les achats qui s'imposent à nos fournisseurs à travers le monde. Et même les fournisseurs de ces fournisseurs doivent respecter nos exigences. Nous ne voulons pas encourager des pratiques commerciales légalement ou moralement irresponsables." *Sustainability Report 2009 Magazine (page 11)*

VOLKSWAGEN :

"Le Groupe Volkswagen a également fixé des exigences environnementales et sociales minimales pour les achats. Ceci est particulièrement important dans le cas de fournisseurs situés dans des pays en développement et émergents, où les normes réglementaires sociales et environnementales sont inadéquates ou même inexistantes." *Sustainability Report 2009-2010 (page 19)*

BRITISH TELECOM :

"Notre chaîne d'approvisionnement devient de plus en plus globale car nous faisons appel à des compétences, des produits et des services provenant de divers pays à travers le monde. Aussi appelé "approvisionnement global", cette tendance contribue au développement économique des pays en voie de développement. Toutefois, dans ces pays, le droit du travail et la réglementation environnementale peuvent être faiblement appliqués, et il existe un risque que les normes soient en deçà des exigences acceptables." *Sustainability Report 2009 (page 6)*

CARREFOUR :

"La responsabilité sociale dans la chaîne d'approvisionnement est un sujet d'actualité pour beaucoup et un sujet de fond pour le groupe Carrefour depuis 1997." *Rapport Développement Durable 2008 Livret Enjeux (page 8)*



Méthodologie

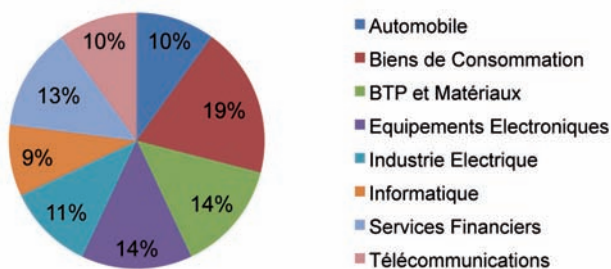


PÉRIMÈTRE DE L'ÉTUDE :

L'étude porte sur la communication externe en matière d'Achats Responsables des entreprises faisant partie du "Global 500". 8 secteurs d'activité, comprenant 125 entreprises* ont été analysés.

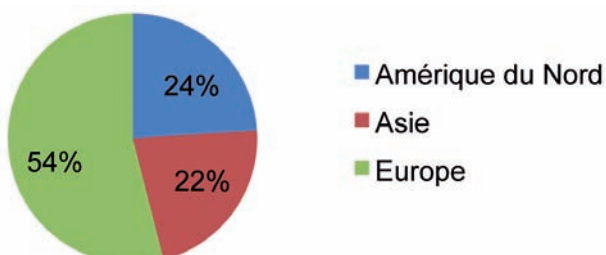
* La liste des entreprises du panel peut être consultée dans les annexes.

Répartition par secteurs d'activité :



Les entreprises sont présentes dans 17 pays, répartis en 3 zones : Amérique du Nord (Etats-Unis, Mexique), Asie (Chine, Corée du Sud, Japon, Taiwan), et Europe (Allemagne, Angleterre, Belgique, Espagne, Finlande, France, Irlande, Italie, Pays-Bas, Suède, Suisse).

Répartition par zone géographique



MÉTHODOLOGIE :

L'analyse a été réalisée à partir des rapports Développement Durable, rapports Annuels et documents de référence les plus récents, ainsi que des informations disponibles sur les sites internet des entreprises (publiés jusqu'au 30 Avril 2010).

Une grille d'analyse a été définie en vue de collecter les données objets de l'étude.

Cette grille est divisée en quatre parties :

- A) Informations générales concernant les Achats
- B) Vision : Stratégies, politiques et objectifs
- C) Action : Moyens et conduite du changement
- D) Résultats

Dans cette étude, les expressions "Achats Durables" et "Achats Responsables" sont considérées comme équivalentes, et se rapportent à tout achat ou service qui intègre, tout au long du processus d'approvisionnement, les dimensions économique, sociale et environnementale, notamment par l'intermédiaire de caractéristiques nouvelles ou de clauses spécifiques dans la contractualisation.

* La grille des résultats de l'étude peut être consultée dans les annexes (Annexe 2 : Grille des résultats : Totalité du panel et par zones géographiques / Annexe 3: Grille des résultats par secteur).



I) Le reporting sur les achats responsables



A) INFORMATIONS GÉNÉRALES CONCERNANT LES ACHATS

A. 1) Les entreprises communiquent-elles sur leurs Achats ? :

54% des entreprises du panel publient des données sur leurs Achats, soit un peu plus d'une entreprise sur deux. Si ce pourcentage est relativement homogène au niveau sectoriel, de grandes disparités apparaissent au niveau régional : en effet, si 70% des entreprises européennes et 43% des entreprises nord-américaines publient des informations relatives à leurs Achats, elles ne sont que 29% sur la zone Asie.

A. 2) Quelles sont les informations relatives aux Achats publiées ?

Les données relatives aux Achats les plus fréquemment publiées par les entreprises sont par ordre décroissant :

N°1) Information sur le montant des achats:

→ Environ 40% des entreprises incluent cette information dans leurs documents publics.

Cependant, il convient de signaler que la définition du terme "achats" n'est pas standardisée : certaines entreprises communiquent sur leurs achats de "matières premières", d'autres sur leurs achats "stratégiques", et d'autres encore sur leurs achats de "biens et services". Il est pour cette raison impossible de proposer une moyenne générale, que ce soit sur le montant annuel des achats ou sur le pourcentage d'achats dans le chiffre d'affaires.

Pour les entreprises qui communiquent ce pourcentage, la

fourchette se situe, à titre d'exemple, entre 50% (Schneider Electric) et 75% (Hochtief) : chiffres élevés qui démontrent l'importance que peut avoir la fonction Achats dans une stratégie Développement Durable.

N°2) Publication du nombre de fournisseurs :

→ 20% des entreprises communiquent leur nombre de fournisseurs.

Les entreprises du panel comptent parmi les 500 plus importantes entreprises du monde, et travaillent avec un nombre considérable de fournisseurs. En effet, pour une grande majorité d'entre elles ce chiffre varie entre 30 000 et 100 000. Les trois entreprises qui déclarent le plus grand nombre de fournisseurs sont Unilever (110 000) ; Wal-Mart (100 000) et Skanska (100 000).

Cependant, comme pour les achats, il est à noter que par "fournisseur" les entreprises entendent selon les cas : fournisseurs stratégiques, de matières premières, fournisseurs qui ont fait l'objet d'une commande dans l'année, fournisseurs identifiés comme potentiellement risqués au regard de la RSE, etc.

L'analyse de la communication des entreprises du secteur des Equipements Electroniques sur le sujet illustre bien ce manque de standardisation : en effet, à taille similaire, certaines affirment travailler avec environ 600 fournisseurs (Cisco Systems), alors que d'autres estiment ce chiffre à plus de 27000 (Motorola).

N°3) Information sur la répartition géographique des Achats

→ 16% des entreprises rendent compte de la répartition géographique de leurs Achats, par zones géographiques ou par pays de provenance.

Ce chiffre semble faible compte tenu de la dispersion des achats au niveau mondial et des risques développement durable sous-jacents.

La communication des entreprises sur la répartition géo-

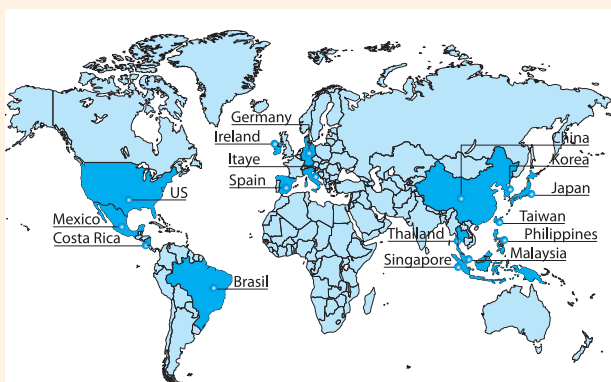
graphique de leurs achats montre qu'elles s'approvisionnent dans une large mesure auprès de fournisseurs situés dans des pays à bas-coûts; toutefois, seulement 2% des entreprises précisent le montant de leurs dépenses auprès de fournisseurs basés dans ces pays.

BRITISH TELECOM :

"Nous cherchons à réaliser des économies au sein de notre chaîne d'approvisionnement, ce qui revient à augmenter la part de biens et services en provenance des pays à faibles coûts. Nous sommes conscients que cela présente un risque plus élevé concernant les standards sur la santé et la sécurité, sur l'emploi et sur l'environnement." *Running a Responsible Business - Sustainability Report 2009 (page 6)*

DELL :

Headquarter Locations of Key Dell Suppliers



N°4) Précisions sur la répartition des Achats par catégorie de produits / services

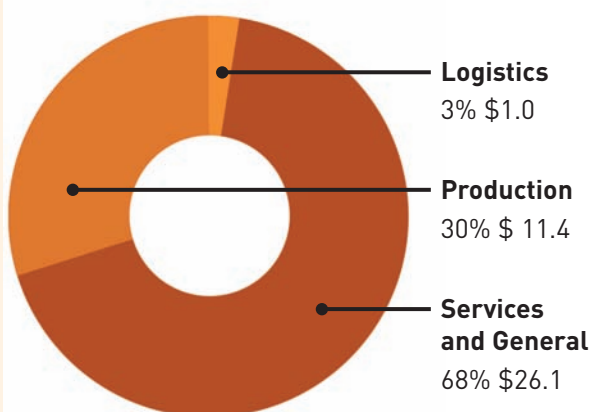
→ 8% des entreprises du panel publient des informations sur la répartition de leurs achats par grandes catégories de produits/ services.

IBM :

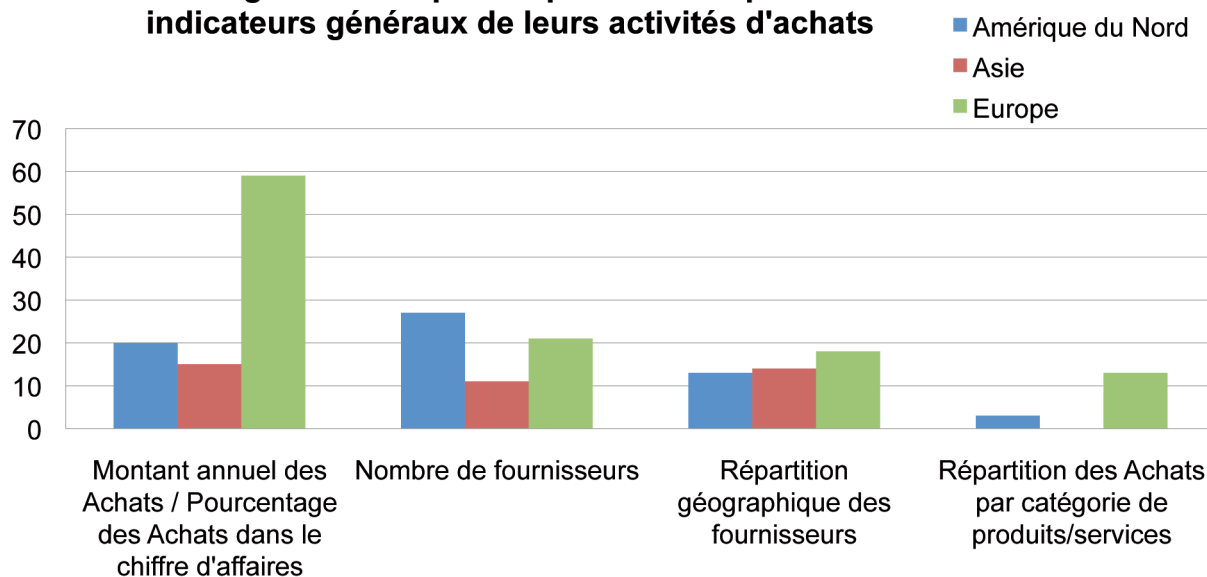
Corporate Responsibility Report 2008

2008 by Category

Dollars in Billions



Pourcentage des entreprises qui communiquent sur les indicateurs généraux de leurs activités d'achats



B) VISION : STRATÉGIES, POLITIQUES ET OBJECTIFS

B. 1) Les Achats Durables: une priorité dans les politiques RSE ?

Une grande majorité des entreprises du panel (95%) évoque le sujet des Achats Responsables dans leur communication externe.*

Pour 64% des entreprises étudiées, les Achats Responsables sont présentés comme un objectif prioritaire de la politique RSE.

Messages de CEO qui portent la vision de l'entreprise en matière d'Achats Responsables

Dans le préambule de certains rapports Développement Durable, les lettres de CEO font expressément référence aux Achats Responsables, montrant ainsi que l'engagement de leur entreprise en la matière est porté au plus haut niveau de direction.

HP (MARK HURD) :

"Nous tirons parti de la puissance de notre chaîne d'approvisionnement afin de protéger à la fois l'environnement et les droits de l'Homme." *Changing the equation – The impact of HP Global Citizenship in 2009 and beyond* (page 3)

WAL-MART (MIKE DUKE) :

"Lors de notre Sommet Développement Durable à Beijing en octobre, nous avons exprimé clairement que nous attendions des fournisseurs – que ce soit en Chine, au Costa Rica ou aux États-Unis – qu'ils continuent de respecter les normes éthiques et les lois environnementales." *Global Sustainability Report 2009* (page 3)

ALCATEL-LUCENT (BEN VERWAAYEN) :

"Je suis convaincu que nos collaborateurs et partenaires – que ce soit notre Conseil d'Administration et notre management, ou nos clients et nos fournisseurs – ont tous un rôle à jouer pour faire progresser la responsabilité sociétale d'entreprise." *Rapport Développement Durable 2008* (page 5)

Une analyse au niveau régional permet de mettre en avant d'importantes disparités : si la quasi-totalité des entreprises européennes (84%) semble considérer les Achats Responsables comme une priorité de leur stratégie RSE, ce n'est le cas que pour la moitié des entreprises nord-américaines, et pour un tiers des entreprises asiatiques.

