

Achats Responsables

**TOURISME
DURABLE**

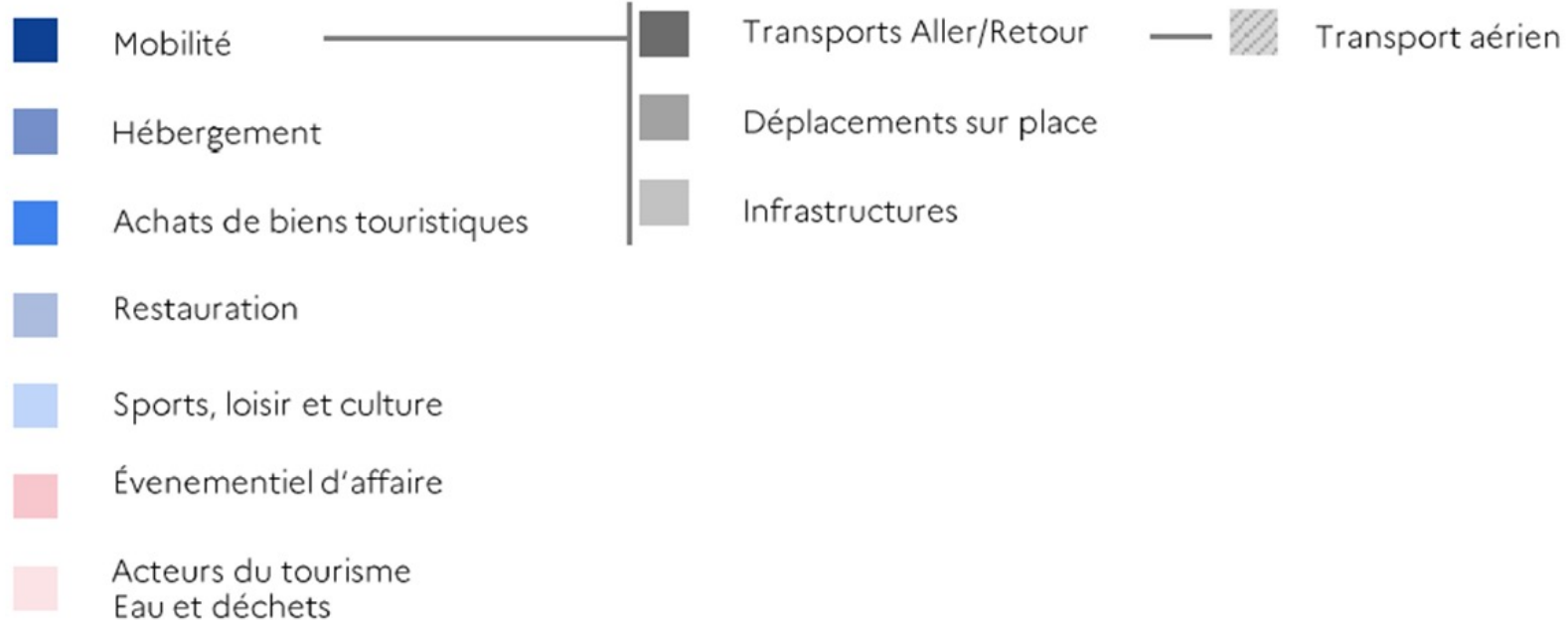
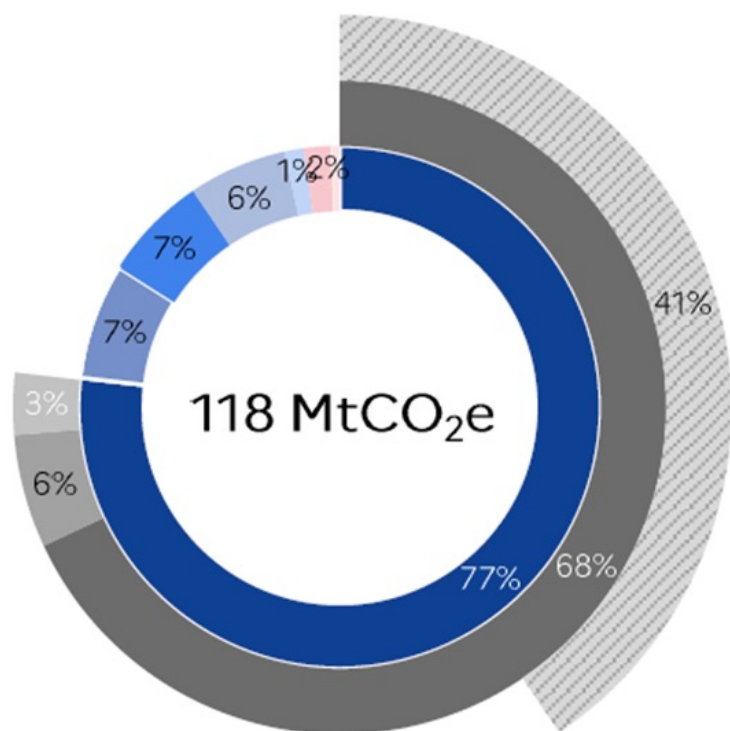
tourisme-occitanie.com



