

Charte

RELATIONS FOURNISSEUR RESPONSABLES

NOTE DE PRESENTATION DE LA CHARTRE RELATIONS FOURNISSEUR RESPONSABLES

A l'attention des organisations signataires de la Charte Relations fournisseur responsables

Qu'est-ce que la Charte Relations fournisseur responsables ?.....	2
Les 10 engagements de la Charte.....	2
« Être signataire » qu'est-ce que cela implique ?	3
Conduire le changement.....	3
S'engager en faveur d'achats responsables.....	3
Le pilote Charte.....	3
Le correspondant PME.....	3
Le médiateur interne.....	3
Promouvoir la Charte.....	4
Faire vivre la Charte : la communauté des signataires.....	4
Les comités de pilotage.....	4
Les groupes de travail.....	4
La journée d'accueil des nouveaux signataires.....	5
Pour aller plus loin : de la Charte au Label.....	5
S'auto-évaluer.....	5
Mettre en place un plan d'actions.....	5
Candidater au Label.....	5
Informations pratiques.....	6
L'usage du logo.....	6
Sites Utiles.....	6



QU'EST-CE QUE LA CHARTE RELATIONS FOURNISSEUR RESPONSABLES ?

Créée en 2010 par le Médiateur des entreprises et le Conseil National des Achats (CDAF), la Charte Relations fournisseur responsables vise à inciter les entreprises à adopter des **pratiques responsables** vis-à-vis de leurs fournisseurs, en sensibilisant l'ensemble des acteurs économiques aux enjeux inhérents aux **achats responsables** et à la qualité des relations clients-fournisseurs.

Elle est née de la nécessité de remédier aux **déséquilibres critiques** dans les relations entre donneurs d'ordre et fournisseurs mis en lumière à l'occasion des Etats Généraux de l'Industrie de l'automne 2009 : retards de paiement, clauses contractuelles déséquilibrées, rupture brutale des relations d'affaires...

Au travers de ses 10 engagements, la Charte encourage la construction de **relations clients-fournisseurs durables et équilibrées**. A la culture du rapport de force, elle oppose une vision collective nourrie de bonnes pratiques bénéfiques autant à l'écosystème de l'organisation concernée qu'à l'économie dans son ensemble.

Parce que la Charte a pour objectif de développer des relations partenariales vertueuses, nourries de confiance réciproque, sa signature et sa mise en valeur résultent d'une **démarche volontaire**. Pour une entreprise, c'est le moyen de faire savoir et d'officialiser sa volonté de faire évoluer les relations entre clients (publics et privés) et fournisseurs.

En mai 2016, on comptait près de **1600 organisations privées ou publiques** signataires de la Charte, pour un périmètre évalué à plus de **580 milliards d'euros d'achats** annuels.

LES 10 ENGAGEMENTS DE LA CHARTE

La Charte Relations fournisseur responsables est construite autour de 10 engagements pour des achats responsables :

1. Assurer une équité financière vis-à-vis des fournisseurs
2. Favoriser la collaboration entre grands donneurs d'ordres et fournisseurs stratégiques
3. Réduire les risques de dépendances réciproques entre donneurs d'ordre et fournisseurs
4. Impliquer les grands donneurs dans leur filière
5. Apprécier le coût total de l'achat
6. Intégrer la problématique environnementale
7. Veiller à la responsabilité territoriale
8. Les achats : une fonction et un processus
9. Une fonction achats chargée de piloter globalement la relation fournisseurs
10. Fixer une politique cohérente de rémunération des acheteurs.



« ÊTRE SIGNATAIRE » QU'EST-CE QUE CELA IMPLIQUE ?

CONDUIRE LE CHANGEMENT

Les signataires de la Charte RFR sont appelés à mettre en place un processus de pilotage d'amélioration de leur relation fournisseur. Cela se traduit concrètement par les éléments suivants :

- Animer une relation client-fournisseur fondée sur le respect mutuel
- Mettre en place une communication transparente sur sa politique d'achat
- Privilégier la médiation dans la résolution des litiges commerciaux
- Maitriser des délais de paiement légaux et contractuels
- Réduire les risques de dépendance réciproque
- Professionnaliser les acheteurs

S'ENGAGER EN FAVEUR D'ACHATS RESPONSABLES

En signant la Charte RFR, l'organisme public ou privé s'engage à mettre en place des actions de **promotion** et d'**animation** en interne comme en externe. Tout signataire doit ainsi désigner un pilote ainsi qu'un correspondant PME. Il est enfin suggéré de nommer un médiateur interne. Selon la structure de l'entreprise, ces trois fonctions peuvent parfois être cumulées.

LE PILOTE CHARTE

Afin de faire vivre la Charte et qu'elle s'étende à l'ensemble des acteurs, il est primordial de désigner au sein de l'organisation une personne chargée de piloter la mise en œuvre de ces engagements et de promouvoir la Charte.

LE CORRESPONDANT PME

Tout signataire s'engage à nommer un (ou plusieurs) correspondant PME, qui constitue le référent principal pour les fournisseurs.

- Le rôle du correspondant PME doit être encadré et formalisé au sein d'une fiche de poste qui énonce clairement ses missions. Il doit figurer dans l'organigramme de l'organisation concernée.
- Ses coordonnées doivent être communiquées de manière visible afin que les fournisseurs qui le souhaitent puissent le contacter directement et facilement.