Les différences sectorielles sont également importantes, puisque le pourcentage d'entreprises présentant les Achats Responsables comme un objectif prioritaire varie de 50% à 80% suivant le secteur d'activité concerné.

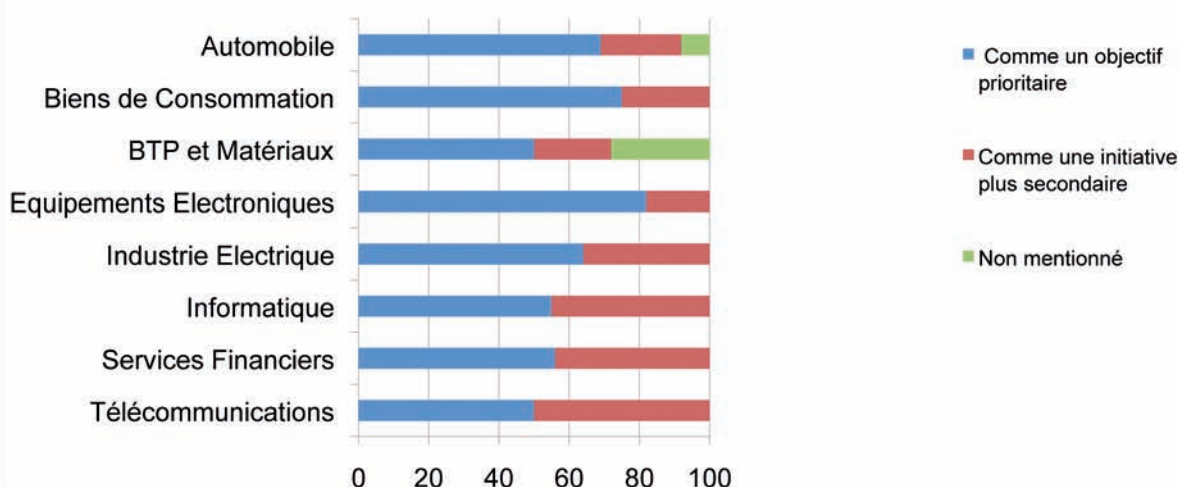
*Il convient de relever que sur les 5% des entreprises qui ne citent pas les Achats Responsables dans leur communication externe, 4% sont des entreprises chinoises, et 1% nord-américaine.

Les Achats Responsables peuvent faire l'objet d'une publication spécifique.



Apple ne publie pas de rapport Développement Durable ou de Responsabilité Sociale. Néanmoins, pour parer aux critiques des parties prenantes, l'entreprise a publié début 2010 le "Supplier Responsibility 2010 Progress Report" : rapport consacré exclusivement aux Achats Responsables.

Comment sont présentés les Achats Responsables dans les stratégies RSE ?



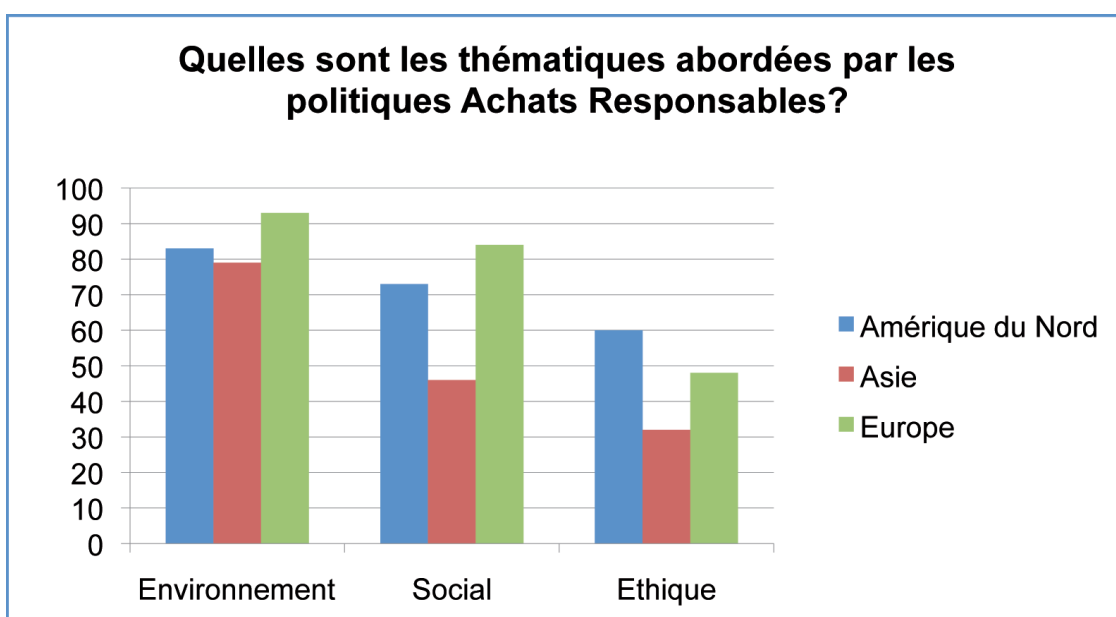
B. 2) Quelles sont les principales thématiques RSE abordées ?

87% des entreprises du panel abordent les sujets environnementaux dans la communication relative à leurs politiques Achats Responsables, 73% les sujets sociaux et 47% les sujets liés à l'éthique.

- Le sujet phare est **l'environnement** : les entreprises ont conscience de la nécessité d'encourager leurs fournisseurs à prendre en compte les aspects environnementaux dans leurs activités. Elles communiquent par exemple sur la préférence donnée aux fournisseurs qui développent des produits "verts", travaillent à réduire leur empreinte CO2, disposent d'un système de management environnemental, etc.

• **Les problématiques sociales** sont également un sujet essentiel de communication pour les entreprises étudiées : la plupart d'entre elles ont adhéré au Global Compact, et leurs exigences en matière de respect des droits de l'homme et de mise en place de conditions de travail décentes chez leurs fournisseurs sont élevées.

- **L'éthique**, qui fait référence aux problématiques liées à la corruption et aux pratiques non compétitives, est abordée par moins de la moitié des entreprises du panel, et principalement par les entreprises nord-américaines, reflet de l'importance donnée à l'éthique des affaires aux Etats-Unis.



Les aspects économiques sont peu traités dans le cadre de la communication des entreprises relative à leurs politiques Achats Responsables, et n'ont pas spécifiquement été étudiés pour cette étude.

Il faut cependant noter que plusieurs entreprises abordent de manière plus ou moins détaillée la question de l'équilibre économique de leur chaîne d'approvisionnement.

• Secteur Automobile

Les entreprises du secteur Automobile sont nombreuses à faire référence aux aspects économiques quand elles abordent le sujet des relations avec les fournisseurs. Par exemple, dans son rapport Développement Durable 2008, BMW affirme identifier en amont les fournisseurs qui rencontrent des difficultés financières, et les assister pour qu'ils réussissent à les surmonter.

BMW :

"Dans le climat actuel difficile du marché, le nombre de fournisseurs en difficulté financière est en hausse. Le groupe BMW utilise son système de gestion des risques pour tenter d'identifier les entreprises proches du risque d'insolvabilité à temps pour pouvoir les aider en leur fournissant des conseils ou toute autre assistance."
Sustainable Value Report 2008 (page 15)

• Délais de paiement :

Plusieurs entreprises abordent également la question des délais de paiement, affirmant s'engager pour une meilleure équité et transparence en la matière.

AXA :

Sur son site internet, AXA déclare vouloir entretenir une relation de qualité avec ses fournisseurs, grâce au respect du Code de Déontologie Achats, au respect des délais de paiement, et à un dialogue suivi avec les principaux fournisseurs du Groupe.

B. 3) Objectifs Achats Responsables :

La mise en place d'une politique Achats Responsables pérenne nécessite préalablement de se fixer des objectifs à moyen et long terme.

Une entreprise sur deux communique sur des objectifs quantitatifs en matière d'Achats Responsables. Ces objectifs sont de deux types : d'une part, des objectifs de moyens (par exemple : augmentation du nombre de fournisseurs à évaluer) et d'autre part, des objectifs de résultats (par exemple : réduction des émissions de gaz à effet de serre dans la chaîne d'approvisionnement).

Les disparités régionales sont importantes. Alors que plus de la moitié des entreprises européennes ou américaines présentent des objectifs chiffrés en matière d'Achats Responsables (respectivement 60% et 53%), elles ne sont que 29% chez leurs homologues asiatiques.

Top 4 des Objectifs :

N°1) Augmentation du nombre d'évaluations de fournisseurs

La couverture de fournisseurs à évaluer, que ce soit par le biais de questionnaires ou d'audits, et son évolution annuelle, est l'objectif de moyen le plus souvent cité par les entreprises (20% du panel).

Exemples :

Augmentation du nombre d'évaluations de fournisseurs

ABB

Augmenter le nombre d'Audits développement durable de 10 % par an entre 2007 et 2012

ALCATEL-LUCENT

D'ici à la fin 2010, le Groupe a pour objectif d'évaluer les pratiques RSE de tous ses fournisseurs qualifiés de "key" et "preferred".

EDF

2009: Augmenter le nombre d'audits de 30%

Volvo

D'ici 2010 : Tous les fournisseurs ont complété le programme d'auto-évaluation.

N°2) Calcul /Programme de réduction des Emissions de GES dans la chaîne d'approvisionnement

La réduction des émissions de gaz à effet de serre dans la chaîne d'approvisionnement arrive en second : 12% des entreprises y font référence. Leur communication porte soit sur leur volonté de calculer/ répertorier les émissions de gaz à effet de serre produites par leurs fournisseurs, soit sur la mise en place de programmes de réduction des émissions.

Exemples :

Calcul/ Programme de réduction des émissions de GES dans la chaîne d'approvisionnement

MC DONALD'S

Début 2010 : calculer l'empreinte carbone de la chaîne d'approvisionnement

MICROSOFT

Etendre le reporting sur les gaz à effet de serre à notre chaîne d'approvisionnement sur les achats de production et fixer des objectifs d'amélioration.

VODAFONE

D'ici à mars 2012 : Développer des stratégies conjointes de réduction des émissions de CO2 avec les fournisseurs représentant 50% des dépenses Achats

WAL-MART

Éliminer l'équivalent de 20 millions de tonnes métriques d'émissions de gaz à effet de serre de notre chaîne d'approvisionnement mondiale d'ici fin 2015.

N°3) Charte, Code de Conduite Fournisseurs

8% des entreprises communiquent sur l'élaboration et le déploiement d'une Charte ou d'un Code de conduite RSE auprès de leur panel Fournisseurs.

Exemples :

Charte, Code de Conduite Fournisseurs

FIAT

2009 : Approbation et diffusion à tous les fournisseurs du groupe Fiat des "Lignes Directrices Développement Durable"

HEINEKEN HOLDINGS

Finaliser la mise en place du Code Fournisseur d'ici 2010

PEUGEOT

2010-2011: Déployer le référentiel «Exigences de responsabilités environnementales et sociales» de PSA Peugeot Citroën

SODEXO

2012: Tous les fournisseurs internationaux ont accepté le Code de Conduite

N° 4) Développement des compétences RSE des fournisseurs (p. ex : formation, sensibilisation)

L'accompagnement des fournisseurs vers la mise en place de pratiques, méthodes plus durables est également un sujet sur lequel les entreprises (7%) déclarent s'être fixé des objectifs. Les actions déployées pour accompagner les fournisseurs dans une démarche de progrès en matière de RSE sont très hétérogènes, certaines privilégiant la sensibilisation des fournisseurs via des réunions d'information, d'autres mettant en place des programmes de formation dédiés.

Exemples :

Développement des compétences RSE des fournisseurs

APPLE

Développer des "best practices" et la formation des fournisseurs d'Apple autour de problématiques majeures découvertes grâce aux audits + Etendre la formation des fournisseurs sur les droits des travailleurs à la fois aux employés et au management

DELL

Encourager les fournisseurs de Rang 1 à publier un rapport de responsabilité sociale durant l'année fiscale 2010 + Engager 35 fournisseurs dans une formation en ligne pour développer leurs compétences

FORD MOTOR

2009: Programmes de formation pour les fournisseurs au Brésil, en Chine, en Inde, aux Philippines, en Roumanie, en Afrique du Sud et en Turquie

VOLKSWAGEN

Développer un programme de formation régional (date limite : 2011)

C) ACTION : MOYENS ET CONDUITE DU CHANGEMENT

C. 1) Organisation interne

Dans l'ensemble, les résultats de l'étude montrent que les entreprises communiquent peu sur leur organisation interne en vue d'adresser le défi Achats Responsables.

a. Code de conduite interne

Charte Ethique, Code de conduite des affaires dans les relations fournisseurs... Dans la mise en œuvre des politiques Achats Responsables, ces chartes sont importantes car elles permettent d'encadrer les pratiques des acheteurs. Leur existence dans les entreprises est désormais un standard : 86% des entreprises du panel, toutes zones confondues, déclarent posséder un Code de conduite interne (Amérique du Nord : 83% ; Asie : 71% ; Europe : 93%).

b. Fonction dédiée Achats Durables

Une étude réalisée par HEC et EcoVadis en 2009, basée sur des entretiens avec 21 Directeurs Achats Européens, montrait que 37% des entreprises avaient identifié un responsable en charge des Achats Durables. Cependant, cette réalité organisationnelle est peu abordée dans la communication externe puisque seulement 13% des entreprises du panel publient des informations sur l'équipe en charge des Achats Responsables. Il est à noter que la plupart des entreprises qui communiquent sur ce thème spécifient que l'équipe est rattachée à la Direction Achats, pour des raisons de performance et d'opérationnalité.