LE POIDS ÉCONOMIQUE ET ÉCOLOGIQUE DU TOURISME

Le secteur du tourisme représente:
- 7,3% du PIB national et 10,3% du PIB régional
- 11% de la totalité des émissions de GES

Bilan GES du secteur du tourisme en France : répartition par sources d'émissions



Source: Etude du bilan des émissions de gaz à serre du secteur du tourisme 2021

LES ACHATS DANS LA DÉMARCHE QUALITÉ

Critère N° 110

« **L'OT a une politique d'achat favorisant des produits ayant obtenu un label ou une certification environnementale ou éthique*** »



Audit en vue de l'obtention de la marque Qualité Tourisme™

104 - L'OT apporte une réponse aux insatisfactions notables et les traite comme une réclamation.

Oui Non Non Mesuré

CRITÈRE OBLIGATOIRE POUR LE CLIENT L'OT contacte le client qui mentionne une insatisfaction notable (insatisfaction majeure, et/ou récurrente, présentant doublement factuels de mécontentement pouvant entraîner la perte de nouveaux clients). Contrôle documentaire. Non Rattrapable. Non mesuré en cas d'absence d'insatisfaction notable ou de création/rapport récurrent de l'entreprise. Une réponse à l'ensemble des insatisfactions client exprimée est recommandée. Il est également recommandé de formaliser l'enregistrement des insatisfactions exprimées oralement. Différencier Réclamations sur OT et sur ses produits. Coef 3. Famille Qualité de la prestation.

DEVELOPPEMENT DURABLE

Les actions liées au développement durable

105 - Le personnel de l'OT réalise un ensemble de gestes courants pour économiser l'énergie et l'eau

Oui Non Non Mesuré

Le respect du critère est examiné lors de l'audit en devisé avant le briefing sur le BIT principal en fin de la visite mystère et lors de l'audit complet sur site. Famille OT : Développement Durable Coef 3. Non Rattrapable.

106 - Le tri des déchets est réalisé si existant sur le territoire

Oui Non Non Mesuré

Le respect du critère est examiné lors de l'audit en devisé avant le briefing sur le BIT principal en fin de la visite mystère et lors de l'audit complet sur site. Famille OT : Développement Durable Coef 3. Non Rattrapable.

107 - Dans son fonctionnement interne, les impressions se font de manière raisonnée

Oui Non Non Mesuré

Le respect du critère est examiné lors de l'audit en devisé avant le briefing sur le BIT principal en fin de la visite mystère et lors de l'audit complet sur site. Famille OT : Développement Durable Coef 3. Non Rattrapable.

108 - Le développement durable est pris en compte dans les actions et le fonctionnement de l'OT

Oui Non Non Mesuré

Obligation de formuler ses engagements DD. Il est recommandé que les engagements Développement durable aillent au-delà des écopes précisés plus haut et détaillent ces engagements dans le stratégie ou le plan d'actions annuel. Audité lors de l'audit en devisé avant le briefing si audité en visite mystère. Le respect du critère est examiné lors de l'audit en devisé avant le briefing sur le BIT principal en fin de la visite mystère et lors de l'audit complet sur site. Famille OT : Développement Durable Coef 3. Non Rattrapable.

109 - En cas d'acquisition d'équipement, l'OT favorise systématiquement l'achat d'équipements économes en énergie et économes en eau

Oui Non Non Mesuré

Audité lors de l'audit en devisé avant le briefing si audité en visite mystère. Famille OT : Développement Durable Coef 3. Non Rattrapable.

110 - L'OT a une politique d'achat favorisant des produits ayant obtenu un label ou une certification environnementale ou éthique*

Oui Non Non Mesuré

Audité lors de l'audit en devisé avant le briefing si audité en visite mystère. Famille OT : Développement Durable Coef 3. Non Rattrapable.

Les informations liées au développement durable

111 - L'OT informe précisément (ex. : oral, site internet, brochure, etc...) sur les moyens de se rendre et de circuler sur le territoire en utilisant les transports en commun ou en utilisant toute autre forme de circulations douces.

Oui Non Non Mesuré

Famille OT : Développement Durable Coef 3. Rattrapable.