LE MEDIATEUR INTERNE

Afin d'honorer leur engagement à privilégier la médiation dans la résolution des litiges commerciaux, les signataires sont encouragés à nommer un médiateur interne. Il pourra être saisi directement par les fournisseurs en cas de litige ou par le Médiateur des entreprises en cas de saisine.

Il pourra suivre les formations proposées dans ce cadre par la Médiation des entreprises et l'IGPDE.



PROMOUVOIR LA CHARTE

L'organisation signataire est invitée à faire la promotion de la Charte en interne comme en externe.

Il s'agit tout d'abord de faire connaître la Charte à l'ensemble des acteurs impliqués dans la politique achat au sein de l'organisation et de les sensibiliser aux engagements qu'elle implique.

- Sessions d'information et de sensibilisation (aux achats responsables, à la médiation etc...). Vous trouverez la fiche d'inscription sur le site de la Charte, dont l'adresse se trouve en fin de document.
- Valorisation de la signature dans les documents internes (affichage, presse interne etc...)

En externe, les organisations sont encouragées à valoriser leur signature auprès de leurs fournisseurs. Par exemple lors de rencontres fournisseurs.

FAIRE VIVRE LA CHARTE : LA COMMUNAUTE DES SIGNATAIRES

En signant la Charte, votre organisation entre dans la communauté des signataires et est de ce fait invitée à participer aux différents événements autour de la Charte RFR.

LES COMITES DE PILOTAGE

Organisés deux fois par an à Paris et une fois par an dans la plupart des régions, les comités de pilotage de la Charte et du Label permettent aux signataires de faire part de leur expérience (avancées, difficultés, suggestions) et de bénéficier de celle des autres. Moments forts de réflexion sur la Charte et le Label, les comités de pilotage assurent son enrichissement progressif et la mise en perspective des axes de progrès.

LES GROUPES DE TRAVAIL

Les signataires sont par ailleurs invités à participer à des groupes de travail thématiques. En se réunissant sur un sujet donné, les participants font part de leurs pratiques et de leurs retours d'expériences et élaborent des recommandations sur les bonnes pratiques à mettre en place.

Ces travaux font l'objet de rapports rassemblant les recommandations diffusées à l'ensemble des signataires via les sites de la Médiation des entreprises ou du site de la Charte et du Label sous l'onglet « publications ».

Les thématiques déjà traitées :

- Réduire les délais de paiement
- Communiquer sur la Charte
- Gérer les situations de dépendance
- Contribuer au développement de son territoire
- Intégrer le coût total
- Les Conditions Générales d'Achats (en cours, publication à l'été 2016)



LA JOURNEE D'ACCUEIL DES NOUVEAUX SIGNATAIRES

Le Médiateur des entreprises et le CDAF proposent aux pilotes, responsables de la mise en œuvre de la Charte, de participer gracieusement à une journée d'information sur la Charte et le Label. L'objectif est d'aider les nouveaux signataires à se familiariser avec les concepts liés aux 10 engagements de la Charte. C'est aussi l'occasion de stimuler les débats et échanges autour du sujet, et ainsi permettre une fertilisation croisée entre plusieurs signataires et leur faciliter l'élaboration de leurs plans d'actions individuels.

POUR ALLER PLUS LOIN : DE LA CHARTE AU LABEL

Une fois la Charte connue et diffusée, une fois les premières actions mises en place, il convient de mettre en perspective sa démarche et d'engager de nouvelles actions d'amélioration.

S'AUTO-EVALUER

Pour mesurer les efforts accomplis, l'organisation signataire est encouragée à mener des enquêtes d'auto-évaluation. Le **questionnaire d'évaluation du Label** (disponible sur le site de la Charte et du Label) peut servir d'outil d'autodiagnostic. Il est à compléter avec l'ensemble des fonctions concernées au sein de l'organisation afin de disposer d'une vision d'ensemble des pratiques d'achat de l'organisation et d'identifier les axes de progrès pouvant être renforcés.

De même, des enquêtes impliquant régulièrement les fournisseurs permettront de connaître leur appréciation de la politique achats mise en œuvre par l'organisation, de repérer les axes d'amélioration attendus et d'enrichir la démarche

METTRE EN PLACE UN PLAN D'ACTIONS

L'élaboration d'un plan d'actions permet de faire le bilan des actions déjà mises en place et d'évaluer les efforts qui restent à accomplir. En attribuant des délais prévisionnels aux actions futures, il permet de fixer des priorités, et des indicateurs à suivre pour s'engager plus en profondeur pour des achats responsables.

CANDIDATER AU LABEL

Le Label Relations fournisseur responsables s'inscrit dans le prolongement de la démarche engagée au travers de la création de la Charte. Il distingue les organisations publiques ou privées ayant fait la preuve de **relations durables et équilibrées avec leurs fournisseurs**. Pour l'obtenir, le candidat doit se soumettre à une évaluation menée par un organisme tiers expert agréé par le Médiateur des entreprises et le CDAF.



INFORMATIONS PRATIQUES

L'USAGE DU LOGO

Tout signataire de la Charte reçoit un logo qui peut être utilisé sur tous les documents mettant en avant son engagement en interne comme en externe vis-à-vis prioritairement de ses fournisseurs.

SITES UTILES

Site de la médiation des entreprises : www.mediateur-des-entreprises.fr

Site dédié à la Charte et au Label : www.relations-fournisseur-responsables.fr