Fonction dédiée Achats Durables

AXA

Un Responsable Développement Durable Achats Groupe et des Responsables Développement Durable Achats locaux

BOUYGUES

Comité Achats Responsables

DELL

Equipe en charge des Achats, de la Chaîne d'approvisionnement et de la responsabilité environnementale des fournisseurs

DEUTSCHE TELECOM

Groupe de travail sur les Achats Responsables internationaux

FRANCE TELECOM

Dans chaque équipe d'approvisionnement locale : un correspondant identifié "achats responsables"

MC DONALD'S

Comité Directeur Achats Durables

PANASONIC

Comité Achats Responsables

PROCTER & GAMBLE

Conseil Achats Responsables

VOLVO GROUP

Conseil consultatif RSE Achats

c. Formation des acheteurs

Près de 30% des entreprises communiquent sur l'organisation de sessions ou de programmes de formation "Achats Responsables" pour leurs acheteurs. Les entreprises européennes sont environ 40% à communiquer sur ce sujet, les entreprises nord-américaines 23%, et les entreprises asiatiques moins de 10%.

Formation des acheteurs :

ALSTOM

Formation à distance

Sujets : Développement Durable et Achats Responsables

1. Les principes fondamentaux du développement durable
2. La vision d'Alstom
3. Les impacts du développement durable sur les processus achats
4. La politique Achats Responsables d'Alstom

Disponible en 7 langues

→ Fin 2008: plus de 1400 collaborateurs concernés

* Les deux premières parties de la formation Achats Responsables sont disponibles sur le site internet d'Alstom.

SIEMENS :

"Nous avons également étendu notre programme de formation sur les achats en ajoutant un module spécifique sur les Achats Responsables, que nous avons développé conjointement avec nos unités opérationnelles, et qui est partiellement basé sur des cas réels auxquels elles ont été confrontées." Sustainability Report 2008 (page 94)

d. Objectifs individuels Développement Durable des acheteurs

Les objectifs individuels des acheteurs, en rapport avec les problématiques Développement Durable et Achats Responsables, sont les grands absents de la communication externe des entreprises.

La mise en place de tels objectifs est pourtant essentielle pour une entreprise désirant déployer une politique Achats Responsables à grande échelle, mais est complexe à implémenter. L'un des défis à très court terme pour les entreprises reste la définition d'indicateurs de performance suffisamment fiables pour servir de base à des objectifs à atteindre pour les acheteurs.

Parmi les entreprises du panel, seule AXA évoque ce sujet, sans toutefois communiquer de chiffres précis.

AXA :

“En 2009, le suivi de la performance de responsabilité d'entreprise a été inclus dans les objectifs de nos acheteurs.”
Rapport d'Activité 2009 (page 57)

e. Partenariats avec les ONG

Comme pour d'autres problématiques RSE, la collaboration entreprises/ONG peut être fructueuse dans le domaine des Achats Responsables, que ce soit pour améliorer les performances RSE des fournisseurs ou pour développer des filières de produits plus responsables, comme le montrent les exemples suivants :

• Partenariat PUMA / FLA (Fair Labor Association) :

Toute entreprise adhérant à la Fair Labor Association (FLA) doit accepter son Code de Conduite qui énonce des principes fondamentaux relatifs aux droits humains et aux conditions de travail. De plus, l'entreprise doit s'engager à être totalement transparente sur les performances RSE de ses fournisseurs. Pour contrôler que les fournisseurs de l'entreprise respectent également son Code de conduite, la FLA conduit des audits indépendants et non annoncés.

En 2004, PUMA s'est engagé dans un partenariat avec la Fair Labor Association. La FLA audite chaque année 5% des fournisseurs de PUMA, et l'enseigne met à disposition du public, via l'ONG, sa liste de fournisseurs.

• Partenariat l'Oréal / Yamana :

Afin de parer aux problèmes de désertification causés par l'exploitation de l'arganier au Maroc et mettre en place une filière de production plus responsable, l'Oréal et son fournisseur local se sont engagés dans un partenariat avec l'ONG Yamana.

“L'Oréal travaille à la création d'une filière d'approvisionnement équitable en huile d'argan, en collaboration avec l'un de ses fournisseurs, les Laboratoires Sérobiologiques (Cognis France), et l'ONG française Yamana, qui a construit des rapports privilégiés avec les acteurs locaux. Un programme d'approvisionnement a été lancé en juin 2008. Elaboré après consultation des différentes parties prenantes, il compte plusieurs mesures qui visent notamment à déterminer le niveau du juste retour aux populations, à renforcer la traçabilité du produit, à garantir l'absence de biopiraterie et à permettre une autonomie économique progressive des coopératives locales.” Rapport Développement Durable 2008 (page 49)

C. 2) Intégration de la RSE dans les relations Fournisseurs

a. Chartes et Codes de conduite Fournisseurs

Les chartes ou codes de conduites permettent aux entreprises de formaliser leurs exigences RSE à l'égard des fournisseurs : première étape pour la mise en place concrète d'une politique Achats Responsables.
53% des entreprises du panel déclarent avoir publié un tel texte.

L'analyse des différences au niveau régional est intéressante, puisque les entreprises américaines sont très nombreuses (70%) à avoir une Charte ou un Code de conduite Fournisseurs, et sensiblement plus nombreuses que les entreprises européennes (51%) ou asiatiques (39%).

BOUYGUES :

“La charte RSE Fournisseurs témoigne de la volonté des entités du groupe Bouygues de promouvoir l'application des principes du développement durable auprès de leurs fournisseurs, entrepreneurs, sous-traitants et prestataires de services.” Site internet

- **Eléments de fond :** Le contenu des Chartes ou Codes de Conduite Fournisseurs est dans l'ensemble homogène. Les principaux sujets abordés sont les droits de l'homme, les conditions de travail, le respect de l'environnement et l'éthique.

La majorité des documents fait par ailleurs mention de grands référentiels internationaux tels que les Conventions de l'OIT et le Pacte Mondial des Nations Unies.

Exemples :

APPLE :

Synthèse des sujets abordés dans le Code de Conduite Fournisseurs :

Apple Supplier Code of Conduct			
Labor and Human Rights	Health and Safety	Environmental Impact	Ethics
• Antidiscrimination • Fair treatment • Prevention of involuntary labor • Prevention of underage labor • Juvenile worker protections • Working hours • Wages and benefits • Freedom of association	• Occupation injury prevention • Prevention of chemical exposure • Emergency prevention, preparedness, and response • Occupational safety procedures and systems • Ergonomics • Dormitory and dining • Health and safety communication • Worker health and safety committees	• Hazardous substance management • Wastewater management • Air emissions management • Solid waste management • Environmental permits and reporting	• Business integrity • Disclosure of information • Whistleblower protection and anonymous complaints • Protection of intellectual property
Management Commitment			
• Company statement • Management accountability and responsibility		• Documentation and records • Training and communication	• Worker feedback and participation • Corrective action process

Certaines entreprises abordent dans ces documents des sujets spécifiques à leur secteur d'activité. Par exemple, les entreprises de l'industrie agroalimentaire font référence dans leur Code de Conduite Fournisseurs à la biodiversité ou à l'agriculture durable.

NESTLÉ :

“Nestlé soutient et encourage les pratiques d'exploitation, les pratiques agricoles et les systèmes de production agricole durables. Ceci fait partie intégrante de la stratégie d'approvisionnement et de développement des fournisseurs de Nestlé.” Nestlé Supplier Code (page 1)

- **Présentation :** La forme des documents est très variable d'une entreprise à l'autre. Certains sont courts, reprenant les exigences RSE de base de l'entreprise (p. ex. Hochtief : 2 pages), tandis que d'autres sont beaucoup plus détaillés (p. ex. Veolia Environnement : 8 pages).

- **Langues :** Pour être opérationnel, la Charte ou le Code de Conduite Fournisseurs d'une entreprise doit être accessible à tous ses fournisseurs. Ainsi, ces documents sont en général diffusés via internet en plusieurs langues. A titre d'exemple, PepsiCo publie son Code Fournisseur sur son site internet* en 19 langues, dont l'ourdou et le thaï.
[*<http://www.pepsico.com/Purpose/Sustainability/Supplier-CSR-Assurance.html>].

Pour éviter que les fournisseurs ne soient soumis à des exigences multiples et parfois divergentes, les entreprises d'un même secteur d'activité peuvent collaborer et élaborer un Code de Conduite commun.

L'EICC, association des principaux industriels des technologies de l'information et de la communication, a mis à disposition des entreprises membres un Code de conduite de référence, afin qu'il soit adopté et exécuté dans leurs chaînes d'approvisionnement.

11 entreprises analysées lors de cette étude font partie de l'EICC (Dell, HP, Hon Hai Precision Industry, Phillips, entre autres).

b. Clauses RSE dans les contrats avec les fournisseurs

L'insertion de clauses RSE dans les contrats avec les fournisseurs représente généralement le second niveau dans la mise en œuvre d'une politique Achats Responsables, et une étape contraignante pour les fournisseurs de part leur portée juridique. Les termes de ces clauses varient, puisque certaines sont rédigées de façon générale alors que d'autres sont détaillées. Les clauses RSE peuvent stipuler la possibilité de rupture de la relation commerciale en cas de manquements graves de la part du fournisseur.

Près de 40% des entreprises du panel affirment intégrer des clauses RSE dans leurs contrats avec les fournisseurs. Les différences régionales sont importantes, puisque seulement 4% des entreprises asiatiques communiquent sur ces clauses, contre 27% des entreprises nord-américaines et 57% des entreprises européennes.

BNP :

"Les Affaires Juridiques Groupe exercent une veille sur l'évolution de la législation et la réglementation environnementale. Des clauses contractuelles mentionnant la responsabilité sociale et environnementale des fournisseurs sont systématiquement incluses aux contrats." [Rapport sur la responsabilité sociale et environnementale 2008](#) (page 163)

IBERDROLA :

"Dans cet esprit, des clauses de responsabilité sociale spécifiques devant être respectées par les fournisseurs ont été ajoutées aux conditions contractuelles du Groupe (respect et protection des droits de l'Homme, élimination de toutes les formes de travail forcé et obligatoire, éviter toute forme de travail des enfants, élimination des toutes les pratiques discriminatoires, travail contre la corruption, etc.)." [Sustainability Report 2009](#) (page 119)

c. Analyse de la performance RSE des fournisseurs

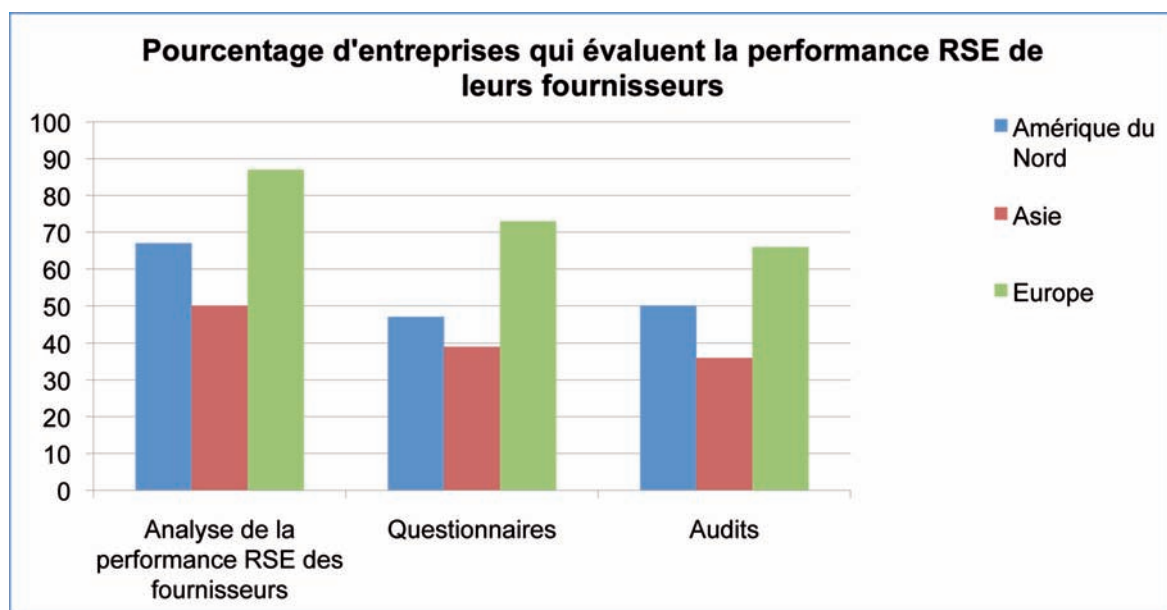
La troisième étape d'une politique Achats Responsables consiste à analyser la performance RSE des fournisseurs, afin de pouvoir mieux connaître leurs pratiques et contrôler les risques. Près de 3 entreprises sur 4 (74%) déclarent analyser la performance de leurs fournisseurs par rapport à des exigences développement durable. Les entreprises insistent sur ce sujet car la notion d'analyse renvoie l'image d'une action opérationnelle et efficace.

Cette analyse de la performance RSE des fournisseurs est devenue une pratique généralisée au niveau international. Toutefois, les différences géographiques sont assez importantes puisque les entreprises européennes sont les plus nombreuses à déclarer y procéder (87%), suivies des entreprises nord-américaines (67%) et des entreprises asiatiques (50%).

• Modalités d'analyse de la performance RSE des fournisseurs :

Les deux principaux outils à disposition des entreprises pour évaluer les performances RSE de leurs fournisseurs sont les questionnaires et les audits.

D'après l'étude, ces deux outils, bien que très différents, semblent être utilisés par les entreprises dans des proportions quasiment égales : 59% des entreprises déclarent avoir recours à des questionnaires et 55% communiquent sur la réalisation d'audits.



Si au total 74% des entreprises déclarent analyser les performances RSE de leurs fournisseurs, de grandes disparités apparaissent quant aux moyens d'action mis en œuvre pour procéder à cette analyse.

En effet, les questionnaires n'ont pas tous la même portée, suivant le nombre de questions (de 3 à 200), le périmètre sur lequel elles portent et le type de réponses qu'elles appellent (oui/non ou des réponses précises). Il en est de même pour les audits, qui ont des conséquences différentes suivant qu'il s'agisse d'un audit de quelques heures réalisé par un seul auditeur ou d'un audit s'étendant sur une semaine impliquant des experts de chaque fonction (environnement, RH etc.).

→ La bonne pratique consiste à combiner ces différents outils pour réaliser une évaluation (sur la base de questionnaires et d'audits documentaires) de la performance du système de management d'un nombre élevé de fournisseur, permettant de déclencher des audits ciblés sur certains sites uniquement.