112 - L'OT met en valeur les professionnels et / ou les produits (hébergement, restauration, animation, produits locaux, commerces...) engagés dans des démarches environnementales et/ou de développement durable reconnues localement ou nationalement

Oui Non Non Mesuré

Pour la visite mystère, il est recommandé d'auditer le site internet, les brochures téléchargeables. Famille OT : Développement Durable Coef 1. Rattrapable.

113 - L'OT diffuse une information sur les milieux naturels fragiles (si existants sur le territoire) comme milieu marin ou lacustre, milieu enneigé, espaces préservés, biotopes spécifiques... Cette information se fait en collaboration avec les autres acteurs territoriaux engagés dans la protection de l'environnement (Parcs, ...)

Oui Non Non Mesuré

Pour la visite mystère, il est recommandé d'auditer le site internet, les brochures téléchargeables et sur site (flyers, posters, totems...). Famille OT : Développement Durable Coef 1. Rattrapable.

114 - L'OT informe de manière générale ses clients sur les engagements en matière de développement durable du territoire (gestion des ressources, accessibilité, transport etc.)

Oui Non Non Mesuré

Pour la visite mystère, il est recommandé d'auditer le site internet, les brochures téléchargeables et sur site (flyers, posters, totems...). Famille OT : Développement Durable Coef 1. Rattrapable.

Rapport d'audit - Office de tourisme (DOCID:qt90694)

Date de création : 15/06/2021

Date de modification : 15/06/2021



Charte Qualité
Lauragais Tourisme®

Première marque à l'effigie du territoire Lauragais, "Lauragais Tourisme®" s'inscrit pleinement dans les tendances actuelles : des produits de qualité qui portent le savoir-faire d'un pays. Ainsi, les produits commercialisés sous la marque "Lauragais Tourisme®", au sein de la boutique « Le Comptoir d'Isatis » permettent d'enrichir l'image du Lauragais. Ils entretiennent un lien étroit et effectif avec le territoire, ils contribuent au rayonnement et à l'attractivité du Lauragais au plan national ou international. Les produits vendus au sein de la boutique « Le Comptoir d'Isatis » respectent quatre critères Qualité majeurs, à savoir :

• APPARTENANCE AU TERRITOIRE DU LAURAGAIS

Porte d'entrée du Pays Lauragais et de la région Occitanie, le territoire de la Communauté de Communes des Terres du Lauragais adosse sa politique touristique sur celle du Pays Lauragais. Entité territoriale composée de 167 communes, elle est aujourd'hui le trait d'union entre trois sites touristiques majeurs que sont Toulouse, Carcassonne et Albi. Le Pays Lauragais s'articule autour de trois départements, la Haute-Garonne, l'Aude et le Tarn, avec pour fil conducteur le Canal du Midi, classé au Patrimoine Mondial de l'Unesco. Aussi, l'Office de Tourisme a pour mission d'assurer la promotion touristique de la Communauté de Communes des Terres du Lauragais et de ses territoires d'appartenance : Haute-Garonne, Pays Lauragais, Occitanie.

Les produits commercialisés au sein de la boutique « Le Comptoir d'Isatis » se doivent d'être issus du Lauragais et représentatifs de sa gastronomie et de ses savoir-faire.

En tant qu'« Espace Diffusion Grands Sites Occitanie », l'Office de Tourisme promeut aussi les produits emblématiques et incontournables de la Région.

• UTILISATION DE MATIÈRES PREMIÈRES LOCALES

Les producteurs et artisans présents au sein de la boutique « Le Comptoir d'Isatis » s'engagent à utiliser au maximum des matières premières issues de l'économie locale. Ceci permet non seulement d'être en cohérence avec notre souhait de promouvoir les spécialités territoriales mais aussi de faire fonctionner l'économie locale. Ceci nous permet d'assurer, avec transparence, la traçabilité des produits.

Pour des questions d'éthique et conformément à l'engagement de l'Office de Tourisme dans le développement durable, les produits du terroir doivent être issus d'une agriculture raisonnée.

L'Office de Tourisme s'engage à visiter les sites d'exploitation des producteurs et les ateliers des artisans, avant leur entrée au sein de la boutique « Le Comptoir d'Isatis ».

• VENTE HORS GRANDE DISTRIBUTION

Cette condition garantit à nos clients l'authenticité du produit, à savoir sa fabrication artisanale. Ainsi, nous nous éloignons des processus de production industrielle.

Ceci permet d'assurer la qualité et l'originalité du produit. Ainsi, cela rend la boutique « Le Comptoir d'Isatis » incontournable, du fait qu'il réunit sur une surface de 180 m² environ 1 300 produits choisis avec soin et rigueur.

• SERIEUX

Ce dernier critère engage aussi bien l'Office de Tourisme que ses fournisseurs. Les producteurs et artisans se doivent de respecter notamment les délais de livraison et les conditions sanitaires réglementaires. L'Office de Tourisme s'engage à tenir à jour les états de vente, les stocks et à régler les factures en temps voulu.