• Exécution des analyses :

Globalement, en matière d'évaluation RSE des fournisseurs, la tendance est à l'externalisation.

Plus de 40% des entreprises basées en Europe ou en Amérique du Nord déclarent avoir recours à des tiers pour réaliser les évaluations RSE de leurs fournisseurs (via des questionnaires et/ou des audits).

Les organismes les plus souvent cités sont : EICC, EcoVadis, Intertek, et SEDEX.

Les entreprises justifient cette délégation par deux raisons majeures : en plus de permettre à leurs acheteurs de se concentrer sur le développement des compétences RSE des fournisseurs et l'accompagnement du progrès (par exemple en déployant des actions de sensibilisation et de formation), cela leur permet d'étendre le périmètre des fournisseurs évalués et d'augmenter la robustesse des évaluations.

Exemples d'entreprises ayant délégué l'évaluation RSE de leurs fournisseurs à un tiers :

E-TASC : MOTOROLA :

"En 2008, les fournisseurs ont commencé à utiliser e-TASC, un outil d'auto-évaluation développé par GeSI. Quarante-sept fournisseurs ont complété des questionnaires d'auto-évaluation pour plus de 65 sites." Site Internet

EcoVadis : Alcatel-Lucent :

"D'ici à la fin 2010, le Groupe a pour objectif d'évaluer les pratiques RSE de tous ses fournisseurs qualifiés de "key" ou "preferred"*, (liés aux dépenses directes ou indirectes – fournisseurs de rang 2) via l'outil d'évaluation EcoVadis." Rapport Développement Durable 2008 (page 26)

SEDEX : PepsiCo :

"En 2007, PepsiCo est devenu membre de SEDEX pour permettre à nos fournisseurs de définir et de vérifier leurs activités dans les domaines des conditions de travail des employés, de la santé et de la sécurité, du management environnemental et de l'éthique des affaires". Site Internet

Une évolution se dessine concernant l'évaluation RSE des fournisseurs :

Il semblerait que les entreprises tendent à dépasser le stade de la réalisation d'évaluations dans un but uniquement assurantiel et défensif, consistant à identifier les "non-conformités" dans les pratiques des fournisseurs. Désormais, elles semblent adopter une attitude plus positive, cherchant à identifier également les forces et les innovations des fournisseurs en matière de RSE, notamment grâce à l'analyse des indicateurs de performance environnementale (p. ex. intensité carbone, % des produits éco-conçus...).

Deux initiatives récentes, majeures sur la scène internationale illustrent cette tendance :

WAL-MART : INDEX DE DURABILITÉ

En juillet 2009, Wal-Mart a annoncé la mise en place d'une initiative Développement Durable, le "Sustainability Index", visant ses 100 000 fournisseurs.

Sa mise en œuvre se déroulera en 3 étapes :

- Fin 2009 : Analyse des fournisseurs : chacun des 100 000 fournisseurs de Wal-Mart doit remplir un questionnaire composé de 4 parties : énergie et climat, efficacité des matériaux, ressources naturelles et communautés.
- Création d'une base de données des analyses de cycle de vie, par un consortium d'universités qui collaboreront avec des fournisseurs, des distributeurs, des ONG et le gouvernement.
- Restitution des informations au consommateur via les produits, d'une manière simple et efficace qui n'a pas encore été déterminée, dans le but de le guider vers une consommation plus responsable.

IBM : NOUVELLE POLITIQUE ACHATS RESPONSABLES

En avril 2010 IBM a annoncé la mise en place d'une nouvelle politique RSE visant ses fournisseurs : tous les fournisseurs avec lesquels IBM entretient une relation commerciale directe, soit 28000 fournisseurs répartis dans 90 pays, vont être soumis à de nouvelles exigences. Dans ce cadre, ils vont devoir :

- Définir et développer un système de management de leur responsabilité sociétale ;
- Mesurer leur performance (à l'aide d'un logiciel destiné à collecter la consommation énergétique, les émissions de GES, le volume de déchets et le taux de recyclage) et se fixer volontairement des objectifs quantitatifs en matière environnementale ;
- Rendre publics les résultats associés à ces objectifs ainsi qu'aux autres aspects environnementaux de leur système de management.

→ La mutualisation sectorielle ou intersectorielle des résultats des analyses de la performance RSE des fournisseurs est également une tendance grandissante au niveau international.

Par le biais d'associations professionnelles (p.ex. GSCP, EICC) ou de prestataires spécialisés (p. ex. EcoVadis), les entreprises peuvent mettre en commun et partager les résultats des évaluations ou des audits conduits auprès de leurs fournisseurs.

d. Accompagnement des fournisseurs

La quatrième étape d'une démarche Achats Responsables est celle de l'accompagnement des fournisseurs et du suivi des actions de progrès. 55% des entreprises du panel publient des informations concernant les supports et/ou actions mis en place pour faciliter la prise en compte des aspects sociaux et environnementaux par leurs fournisseurs et leur permettre d'améliorer leur performance dans ces domaines (Amérique du Nord : 50% ; Asie : 39% ; Europe : 64%).

- Mise en place de plans d'actions correctives et de programmes ou sessions de formation :
41% des entreprises déclarent mettre en place des plans d'actions correctives, et 35% affirment s'engager pour la formation de leurs fournisseurs. Ce dernier chiffre est sans doute à relativiser, ces programmes ne s'appliquant majoritairement qu'à un nombre restreint de fournisseurs.

TELEFÓNICA:

"Le groupe Telefónica a mis en place des formations sur plusieurs problématiques RSE pour 68 fournisseurs PME. Le but de ce programme de formation en 16 heures est de sensibiliser les fournisseurs PME aux principaux arguments et éléments de responsabilité sociétale, et de leur présenter les principes commerciaux de Telefónica ainsi que son programme Achats Responsables." [Site Internet](#)

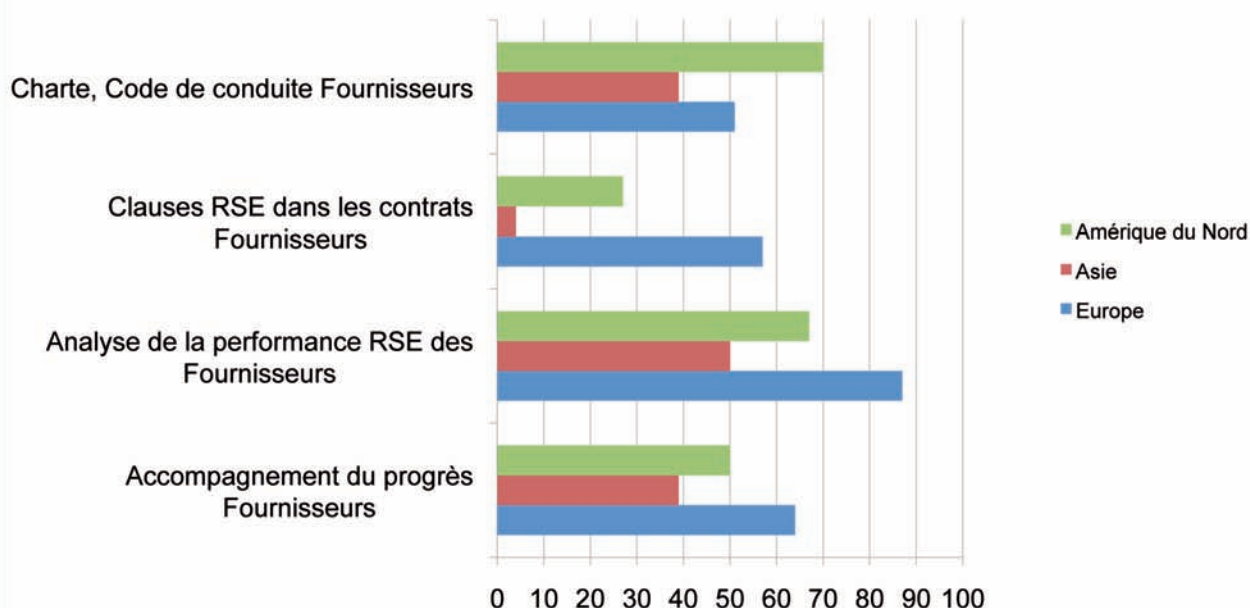
Suppliers trained by country

Country	Number of supplier SMEs trained
Chile (**)	22
Argentina	8
Peru	6
Colombia	32
SMEs TRAINED	68

CARREFOUR :

"Pour aller plus loin, Carrefour s'engage dans la formation de ses fournisseurs et de leurs salariés à leurs droits et devoirs au travail. Au Bangladesh, 56 usines ont bénéficié de cette démarche entre 2006 et 2009, soit la totalité du parc fournisseurs de Carrefour. Suivront, en 2010, les fournisseurs de l'Inde." [Rapport d'activité et de développement durable 2009 \(page 65\)](#)

Pourcentage d'entreprises ayant recours à des moyens d'action dans la relation Fournisseurs



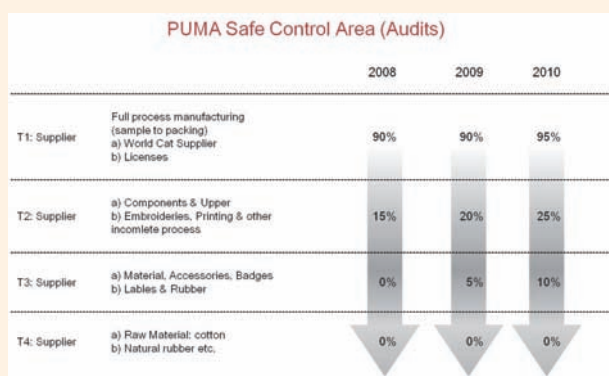
e. Pratiques RSE chez les fournisseurs des fournisseurs

Certaines entreprises du panel abordent la question des performances RSE des fournisseurs de leurs fournisseurs, considérant que tous les intervenants dans la chaîne d'approvisionnement sont parties prenantes de leur démarche Achats Durables.

L'entreprise suédoise LM Ericsson affirme dans son rapport RSE 2008 que l'existence de lacunes chez les fournisseurs des fournisseurs est une des causes de non-conformité la plus fréquemment révélée par les audits (Ericsson Corporate Responsibility and Sustainability Report, page 15).

PUMA (PPR) :

"De plus, en 2008 PUMA a pris un engagement à long terme consistant à définir les niveaux inférieurs de la chaîne d'approvisionnement et à renforcer la surveillance à ces niveaux. Jusqu'en 2010, PUMA s'est engagé à réaliser des audits sur un certain pourcentage des sites correspondants aux niveaux inférieurs de la chaîne d'approvisionnement." [Site Internet](#)



BMW :

"Au printemps 2003, le groupe BMW a introduit des exigences en matière de responsabilité sociale et environnementale dans ses conditions générales d'achat. En signant ces termes et conditions, les fournisseurs s'engagent à respecter ces exigences de développement durable. Les conditions générales d'achat ont été révisées et réactualisées – également en ce qui concerne les problématiques RSE – en 2009. Ces conditions, qui sont entrées en vigueur à l'automne 2009, imposent aux fournisseurs d'exiger de leurs fournisseurs de Rang 2 de respecter les mêmes exigences sociales et environnementales." [Sustainable Value Report 2008 \(page 14\)](#)

IBM:

"Afin d'étendre la couverture de notre initiative, nous travaillons en 2009 pour engager les fournisseurs directs et leur permettre d'étendre les activités RSE au deuxième rang de la chaîne d'approvisionnement d'IBM". [Corporate Responsibility Report 2008 \(page 35\)](#)

f. Initiatives innovantes

Certaines entreprises communiquent sur la mise en œuvre d'actions particulièrement innovantes en matière d'Achats Responsables, qui montrent leur volonté de coopérer différemment avec les fournisseurs pour développer des pratiques plus durables.

"Fonds Danone pour l'écosystème"

En 2009, Danone a créé le "Fonds Danone pour l'Ecosystème", dont le but est de financer des programmes et des projets visant à soutenir les activités des parties prenantes du groupe, dont font partie les fournisseurs. Initialement, le fonds sera doté de la somme de 100 millions d'euros, à laquelle viendra s'ajouter chaque année 1% du bénéfice net du groupe. Il est important de noter que seuls peuvent bénéficier de ce fonds "les fournisseurs dont les pratiques sont conformes au programme RESPECT (Charte Danone des droits sociaux fondamentaux)". Le fonds est destiné à appuyer des projets proposés par les filiales de Danone, principalement dans trois domaines : l'approvisionnement en matières premières agricoles ; la gestion des déchets ; et enfin, la micro distribution. Rapport Développement Durable 2009 (page 115)

L'Eco-conception collaborative

Une tendance significative en matière d'Achats Responsables concerne le développement de partenariats entre donneurs d'ordres et fournisseurs, pour élaborer des produits plus respectueux de l'environnement.

Les entreprises du secteur Automobile, pour lesquelles l'éco-conception représente un enjeu important, sont actives dans la mise en place de tels partenariats.

PSA PEUGEOT CITROËN :

En vue de réduire son empreinte environnementale, PSA Peugeot Citroën s'est fixé pour objectif de porter "la part des matériaux verts dans un véhicule à 20% de la masse de polymères en 2011". Afin d'y parvenir, plusieurs moyens ont été mis en œuvre, notamment la réalisation d'actions en partenariat avec les fournisseurs pour dynamiser la filière matières recyclées. [Site Internet](#)

RENAULT :

"Laguna a profité de toute l'expérience acquise sur la gamme en matière d'éco-conception en vue du recyclage pour afficher de bons résultats en termes de recyclage : 95 % de sa masse est valorisable et plus de 17% de plastiques sont issus du recyclage, fruit du travail entre Renault et les fournisseurs sur 90 composants de la voiture." [Site Internet](#)

C. 3) Intégration de la RSE dans les processus Achats

La communication des entreprises sur l'intégration opérationnelle des aspects sociaux et environnementaux dans les processus Achats reflète une évolution vers une plus grande maturité des entreprises en matière d'Achats Responsables : d'une démarche assurantielle déconnectée des processus Achats existants, les entreprises évoluent dans leur approche de la relation fournisseur en intégrant de manière effective les exigences de RSE aux différentes phases du processus Achats.

a. Poids de la RSE dans les appels d'offre

22% des entreprises du panel déclarent prendre en compte les critères sociaux et/ou environnementaux dans leurs appels d'offres. La fourchette du poids attribué à la RSE varie de 3 à 10%.

Les différences régionales sont très marquées : 33% d'entreprises européennes y font référence, contre seulement 13% des entreprises nord-américaines et 7% des entreprises asiatiques.

SOCIÉTÉ GÉNÉRALE

Pour la Société Générale, une des priorités en matière d'Achats Responsables est de "Prendre en compte la note RSE dans la sélection de nos fournisseurs à hauteur de 3% minimum".

Le fournisseur doit remplir un questionnaire sur les problématiques RSE, et ses réponses sont analysées en vue de lui attribuer une note. Ce résultat est par la suite intégré à l'outil Achats permettant de traiter en ligne les dossiers d'achats. "Lors du lancement d'un appel d'offres, l'acheteur extrait de la base de données la note RSE du/des fournisseur(s) invité(s) ; si le fournisseur n'a pas encore été évalué, un questionnaire est envoyé en même temps que l'appel d'offres." Cette note pèse pour au moins 3% dans la sélection des fournisseurs. [Site Internet](#)

b. Exigences de certification

Exiger d'un fournisseur qu'il soit certifié avant de contracter avec lui permet à une entreprise de se "rassurer" quand aux pratiques de celui-ci.

33% des entreprises exigent de leurs fournisseurs qu'ils soient certifiés par des tiers, soit pour leur système de management environnemental (p. ex. ISO 14 000), soit au niveau des aspects sociaux (p. ex. SA 8000).

La part des entreprises ayant recours à la certification est très homogène entre les trois grandes zones géographiques étudiées (Amérique du Nord : 30% ; Asie : 36% ; Europe : 33%).

FORD MOTOR:

"En 2006, 100% des fournisseurs de production directs Q1 avaient obtenu une certification ISO 14001. Les fournisseurs qui n'avaient pas respecté la date limite ne pouvaient prétendre au statut Q1, qui est une condition essentielle pour envisager des relations commerciales futures avec Ford. Nous encourageons également nos fournisseurs à exiger de leurs propres fournisseurs la mise en place de systèmes de management environnementaux afin d'étendre les avantages d'une performance environnementale améliorée." [Sustainability Report 2008-2009 \(Site Internet\)](#)

c. Modification des cahiers des charges

En amont des exigences RSE imposées aux fournisseurs au moment de la contractualisation, les entreprises peuvent aussi modifier leurs cahiers des charges "produits/services" en intégrant des critères sociaux et/ou environnementaux.

Achats éco-responsables :

Certaines entreprises modifient leur cahier des charges pour intégrer des critères RSE définis en interne.

Les entreprises japonaises sont nombreuses à inclure dans leurs cahiers des charges "produits" des caractéristiques environnementales spécifiques.

FUJITSU :

"Dans nos activités d'achats, les pièces, matériaux et produits respectueux de l'environnement ont la priorité. Nos exigences de base en matière d'achats éco-responsables sont prévues dans la "Fujitsu Group Green Procurement Direction" et nous collaborons avec nos partenaires commerciaux pour faire la promotion des achats verts." [2009 Fujitsu Group Sustainability Report \(page 67\)](#)

Table 1 Green procurement requirements to be fulfilled by suppliers

	Requirements	Material/parts suppliers*	Other suppliers	Section
(1)	Establishment of EMS (Environmental Management System)	Required	Required	4.1
(2)	Compliance with regulations for Fujitsu Group specified chemical substances	Required	N/A	4.2
(3)	Establishment of CMS (Chemical substances Management System)	Required	N/A	4.3
(4)	Approaches towards limiting or reducing CO2 emissions	Required	Required	4.4
(5)	Approaches towards biodiversity preservation	Required	Required	4.5

*Material/parts suppliers: suppliers whose deliverables are equipped to Fujitsu Group's products or suppliers of OEM/ODM products

Exemples de critères environnementaux :

• l'Huile de Palme certifiée

Certaines entreprises du secteur des Biens de Consommation déclarent vouloir encourager une production plus durable de l'huile palme, et pour influencer de meilleures pratiques s'engagent à s'approvisionner exclusivement en huile de palme certifiée à l'horizon 2015.

UNILEVER:

"En 2004, nous étions parmi les membres fondateurs de la Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO). En 2008, nous avons soutenu un moratoire sur la déforestation due à l'huile de palme en Asie du Sud-est et nous avons pris l'engagement de nous approvisionner exclusivement en huile de palme provenant de sources durables certifiées d'ici 2015". [Sustainable Development Overview 2009 \(page 21\)](#)

HENKEL :

"Nous voulons aller plus loin sur ce sujet en concentrant notre portefeuille produits uniquement sur les palmiers et l'huile de palme certifiés durables d'ici 2015." [Sustainability Report 2009 \(page 11\)](#)

• Le Papier certifié

Dans leur communication externe, les entreprises sont nombreuses à faire part de leurs décisions d'acquiescer du papier ou de la pulpe de papier provenant de sources certifiées. La certification à laquelle les entreprises font le plus référence est la FSC ("Forest Stewardship Council").

JP MORGAN CHASE :

"Tous nos principaux fournisseurs ont obtenu une certification, qu'elle soit simple ou double (FSC, Forest Stewardship Council ou SFI, Sustainable Forestry Initiative)." [Corporate Responsibility Report 2008 \(page 17\)](#)

SEARS HOLDINGS CORPORATION :

"Sears Holdings Corporation croit en l'exploitation responsable des ressources naturelles, et nous préférons travailler avec des fournisseurs qui exploitent les forêts de façon durable. Nous continuons de promouvoir la certification des forêts et des fibres de papier dans la chaîne d'approvisionnement." [Site Internet](#)

EDF :

Aide au secteur protégé en France

"Dans le cadre de son accord national pour l'intégration des personnes handicapées, EDF se fixe des objectifs d'achats aux entreprises adaptées (anciennement "atelier protégé"), aux entreprises d'insertion et aux organismes employant en majorité des travailleurs handicapés: 25,5M€ sur la durée de l'accord 2006-2008. Cet objectif est dépassé: 26,55M€. L'accord 2009-2011 est en cours de négociation. EDF continuera en 2009 à rechercher de nouveaux segments d'achats pour l'emploi des personnes en situation de handicap." [Rapport Développement Durable 2008 \(page 47\)](#)

• Recours aux fournisseurs locaux :

Le pourcentage des dépenses réalisées auprès des fournisseurs locaux est publié par certaines entreprises du panel, afin de montrer qu'elles soutiennent les économies locales des pays dans lesquels elles s'implantent.

Exemples de critères sociaux :

• Recours au Secteur Adapté

Certaines entreprises publient des informations sur la part des Achats qu'elles réservent aux entreprises du secteur adapté et protégé.

CEMEX :

"Nous soutenons la croissance des économies locales en construisant des relations avec des partenaires commerciaux locaux. En 2008, 94% de nos achats provenaient de fournisseurs locaux." [Sustainable Development Report 2008 \(page 27\)](#)

D. RÉSULTATS

D.1) Indicateurs de performance

Près de 60% des entreprises publient dans leur communication externe des indicateurs de performance de leur politique Achats Responsables. Un pourcentage proche de celui des entreprises pour lesquelles les Achats Responsables sont identifiés comme un objectif prioritaire (64%).

Au niveau régional, des disparités se dessinent : les entreprises européennes sont 72% à inclure des indicateurs dans leurs documents publics, contre 50% pour leurs homologues nord-américaines et 39% pour les asiatiques.

L'étude fait apparaître une grande diversité dans les indicateurs utilisés par les entreprises, tant pour les indicateurs de moyens que pour les indicateurs de résultats. Le tableau ci-dessous liste les indicateurs les plus fréquemment cités.

Tableau : Types d'indicateurs présentés par les entreprises et Pourcentages

INDICATEURS DE MOYENS	MOYENNE TOTALE	AMÉRIQUE DU NORD	ASIE	EUROPE
Nombre de fournisseurs évalués ou audités	41%	40%	18%	51%
Nombre ou % de fournisseurs formés	6%	7%	11%	4%
Nombre ou % de fournisseurs signataires de la Charte/ Code de conduite Fournisseur	7%	3%	4%	10%
% fournisseurs certifiés ISO 14001	6%	3%	0%	9%
INDICATEURS DE RÉSULTATS				
Résultats des évaluations des fournisseurs (nombre, pourcentage de non-conformités; notes)	14%	20%	11%	13%
% de dépenses avec fournisseurs évalués	4%	0%	0%	12%
% de dépenses avec fournisseurs locaux	6%	10%	0%	7%
Emissions de CO2 dans la chaîne d'approvisionnement (Mt équivalent CO2)	2%	3%	0%	1%
Suivi des émissions de CO2 dans la chaîne d'approvisionnement (non chiffré)	3%	3%	4%	3%
Nombre d'exclusions de la possibilité de contracter après évaluations, audits	6%	0%	4%	9%

L'indicateur de moyen le plus souvent présenté est le nombre de fournisseurs évalués ou audités.

Les résultats des évaluations des fournisseurs (nombre, pourcentage de non-conformités découvertes, ou notes attribuées aux fournisseurs) sont les principaux indicateurs de résultats communiqués par les entreprises étudiées.

Il est important de préciser qu'ici encore, tous les indicateurs faisant référence à la notion de "fournisseurs" peuvent recouvrir des réalités différentes, et si certaines entreprises calculent leurs indicateurs par rapport à leurs fournisseurs stratégiques, d'autres le font par rapport à l'ensemble du panel fournisseurs.

Exemple :

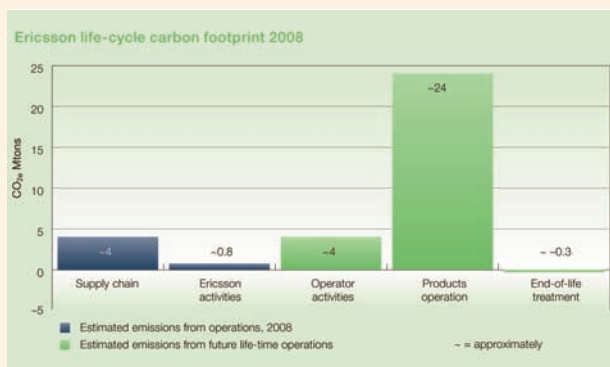
Indicateur de résultat : Emissions de CO₂ dans la chaîne d'approvisionnement (Mt équivalent Co₂) :

LM ERICSSON

Dans son rapport RSE 2008, l'entreprise suédoise L.M Ericsson communique sur son engagement de réduire de 40% son empreinte carbone d'ici 5 ans, avec une réduction de 10% en 2009.

L'entreprise publie dans ce cadre un tableau estimatif de ses émissions de CO₂, tant directes qu'indirectes. Les émissions produites par la chaîne d'approvisionnement sont approximativement de 4 millions de tonnes de CO₂, chiffre bien supérieur à celui correspondant aux activités opérationnelles d'Ericsson (0,8 mt).

"La plus grande part de notre impact carbone dans la phase de production provient de nos fournisseurs. Notre chaîne d'approvisionnement compte pour environ 4 millions de tonnes de CO₂, d'après d'importantes études d'analyse de cycle de vie."



Corporate Responsibility and Sustainability Report 2008 (page 18)

D. 2) Transparence de la communication

Quel est le niveau de transparence des rapports Développement Durable des entreprises étudiées en matière d'Achats Responsables?

Afin de le déterminer, les rapports ont été comparés aux exigences des Lignes Directrices du GRI (G3), et plus particulièrement à celles relatives à la chaîne d'approvisionnement.

Une synthèse détaillée des exigences du GRI concernant la chaîne d'approvisionnement est présentée en annexe.

A l'issue de cette comparaison, la communication des entreprises du panel a été classée selon 3 niveaux de transparence : "détaillé", "basique" ou "insuffisant".

Niveau de transparence	Correspondance avec GRI	Répartition du panel
Détaillé	Ne se contente pas de suivre les exigences du GRI (innovation en termes de transparence : publication de la liste des fournisseurs)	2%
Basique	En accord avec les exigences du GRI concernant les données relatives à la chaîne d'approvisionnement * cf Annexe 5) Synthèse des exigences du GRI (G3) concernant la chaîne d'approvisionnement	52%
Insuffisant	Ne respecte pas les exigences du GRI	46%

→ Le niveau de transparence de plus de la moitié des entreprises (52%) a été jugé comme « basique ». Ces entreprises prennent en compte l'influence qu'elles peuvent exercer sur les fournisseurs et incluent la chaîne d'approvisionnement dans le périmètre du reporting. Elles mentionnent des éléments d'informations requis par les Lignes Directrices du GRI, que ce soit en matière économique, environnementale, sociale, des droits de l'homme et sur la responsabilité du fait des produits.

→ Seules 3 entreprises du panel ont été classées dans la catégorie « détaillé ». Ces entreprises mettent à la disposition du public leur liste de fournisseurs : il s'agit de HP, Dell et Puma (PPR).

La liste publiée par les deux premières entreprises porte sur plus de 95% des fournisseurs, et peut être consultée directement sur leur site internet. La liste des fournisseurs de PUMA (PPR) peut être demandée auprès de la FLA.

HP :

"Liste alphabétique des fournisseurs de production de HP. Ces fournisseurs représentent plus de 95% des dépenses d'HP pour l'achat de matériaux, la fabrication et l'assemblage des produits HP partout dans le monde. Cette liste inclut des fabricants, des fournisseurs de services de fabrication électronique, des fabricants de conception intégrée, et des fournisseurs des matières premières. HP partage cette liste dans le but de promouvoir la transparence et le progrès pour élever les normes sociales et environnementales dans la chaîne d'approvisionnement de l'industrie électronique". [Site Internet](#)

DELL :

"Fournisseurs "clés": Dans le cadre de notre engagement en matière de transparence, nous rendons publique la liste de nos fournisseurs représentant 95% de nos dépenses. Comme plusieurs parties prenantes à travers le monde exigeaient cette information, nous avons travaillé avec nos partenaires pour rendre cette publication possible". [Site Internet](#)

PUMA :

"En accord avec le principe de transparence de puma.safe, la liste des fournisseurs de PUMA est publiquement disponible via la Fair Labor Association (FLA)." [Site Internet](#)

INITIATIVE INNOVANTE : Transparence et traçabilité tout au long de la chaîne d'approvisionnement :

Traçabilité dans la chaîne d'approvisionnement :

WAL-MART :

"Love, Earth: Jewelry made from responsible sources and traced to its origins"

Wal-Mart, le géant américain du secteur de la distribution, a récemment lancé une initiative très innovante en matière d'Achats Responsables.

L'or et l'argent utilisés dans la fabrication de bijoux vendus dans son réseau sous la marque « Love, Earth » proviennent de sources responsables, dont l'origine peut être tracée. Un code associé à chaque bijou permet au consommateur, une fois l'achat effectué, de remonter via internet toute sa chaîne de fabrication.



II) Analyses sectorielles



→ Existe-il des différences sectorielles notables concernant la communication des entreprises en matière d'Achats Responsables ?

En parallèle de certaines particularités géographiques exposées dans la première partie du document, l'étude a permis de dégager des spécificités sectorielles présentées ci-après.

AUTOMOBILE

Le secteur Automobile, qui regroupe des constructeurs et des équipementiers, est marqué de longue date par une structuration des Achats, qui représentent un axe stratégique pour les entreprises. Ces éléments expliquent la communication soutenue en matière d'Achats Responsables des entreprises du secteur.

	Automobile	Total du panel
VISION :		
Objectifs chiffrés Achats Responsables	77%	51%
ACTION: Exigences de certification		
	62%	33%
RESULTATS: Indicateurs de performance		
	69%	59%
RESULTATS :		
Niveau de transparence « basique »	69%	52%

→ Les entreprises du secteur Automobile communiquent prioritairement sur leurs objectifs en matière d'Achats Responsables, sur leurs exigences de certification, et sur leurs indicateurs de performance.

• Certifications du système de management environnemental :

62% des entreprises du secteur Automobile exigent de leurs fournisseurs un système de management environnemental certifié, selon la norme ISO 14001 ou tout standard équivalent (contre seulement 51% pour l'ensemble des entreprises du panel).

23% des entreprises du secteur communiquent également sur le résultat de leur démarche, en indiquant le pourcentage de leurs fournisseurs certifiés ISO 14001 (Exemples: Ford : 100% des fournisseurs certifiés ISO 14001 ; Fiat : 91% des fournisseurs certifiés ISO 14001 etc.).

BMW :

"Les fournisseurs sont tenus de mettre en place un système de management environnemental totalement fonctionnel, certifié selon les standards ISO 14001, EMAS ou tous certificats équivalents." [Sustainable Value Report 2008 \(page 14\)](#)

→ Le niveau de transparence de leurs rapports Développement Durable ou de Responsabilité Sociétale est par ailleurs le plus homogène des 8 secteurs étudiés : pour 69% des entreprises, le niveau de transparence a été considéré comme "basique".

BIENS DE CONSOMMATION

Le secteur des « Biens de Consommation », qui rassemble des industriels et des distributeurs de biens de grande consommation, se caractérise comme étant à la fois un secteur à fort risques sociaux et environnementaux, en particulier de part le recours à de nombreux fournisseurs situés dans des pays à bas coûts, et comme un secteur très exposé en terme d'image compte tenu de sa proximité avec les consommateurs.

L'étude montre que les entreprises de ce secteur communiquent plus que les autres sur les actions menées auprès des fournisseurs, que ce soit sur l'analyse de la performance RSE des fournisseurs ou l'accompagnement de ces derniers dans une démarche de progrès.

	Biens de consommation	Total du panel
ACTION : Pourcentage d'entreprises qui déclarent réaliser des audits de fournisseurs	75%	55%
ACTION : Pourcentage d'entreprises qui déclarent déléguer l'analyse des fournisseurs à des tiers	63%	34%
ACTION : Accompagnement du progrès des fournisseurs	71%	55%

→ Analyse de la performance RSE des fournisseurs

75% des entreprises affirment réaliser des audits pour procéder à la vérification des pratiques de leurs fournisseurs.

Elles recourent également majoritairement (63%) à des tiers pour mener à bien ces évaluations et contrôles contre seulement un peu plus du tiers des entreprises tous secteurs confondus.

CARREFOUR :

"Nous expliquons nos chartes et procédures aux fournisseurs potentiels et 2 audits sont nécessaires avant accord commercial : 1 audit technique et 1 audit social réalisés par des sociétés spécialisées indépendantes." [Rapport Développement Durable 2008 \(page 14\)](#)

WAL-MART:

"Le groupe Wal-Mart et des cabinets d'audits tiers ont réalisés 11502 audits dans plus de 7000 usines de fournisseurs." [Global Sustainability Report 2009 \(page 73\)](#)

→ Accompagnement des fournisseurs

71% des entreprises déclarent guider leurs fournisseurs vers des pratiques plus durables.

Une entreprise du secteur des Biens de Consommation sur deux privilégie la formation des fournisseurs pour développer leurs compétences en matière de RSE (54%).

Initiative sectorielle : GSCP

Cette initiative lancée en 2006 a pour objectif de partager les résultats des audits réalisés par ses membres, mais également de mutualiser les bonnes pratiques. Au total, 26 entreprises sont membres de la GSCP : sur celles-ci, 6 ont été analysées dans le cadre de cette étude (Carrefour, Casino, Dell, Hewlett-Packard, Tesco et Wal-Mart).



Global Social Compliance Programme

CARREFOUR :

"Carrefour a souhaité, avec ses plus gros concurrents mondiaux, participer au lancement de la plate-forme GSCP (Global Social Compliance Programme). Cette plate-forme, dans laquelle nous avons été rejoints par plusieurs grands industriels et dont l'ambition est l'harmonisation des systèmes déployés dans le monde, a déjà permis d'apporter plus de transparence et de comparabilité entre les codes et les outils d'audits." [Livret Enjeux 2008 \(page 8\)](#)

BTP ET MATÉRIAUX

→ Ce secteur est composé de fabricants de matériaux et d'entreprises de construction.*

Ces entreprises ont souvent des organisations Achats très décentralisées et peu structurées, privilégiant les achats "locaux".

LAFARGE :

"Nos achats illustrent l'engagement du Groupe auprès de ses fournisseurs locaux. Au sein de l'Activité Ciment, Lafarge India Pvt. a consacré 155,5 millions d'euros aux achats en 2009, dont 91,7 % étaient approvisionnés par des fournisseurs indiens. Au sein de l'Activité Plâtre, Lafarge Gypsum China s'est par exemple approvisionné à 92 % auprès de fournisseurs chinois." [Rapport de Développement Durable 2009 \(page 15\)](#)

Les entreprises du secteur "BTP et Matériaux" sont à la fois celles qui donnent le plus d'informations sur les Achats en général, mais également celles qui communiquent le moins sur les Achats Responsables.

	BTP et Matériaux	Total du panel
Informations générales sur Achats	67%	54%
Pourcentage des Achats dans le chiffre d'affaires	33%	8%
Montant annuel des Achats	44%	32%

→ 67% des entreprises du secteur BTP et Matériaux publient dans leurs rapports des informations concernant leurs Achats, chiffre supérieur à la moyenne tous secteurs confondus (54%).

1 entreprise sur 3 communique le pourcentage que représentent les Achats dans son chiffre d'affaires, et 44% des entreprises indiquent le montant annuel de leurs Achats.

* Il est important de préciser que sur les 18 entreprises composant le secteur BTP et Matériaux pour cette étude, 5 sont des entreprises chinoises (soit 28%) n'ayant quasiment aucune communication RSE.

ÉQUIPEMENTS ÉLECTRONIQUES

Le secteur des Equipements Electroniques se caractérise par des chaînes d'approvisionnement très complexes et globalisées. Il s'agit également du secteur qui communique le plus sur les Achats Responsables.

	Equipements Electroniques	Total du panel
VISION : Les Achats Responsables : objectif prioritaire de la politique RSE de l'entreprise	82%	64%
ACTION : Accompagnement du progrès des fournisseurs	71%	55%
ACTION : Plan d'actions correctives	59%	41%

→ 82% des entreprises présentent leur politique Achats Responsables comme un enjeu RSE majeur.

→ 71% des entreprises déclarent accompagner leurs fournisseurs vers la mise en place de meilleures pratiques en terme de RSE, et près de 60% affirment mettre en place des plans d'actions correctives pour aider les fournisseurs dans leur démarche de progrès.

ROYAL PHILLIPS ELEC :

"Les plans d'action correctifs sont approuvés conjointement dans les 30 jours suivants un audit". *Annual Report 2009 (page 49)*

Enjeu sectoriel : Le Tantale

Le sujet d'actualité concernant les problématiques liées aux Achats Responsables dans le secteur de l'électronique concerne la chaîne d'approvisionnement de certains minerais, comme le tantale ou l'étain, utilisés par les grandes entreprises dans la fabrication d'ordinateurs, de téléphones portables etc.

L'extraction et la distribution de ces minerais se font souvent au détriment des droits de l'homme, de l'environnement, mais seraient également liés à des conflits armés (RDC). En réponse aux nombreuses critiques et accusations des ONG, plusieurs initiatives ont été lancées pour trouver une solution.

Un partenariat entre la GeSI et l'EICC, deux initiatives importantes dans le secteur de l'industrie électronique, a ainsi été mis en place pour travailler à la réalisation d'un modèle de traçabilité de la chaîne d'approvisionnement de l'étain, du tantale et du cobalt.

INDUSTRIE ÉLECTRIQUE

La communication des entreprises du secteur de l'Industrie Electrique en matière d'Achats Responsables se situe dans la moyenne du panel, et un peu au-dessus de la moyenne sur certains sujets, comme la formation des acheteurs, le recours aux questionnaires pour l'évaluation RSE des fournisseurs ainsi que sur le développement des compétences RSE des fournisseurs via des actions de sensibilisation ou de formation.

	Industrie Electrique	Total du panel
ACTION : Formation des acheteurs	43%	28%
ACTION : Analyse de la performance RSE des fournisseurs via des questionnaires	79%	59%
ACTION: Sensibilisation / Formation des fournisseurs	57%	35%

→ Près d'une entreprise sur deux déclare former ses collaborateurs au développement durable ou aux Achats Responsables.

→ Plus de trois entreprises du secteur de l'Industrie Electrique sur quatre analysent la performance RSE de leurs fournisseurs via des questionnaires.

→ Plus de la moitié des entreprises communiquent sur la mise en place de sessions ou programmes développement durable de formation/sensibilisation à destination de leurs fournisseurs.

CENTRICA :

"Pour toute grande organisation, l'approvisionnement en biens et services est une activité globale complexe. Pour faire face à la concurrence, les entreprises adoptent un ensemble de stratégies d'achats comme l'approvisionnement croissant dans les marchés émergents. En particulier, les entreprises du secteur énergétique doivent concentrer leurs efforts sur les pays en développement et les économies peu stables pour trouver de nouvelles sources d'énergie. Les consommateurs, les ONG et les investisseurs exigent souvent des entreprises qu'elles rendent compte pour la mauvaise gestion des impacts sociaux et environnementaux de leurs chaînes d'approvisionnement. En conséquence, les entreprises doivent se concentrer à la fois sur leur propre activité et sur celles de leurs fournisseurs et de leurs partenaires commerciaux." *Corporate Responsibility Report 2009 (page 83)*

INFORMATIQUE

Ce secteur, qui rassemble à la fois des industriels de l'informatique et des sociétés de services, est un des secteurs les plus performants en matière de communication Achats Responsables, notamment grâce à quelques entreprises leaders, comme HP, IBM, Dell.

	Informatique	Total du panel
ACTION : Chartes et Codes de conduite Fournisseurs	91%	53%
ACTION : Analyse de la performance RSE des Fournisseurs	91%	74%
RESULTATS : Niveau de transparence détaillé	18%	2%

→ La quasi-totalité des entreprises du secteur Informatique publient des informations sur leurs Chartes ou Codes de conduite Fournisseurs, et déclarent procéder à l'analyse de la performance RSE de leurs fournisseurs, par le biais de questionnaires ou d'audits.

De plus, le niveau de transparence des rapports de 18% des entreprises du secteur Informatique a été considéré comme « détaillé », un taux nettement supérieur à celui des autres secteurs.

SERVICES FINANCIERS

Le secteur des Services Financiers est composé de banques et de sociétés d'assurance.

Les enjeux RSE au sein des Achats, notamment en termes de risques, sont plus faibles que dans les secteurs industriels. Toutefois, la culture du risque propre au secteur des Services Financiers explique les démarches très structurées mises en œuvre en matière d'Achats Responsables, et la communication associée.

	Services Financiers	Total du panel
ACTION : Code de conduite interne	100%	86%
ACTION : Equipe Achats Responsables	19%	13%
ACTION : Clauses RSE	56%	38%
ACTION: Poids de la RSE dans les appels d'offre	44%	22%

→ Elaboration et diffusion d'un code de conduite interne, mise en place d'une équipe Achats Responsables dédiée, intégration de clauses RSE dans les contrats avec les fournisseurs, et mesure de la prise en compte de la RSE dans les appels d'offres. Ces quatre thèmes sont plus souvent traités par les entreprises du secteur des Services Financiers que par les autres secteurs, et aussi plus largement développés.

ALLIANZ GROUP :

“En tant qu'entreprise de services financiers internationaux, les impacts sociaux et environnementaux de notre chaîne d'approvisionnement, mais également les risques en résultant, sont relativement faibles par rapport à ceux d'autres secteurs, comme celui de l'industrie.” [Site Internet](#)

TÉLÉCOMMUNICATIONS

La communication relative aux Achats Responsables des entreprises du secteur des Télécommunications ne présente pas d'homogénéité. Certaines, comme Deutsche Telekom, Vodafone ou Telefonica présentent de manière détaillée leur stratégie dans le domaine, alors que d'autres comme AT&T ou Sprint Nextel donnent peu d'informations.

	Télécommunications	Total du panel
VISION : Objectifs chiffrés Achats Responsables	67%	51%
ACTION : Analyse de la performance RSE des fournisseurs	75%	74%
RESULTATS : Indicateurs de performance	67%	59%

D'une manière générale, les entreprises du secteur délivrent beaucoup d'informations sur leurs objectifs chiffrés Achats Responsables, l'analyse de la performance RSE de leurs fournisseurs et leurs indicateurs de performance.



Annexes



ANNEXE 1)

Liste des Entreprises analysées

AUTOMOBILE

BMW	Allemagne
Daimler	Allemagne
Fiat	Italie
Ford Motor	Etats-Unis
General Motors	Etats-Unis
Honda Motor	Japon
Hyundai Motor	Corée du Sud
Peugeot	France
Renault	France
Robert Bosch	Allemagne
Toyota Motor	Japon
Volkswagen	Allemagne
Volvo Group	Suède

BIENS DE CONSOMMATION

Anheuser-Bush InBev	Belgique
Carrefour	France
Coca Cola Company	Etats-Unis
Coca-Cola Enterprises	Etats-Unis
Compass Group	Grande-Bretagne
Groupe Danone	France
Foncière Euris	France
Heineken Holdings	Pays-Bas
Henkel	Allemagne
Kraft Foods	Etats-Unis
L'Oréal	France
Macy's	Etats-Unis
Mc Donald's	Etats-Unis
Métro	Allemagne
Nestlé	Suisse
Pepsi Co	Etats-Unis
PPR	France
Procter & Gamble	Etats-Unis
Sears Holdings	Etats-Unis
Sodexo	France
Target	Etats-Unis
Tesco	Grande-Bretagne
Unilever	Grande-Bretagne / Pays-Bas
Wal-Mart Stores	Etats-Unis

BTP ET MATÉRIAUX	
Acciona	Espagne
ACS	Espagne
Bouygues	France
Cemex	Mexique
China Communications Construction	Chine
China Metallurgical Group	Chine
China Railway Construction	Chine
China Railway Group	Chine
China State Construction Engineering	Chine
CRH	Irlande
Fluor	Etats-Unis
HeidelbergCement	Allemagne
Hochtief	Allemagne
Holcim	Suisse
Lafarge	France
Saint-Gobain	France
Skanska	Suède
Vinci	France

ÉQUIPEMENTS ÉLECTRONIQUES	
Alcatel-Lucent	France
Cisco Systems	Etats-Unis
Emerson Electric	Etats-Unis
Hitachi	Japon
Hon Hai Precision Industry	Taiwan
LG	Corée du Sud
L.M Ericsson	Suède
Mitsubishi Electric	Japon
Motorola	Etats-Unis
Nokia	Finlande
Panasonic	Japon
Royal Philips Electronics	Pays-Bas
Samsung Electronics	Corée du Sud
Sharp	Japon
Siemens	Allemagne
Sony	Japon
Toshiba	Japon

INDUSTRIE ÉLECTRIQUE	
ABB	Suisse
Alstom	France
Centrica	Grande-Bretagne
Electricité de France	France
Enel	Italie
Hyundai Heavy Industries	Corée du Sud
Iberdrola	Espagne
Korea Electric Power	Corée du Sud
Mitsubishi Heavy Industries	Japon
Schneider Electric	France
Scottish & Southern Energy	Grande-Bretagne
State Grid	Chine
Tokyo Electric Power	Japon
Veolia Environnement	France

INFORMATIQUE	
Accenture	Etats-Unis
Apple	Etats-Unis
Asustek Computer	Taiwan
Canon	Japon
Dell	Etats-Unis
Fujitsu	Japon
Hewlett-Packard	Etats-Unis
IBM	Etats-Unis
Microsoft	Etats-Unis
NEC	Japon
Oracle	Etats-Unis

SERVICES FINANCIERS	
Allianz	Allemagne
AXA	France
Banco Santander	Espagne
Bank of America Corp.	Etats-Unis
BNP Paribas	France
Citigroup	Etats-Unis
CNP Assurances	France
Crédit Agricole	France
Deutsche Group	Allemagne
Dexia Group	Belgique
HSBC Holdings	Grande-Bretagne
ING Group	Pays-Bas
J.P Morgan Chase & Co.	Etats-Unis
Royal Bank of Scotland	Grande-Bretagne
Société Générale	France
UniCredit Group	Italie

TÉLÉCOMMUNICATIONS	
AT&T	Etats-Unis
BT	Grande-Bretagne
China Mobile Communications	Chine
Deutsche Telekom	Allemagne
France Telecom	France
Nippon Telegraph & Telephone	Japon
Sprint Nextel	Etats-Unis
Telecom Italia	Italie
Telefonica	Espagne
Verizon Communications	Etats-Unis
Vivendi	France
Vodafone	Grande-Bretagne

ANNEXE 2)

Grille des résultats : Totalité du panel et par zones géographiques

			TOTAL DU PANEL	AMÉRIQUE DU NORD	ASIE	EUROPE
INFORMATIONS GÉNÉRALES SUR ACHATS			54%	43%	29%	70%
VISION	Dans la politique RSE, les Achats Responsables sont présentés comme :	• Un objectif prioritaire	64%	47%	36%	84%
		• Une initiative plus secondaire	31%	50%	46%	16%
		• Non mentionné	5%	3%	18%	0%
	Thématiques abordées par la politique Achats Responsables	• Environnement	87%	83%	79%	93%
		• Social	73%	73%	46%	84%
		• Ethique	47%	60%	32%	48%
	Objectifs chiffrés Achats Responsables		51%	53%	29%	60%
ACTION	Conduite du changement	• Code de conduite interne	86%	83%	71%	93%
		• Equipe Achats Responsables	13%	10%	11%	15%
		• Formation des acheteurs	28%	23%	7%	39%
	Relations Fournisseurs	• Charte, Code de conduite Fournisseurs	53%	70%	39%	51%
		• Clauses RSE dans les contrats Fournisseurs	38%	27%	4%	57%
		• Analyse de la performance RSE des fournisseurs	74%	67%	50%	87%
		- Questionnaire	59%	47%	39%	73%
		- Audits	55%	50%	36%	66%
		- Réalisé par équipe interne	26%	20%	11%	34%
		- Réalisé par tiers	34%	40%	4%	43%
		• Assistance/ Accompagnement des fournisseurs	55%	50%	39%	64%
		- Plans d'actions correctives	41%	47%	18%	48%
		- Formation des fournisseurs	35%	37%	29%	39%
	Intégration RSE dans le processus Achats	• Poids RSE dans les appels d'offres	22%	13%	7%	33%
		• Exigences de certification	33%	30%	36%	33%
RESULTATS	Indicateurs de performance		59%	50%	39%	72%
	Niveau de transparence	• « Détaillé »	2%	7%	0%	0%
	rapports DD/RSE	• « Basique »	52%	37%	18%	75%
	(en matière d'Achats Responsables)	• « Insuffisant »	46%	57%	82%	25%

ANNEXE 3)

Grille des résultats par secteur

		AUTOMOBILE	BIENS DE CONSOMMATION	BTP ET MATÉRIAUX	EQUIPEMENTS ELECTRONIQUES	INDUSTRIE ELECTRIQUE	INFORMATIQUE	SERVICES FINANCIERS	TÉLÉCOM-MUNICATIONS
INFORMATIONS GÉNÉRALES SUR ACHATS									
VISION	Dans la politique RSE,	58%	42%	67%	56%	57%	36%	62%	59%
	• Un objectif prioritaire	69%	75%	50%	82%	64%	55%	56%	50%
	les Achats Responsables	23%	25%	22%	18%	36%	45%	44%	50%
	sont présentés comme :	8%	0%	28%	0%	0%	0%	0%	0%
Thématiques abordées par la politique Achats Responsables	• Environnement	92%	79%	50%	100%	93%	100%	100%	100%
	• Social	77%	79%	33%	88%	71%	64%	88%	83%
	• Ethique	8%	50%	33%	59%	43%	55%	63%	67%
	Objectifs chiffrés Achats Responsables	77%	58%	22%	59%	36%	73%	31%	67%
ACTION	Conduite du changement	92%	92%	67%	88%	93%	73%	100%	75%
	• Equipe Achats Responsables	8%	13%	17%	6%	0%	18%	19%	17%
	• Formation des acheteurs	31%	33%	11%	41%	43%	9%	18%	25%
	Relations Fournisseurs	46%	75%	28%	59%	50%	91%	19%	58%
RESULTATS	• Chartes, Code de conduite Fournisseurs	46%	75%	28%	59%	50%	91%	19%	58%
	• Clauses RSE dans les contrats Fournisseurs	31%	33%	44%	24%	50%	27%	56%	33%
	• Analyse de la performance RSE des fournisseurs	77%	79%	56%	88%	79%	91%	50%	75%
	- Questionnaire	62%	46%	44%	71%	79%	73%	50%	67%
	- Audits	62%	75%	44%	71%	43%	64%	19%	58%
	- Réalisé par équipe interne	46%	29%	17%	35%	0%	36%	6%	42%
	- Réalisé par tiers	38%	63%	11%	35%	14%	45%	19%	33%
	• Assistance/ Accompagnement des fournisseurs	54%	71%	28%	71%	64%	64%	31%	50%
	- Plans d'actions correctives	46%	46%	6%	59%	29%	55%	31%	50%
	- Formation des fournisseurs	31%	54%	22%	41%	57%	55%	0%	25%
	Intégration RSE dans le processus Achats	0%	21%	33%	6%	29%	27%	44%	17%
	• Poids RSE dans les appels d'offres	0%	38%	22%	35%	50%	36%	19%	0%
	• Exigences de certification	62%	63%	33%	65%	64%	64%	56%	67%
	Indicateurs de performance	69%	63%	33%	65%	64%	64%	56%	67%
Niveau de transparence rapports DD/RSE (en matière d'Achats Responsables)	• « Détaillé »	0%	0%	0%	0%	0%	18%	0%	0%
	• « Basique »	69%	63%	50%	59%	57%	27%	38%	50%
	• « Insuffisant »	31%	38%	50%	41%	43%	55%	63%	50%

ANNEXE 4)

Le reporting RSE : obligations légales à l'échelle mondiale (Aperçu)

Chine	2008 : Regulation on Environmental Information Disclosure (SEPA, State Environmental Protection Administration) : obligation pour les agences environnementales et les entreprises très polluantes de publier certaines informations environnementales.
Danemark	Act amending the Danish Financial Statements Act 2008 : Pour les 1100 entreprises danoises les plus importantes: obligation d'inclure des informations sur la RSE dans leurs rapports financiers annuels. Périmètre : - informations sur les politiques RSE ou ISR - informations sur la mise en place des politiques dans la pratique - informations sur les résultats obtenus et les objectifs futurs en matière de RSE/ISR
Etats-Unis	Loi "Sarbanes - Oxley" 2002: Section 406: Obligation de rendre compte sur la publication d'un Code Ethique écrit (et si non publication d'un Code Ethique : explication du choix).
France	Loi NRE 2001 : Art 116 : les sociétés françaises cotées devront présenter, dans le rapport de gestion annuel, parallèlement à leurs informations comptables et financières, des données sur les conséquences environnementales et sociales de leurs activités. Précisé par Décret du 20 février 2002.
Japon	2006 : Mandatory Greenhouse Gas Accounting and Reporting System: certaines entités spécifiques (qui émettent des quantités considérables de GES) doivent calculer leurs émissions de GES et en rapporter les résultats au Gouvernement
Norvège	Loi n° 56 sur la comptabilité annuelle des sociétés du 17 juillet 1998 (entrée en vigueur le 1 janvier 1999 et modifiée le 16 juin 2000) : Chap 3 : Les sociétés anonymes doivent présenter un rapport annuel de gestion ainsi qu'un rapport du conseil d'administration. Doivent y être indiqués : - la nature et la localisation des activités de l'entreprise - des renseignements sur les politiques et conditions de travail - un compte-rendu exhaustif de leurs activités susceptibles d'avoir une influence sur l'environnement et les dispositions prises pour prévenir les impacts négatifs.
Pays-Bas	Loi 1997 sur la gestion de l'environnement : Les entreprises dont les activités ont d'importants effets nocifs pour l'environnement doivent remettre un rapport environnemental aux autorités.
Royaume-Uni	Companies Act 2006 : Obligation pour les entreprises cotées de rendre compte des questions environnementales et sociales lorsqu'elles sont pertinentes dans la compréhension des activités de l'entreprise par l'actionnaire. Climate Change Act 2008 : Obligation pour les entreprises cotées de publier annuellement leurs émissions de CO2.
Suède	Loi 1998 du Code de l'Environnement : Obligation de rendre compte dans un rapport annuel environnemental des informations sur les conséquences environnementales de leurs activités pour les entreprises du secteur de la construction et celles ayant des activités émettant des rejets nocifs pour l'environnement. Entreprises publiques : A partir de 2009 (exercice à compter du 1 ^{er} janvier 2008), les entreprises détenues en tout ou partie par l'Etat devront se soumettre annuellement à la rédaction d'un rapport de développement durable basé sur les Lignes directrices du GRI.

ANNEXE 5)

Synthèse des exigences du GRI (G3) concernant la chaîne d'approvisionnement

1) Principes pour la détermination du contenu

- **PERTINENCE** : Détermination par l'organisation de la pertinence des informations par rapport à l'influence de l'organisation sur les entités en amont (chaîne d'approvisionnement)
- **IMPLICATION DES PARTIES PRENANTES** : Identification des parties prenantes et explications sur les réponses apportées dans le rapport à leurs attentes et intérêts légitimes.
- **CONTEXTE DE DURABILITE** : Description des liens entre les thèmes relatifs au développement durable et ses stratégies, risques et opportunités à long terme (y compris sur le thème de la chaîne d'approvisionnement).
- **EXHAUSTIVITE** : Analyse de la capacité de l'organisation à influencer des entités en amont (chaîne d'approvisionnement par exemple)

2) Détermination du périmètre du rapport

Le périmètre du rapport doit inclure les entités sur lesquelles l'organisation exerce un contrôle ou une influence significative à la fois en interne et via ses relations avec différentes entités en amont.

3) Éléments d'informations requis

→ ÉCONOMIE :

- Indicateur de performance : Politique, pratiques et part des dépenses réalisées avec les fournisseurs locaux sur les principaux sites opérationnels.

→ ENVIRONNEMENT :

- Procédures relatives à la surveillance et aux actions préventives et correctives, y compris concernant la chaîne d'approvisionnement.
- Liste des certifications de la performance environnementale ou des systèmes de certification ou autres démarches d'audit ou de vérification de l'organisation ou de sa chaîne d'approvisionnement.
- Indicateurs de performance : Emissions totales, directes ou indirectes, de gaz à effet de serre, en poids (teq CO2).

→ DROITS DE L'HOMME :

- Procédures relatives à la surveillance et aux actions préventives et correctives, y compris concernant la chaîne d'approvisionnement.
- Liste des certifications de la performance en matière de droits de l'homme ou des systèmes de certification ou autres démarches d'audit ou de vérification de l'organisation ou de sa chaîne d'approvisionnement.
- Indicateur de performance : Pourcentage de fournisseurs et de sous-traitants majeurs dont le respect des droits de l'Homme a fait l'objet d'un contrôle ; mesures prises.

→ SOCIÉTÉ :

- Procédures relatives à la surveillance et aux actions préventives et correctives, y compris concernant la chaîne d'approvisionnement.
- Liste des certifications de la performance ou des systèmes de certification ou autres démarches d'audit ou de vérification de l'organisation ou de sa chaîne d'approvisionnement.

→ RESPONSABILITÉ DU FAIT DES PRODUITS :

- Procédures relatives à la surveillance et aux actions préventives et correctives, y compris concernant la chaîne d'approvisionnement.
- Liste des certifications de la performance en matière de responsabilité du fait des produits ou des systèmes de certification ou autres démarches d'audit ou de vérification de l'organisation ou de sa chaîne d'approvisionnement.

* Lexique terminologique : « (en) amont » : Terme qui renvoie au concept d'une chaîne de production allant de l'extraction des matières premières à l'utilisation d'une marchandise ou d'un service par l'utilisateur final.

« en amont » qualifie les organisations qui jouent un rôle dans la chaîne d'approvisionnement de l'organisation ou, de manière plus générale, interviennent avant l'organisation dans la chaîne de production.

ANNEXE 6)

Liste Chartes, Codes de conduite Fournisseurs

AUTOMOBILE		
ENTREPRISE	INTITULÉ	LIEN URL
TOYOTA	Green Purchasing Guidelines Supplier CSR Guidelines	http://www.toyota.co.jp/en/environment/vision/green/pdf/p1.pdf http://www.toyota.co.jp/en/csr/relationship/pdf/supplier_csr_en.pdf
VOLKSWAGEN	VG requirements for sustainable development with regard to the relationships with business partners	http://www.vwgroupsupply.com/b2b/vwb2b_folder/supply2public/downloads
DAIMLER	Sustainability Guidelines for Daimler AG Suppliers	https://daimler.portal.covisint.com/web/portal/guideline
FIAT	Fiat Group Sustainability Guidelines for Suppliers	http://sostenibilita.fiatgroup.com/it-IT/Documents/Fiat%20Group%20Sustainability%20Guidelines%20for%20Suppliers.pdf
PEUGEOT	Exigences de RSE de PSA Peugeot Citroën vis à vis de ses fournisseurs	http://b2b.psa-peugeot-citroen.com/index.php?id=738&L=2#exigence
VOLVO GROUP	Key elements procedures	http://www.volvogroup.com/suppliers/global/en-gb/supplierselection/ourrequirements/

BIENS DE CONSOMMATION		
ENTREPRISE	INTITULÉ	LIEN URL
WAL MART	Standards for Suppliers	http://walmartstores.com/AboutUs/279.aspx
NESTLE	Nestlé Supplier Code of Conduct	http://www.nestle.com/AllAbout/Suppliers/Introduction.htm
METRO	BSCI CoC	http://www.bsci-eu.org/index.php?id=2034
PROCTER & GAMBLE	P&G Sustainability Guidelines for Supplier Relations	http://www.pgsupplier.com/sustainability-guidelines
UNILEVER	Business Partner Code	http://www.unilever.com/sustainability/customers-suppliers/suppliers/partner-code/index.aspx
SEARS	Code of Vendor Conduct	http://www.searsholdings.com/about/compliance/docs/Vendor_Code_Conduct_2007.pdf
PEPSI CO.	Responsible & Sustainable Sourcing Guidelines PepsiCo Supplier CoC	http://www.pepsico.com/Download/PepsiCo_SSM_Supplier_Relations_Guidelines.pdf http://www.pepsicocareercenter.com/Download/English.pdf
FONCIERE EURIS	Charte Ethique Fournisseurs (Rallye)	
COCA COLA COMPANY	Supplier Guiding Principles	http://www.thecoca-colacompany.com/citizenship/pdf/SGP_Brochure_ENG.pdf
PPR	Charte Fournisseurs	
MACY'S	Vendor/Supplier CoC	http://www.macysinc.com/AboutUs/Policies/minc_code_of_conduct.pdf
Mc DONALD'S	Supplier CoC	http://www.aboutmcdonalds.com/etc/medialib/csr/docs.Par.96140.File.dat/code_of_conduct_for_suppliers.pdf
COMPASS GROUP	Purchasing & Supply Policy Statement	http://cr09.compass-group.com/getdoc/5775c836-b99d-439e-ac6d-95ffe5d30146/supply-chain-policy_dec-08.aspx
DANONE	Fundamental Social Principles Subcontractor Charter	http://www.danone.com/en/sustainable-development/people.html
COCA COLA ENT.	Supplier Guiding Principles	http://www.cokecce.com/pages/_content.asp?page_id=96
HEINEKEN	Supplier Code	http://www.heinekeninternational.com/content/live/files/downloads/CorporateResponsibility/Heineken%20Supplier%20Code.pdf
HENKEL	Supplier Code	
SODEXO	Supply Chain Code of Conduct	http://www.sodexo.com/group_en/Images/Sodexo_VendorCodeofConduct_tcm13-193199.pdf

BTP et MATERIAUX		
ENTREPRISE	INTITULÉ	LIEN URL
SAINT GOBAIN	Charte Fournisseurs	http://www.saint-gobain.com/files/Charte-Fournisseurs_Suppliers-Charter.pdf
VINCI	Charte d'engagements mutuels sur sécurité au travail	http://www.vinci.com/vinci.nsf/fr/developpement-durable/paages/PCF002.htm
BOUYGUES	Charte RSE Fournisseurs	http://www.construirenotreavenir.com/#/fr/politique-de-bouygues/une-charte-rse-fournisseurs-147
Hochtief	Code of Conduct for Hochtief Subcontractors and Suppliers	http://www.hochtief.com/hochtief_en/data/pdf/hochtief_CodeofConduct_nachunternehmer.pdf
LAFARGE	Brochure Sécurité Fournisseurs et DD	http://www.lafarge.fr/04282009-sustainable_development-P25_supplier_safety_brochure-uk.pdf

EQUIPEMENTS ELECTRONIQUES		
ENTREPRISE	INTITULÉ	LIEN URL
SIEMENS	Code of Conduct for Siemens Suppliers	https://w9.siemens.com/cms/csp/en/supplier-portal/supplier-siemens/corp-responibility/Documents/COC_Englisch_V2.1.pdf
HITACHI	Supply-Chain CSR Deployment Guidebook Green Procurement Guidelines	http://www.hitachi.com/ICSFiles/afidfile/2009/03/12/SC_CSR_E.pdf http://www.hitachi.com/environment/library/pdf/green_en.pdf
SONY	Sony Supplier Code of Conduct	http://www.sony.net/SonyInfo/csr/quality/code/qfhh7c00000i5kbl-att/supplier_code.pdf
TOSHIBA	Toshiba Group Supply Chain CSR Implementation Guidebook	http://www.toshiba.co.jp/csr/ip/procure/pdf/Toshiba_sc_csr_guidebook_en0806.pdf
CISCO SYSTEMS	Cisco's Supplier Code of Conduct	http://www.cisco.com/legal/Cisco_Supplier_Code_of_Conduct.pdf
PHILLIPS	EICC - Phillips Supplier Sustainability Declaration	http://www.philips.com/shared/assets/Downloadablefile/sustainabilitydownloads/
L.M. Ericsson	Code of Conduct (Supplier Supplement)	http://www.ericsson.com/ericsson/corporate_responsibility/doc/codeofconduct.pdf
MOTOROLA	Supplier Code of Conduct	http://www.motorola.com/staticfiles/Business/Corporate/US-EN/corporate-responsibility/suppliers/supplier-code-of-conduct.html
SHARP	Supply-Chain CSR Deployment Guidebook	http://sharp-world.com/corporate/eco/customer/csr/index.html

INDUSTRIE ELECTRIQUE		
ENTREPRISE	INTITULÉ	LIEN URL
EDF	Accord sur la sous-traitance responsable d'EDF Charte DD entre EDF et ses fournisseurs	http://fournisseurs.edf.fr/edf-fr-accueil/accueil/les-achats-d-edf/engagements-edf-53760.html
TEPCO	Basic Policy on Procurement	http://www.tepco.co.jp/en/related/procure/tenor/index2-e.html
VEOLIA ENVIRONNEMENT	Charte Fournisseurs	http://www.developpement-durable.veolia.com/library/fr/standalone/2009/2591,21_Charte-fournisseurs-p76.pdf
CENTRICA	Responsible Procurement and Supplier Management Policy	http://www.centrica.com/files/pdf/businessprinciples_suppliermanagement.pdf
IBERDROLA	Contracting and Relationship with Suppliers Policy	http://www.iberdrolarenovables.es/wcren/gc/en/doc/Politica_RSC_proveedores.pdf
Mitsubishi HI	CSR Procurement Guidelines	
ALSTOM	Charte DD entre Alstom et ses fournisseurs et sous-traitants	http://www.alstom.com/home/about_us/corporate_responsibility_new/a_sustainable_sourcing_policy/alstom_charter_for_sustainable_development/15.pdf

INFORMATIQUE

ENTREPRISE	INTITULÉ	LIEN URL
HP	HP's EICC Supplier Code of Conduct	http://www.hp.com/hpinfo/globalcitizenship/environment/pdf/supcode.pdf
IBM	IBM Supplier Conduct Principles/ Guidelines	http://www-03.ibm.com/procurement/proWeb.nsf/objectdocswebview/fileibm+supplier+conduct+principles/ http://www-03.ibm.com/procurement/proWeb.nsf/objectdocswebview/fileibm+supplier+conduct+principles++guidelines/
DELL	DELL EICC CoC	
MICROSOFT	Microsoft Vendor CoC Microsoft Vendor Guidelines	http://www.microsoft.com/about/companyinformation/procurement/process/contracting.mspx http://www.microsoft.com/about/companyinformation/procurement/process/contracting.mspx
FUJITSU	Fujitsu CSR Procurement Guidelines	http://www.fujitsu.com/global/about/procurement/policy/
NEC	Supply-Chain CSR Guidelines	https://www.procurement.nec.co.jp/OTXJSP/
APPLE	Apple Supplier CoC	http://images.apple.com/supplierresponsibility/pdf/Supplier_Code_of_Conduct_V3_2.pdf
ACCENTURE	Supplier Standards of Conduct	http://www.accenture.com/NR/rdonlyres/88C035EB-DAA1-44F9-BEC2-411C87DB788A/0/Accenture_Supplier_Standards_of_Conduct_English_Dec09.pdf
ORACLE	Oracle Supplier Code of Ethics and Business Conduct.	http://www.oracle.com/corporate/supplier/coe.pdf
ASUSTEK	Consent to Asustek CoC	

SERVICES FINANCIERS

ENTREPRISE	INTITULÉ	LIEN URL
ING Group	Procurement Code of Conduct	http://www.ing.com/group/showdoc.jsp?docid=350088_EN&menopt=crelpol sup
RBS	Ethical Code for Suppliers	http://www.rbs.com/downloads/pdf/about_rbs/RBS_Ethical_Code_for_Suppliers.pdf
Citigroup	Statement of Suppliers Principles	http://www.citigroup.com/citi/procurement/supplierprinciples.htm

TÉLÉCOMMUNICATIONS

ENTREPRISE	INTITULÉ	LIEN URL
AT&T	Citizenship & Sustainability Principles of Conduct for Suppliers	http://www.attsuppliers.com/misc/SupplierSustainabilityPrinciples.pdf
VERIZON COMMU.	Supplier CoC	http://www22.verizon.com/about/supplier_code_of_conduct.pdf
DEUSTCHE TELEKOM	Social Charter	http://www.telekom.com/dtag/cms/contentblob/dt/en/28906/blobBinary/Social+charter.pdf
TELEFONICA	Extension of business principles to Supply Chain	
VODAFONE	Code of Ethical Purchasing	http://www.vodafone.com/start/responsibility/our_approach/policies/vodafone_group_code.html
VIVENDI	Charte des relations fournisseurs	Non-téléchargeable
SPRINT NEXTEL	Sprint's Supplier Code of Conduct	http://www.sprint.com/companyinfo/scm/docs/SprintPrinciplesBusConductforConsultantsContractorsSuppliers_new.pdf

Remerciements

L'ORSE et EcoVadis remercient Marie-Line Daudin et Hélène Kadjar qui ont assuré la rédaction de l'étude.

Cette étude fait suite à une première étude réalisée auprès des entreprises du CAC 40 par l'ORSE en 2009 avec le soutien de GDF Suez - Étude benchmark sur la communication des entreprises du CAC 40 relative aux achats responsables, téléchargeable sur www.orse.org

Conception & réalisation :
Corporate Fiction - 01 43 14 99 99 - Septembre 2010



EcoVadis - 54, rue René Boulanger - 75010 Paris - +33 (0)1 82 28 88 88 - www.ecovadis.com



Observatoire de la responsabilité sociétale des entreprises (ORSE) - 25 rue du Charolais - 75012 Paris
Tél. : 01 43 46 02 22 • contact@orse.org • www.orse.org