L'écoute, la discussion, la relation de confiance sont indispensables pour mener à bien un partenariat durable avec les producteurs et artisans régionaux.

FORMALISER SA POLITIQUE D'ACHATS

Définition:

« Un achat responsable est un achat dont les impacts environnementaux, sociaux et économiques sont les plus positifs possible, sur toute la durée du cycle de vie, et qui aspire à réduire le plus possible les impacts négatifs » (source : norme internationale Achats responsables (ISO 20400))

Problématique:

- Achats en dessous du seuil des marchés publics
- Multitude de fournisseurs
- Quelle transparence pour analyser des produits?
- Quels indicateurs de mesure?
- Manque de formation du personnel dédié aux achats
- Par où commencer? ..

POURQUOI formaliser une politique d'achats responsables ?

Permet d'entériner vos engagements et d'exiger des engagements à vos fournisseurs, de passer des messages aux collaborateurs et à vos clients.

Une politique d'achats responsable est une **mise en œuvre concrète** de la volonté des acteurs d'agir en faveur de l'environnement et du social.

C'est une démarche qui participe à l'**exemplarité** des services publics, et qui peut être mise en valeur dans une communication tant interne qu'externe.

COMMENT? En agissant sur:

- L'impact environnemental (produits écoresponsables, provenance)
- Le volet social (handicap, réinsertion, égalité, relation fournisseurs, rémunération équitable, sécurité au travail)
- L'économie locale (circuits courts, économie circulaire)

Proposition d'un
Cahier des Charges
ou d'une Charte

FORMALISER SA POLITIQUE D'ACHATS



LES ACHATS RESPONSABLES : UN PILIER DE VOTRE STRATÉGIE RSE

ARGUMENTAIRE

POURQUOI FORMALISER UNE POLITIQUE D'ACHATS RESPONSABLES ?

Pour les gains en cohérence et crédibilité de l'action publique : une politique d'achats responsables est une mise en œuvre concrète de la volonté des acteurs d'agir en faveur de l'environnement et du social. C'est une démarche qui participe à l'exemplarité des services publics, qui peut être mise en valeur dans une communication tant interne qu'externe.

Définition :

« Un achat responsable est un achat dont les impacts environnementaux, sociaux et économiques sont les plus positifs possible sur toute la durée du cycle de vie et qui aspire à réduire le plus possible les impacts négatifs »

source : norme internationale Achats responsables (ISO 20400)

L'impact environnemental

Dans ce cadre, les choix opérés par les acheteurs, qu'il s'agisse des ménages, de la commande publique ou des entreprises, offrent une possibilité d'action puissante : en favorisant l'achat des produits à impact réduit sur l'environnement ou la santé, l'acheteur envoie un signal au marché et pousse les producteurs à améliorer la qualité environnementale de leurs produits et services, afin de conserver ou gagner des parts de marchés. Offre et demande doivent ainsi évoluer conjointement pour une meilleure prise en compte des caractéristiques environnementales des produits et services.

Prendre en compte l'impact environnemental de son organisation et de ses activités, y compris les activités externalisées

Le volet social

En intégrant des clauses d'insertion des personnes éloignées de l'emploi ou en situation de handicap, en s'orientant vers des produits issus du commerce équitable, il s'agit de prendre en compte l'égalité femme/homme, la lutte contre les discriminations, etc.

L'achat responsable peut ainsi participer à des démarches de gestion des risques, de responsabilité sociétale des entreprises (RSE), d'écoconception, d'innovation.

L'économie locale

La fonction achats, à l'interface entre l'interne et l'externe, a tout son rôle à jouer au sein d'un territoire par son impact sur l'activité économique, le dialogue avec les différents acteurs (fabricants, distributeurs, PME, structures de l'économie sociale et solidaire (ESS). Elle favorise l'émergence d'un écosystème plus vertueux s'orientant vers l'économie circulaire.



AUTO DIAGNOSTIC ACHATS RESPONSABLES

SE POSER LES BONNES QUESTIONS ? AUTO-DIAGNOSTIC (source AFNOR / ADEME)

Votre structure dispose-t-elle d'une stratégie claire en matière d'achats écoresponsables ?

Véritable ligne directrice, la stratégie permet de prioriser et d'éviter la réalisation d'actions peu créatrices de valeur.

Avez-vous analysé les enjeux et impacts environnementaux qui vous sont spécifiques ?

Chaque secteur d'activité, chaque entreprise a des impacts environnementaux qui lui sont propres. Pour bien identifier ces impacts, il peut être intéressant de réaliser un diagnostic environnemental et/ou d'adopter une réflexion en cycle de vie :

- réglementations et directives spécifiques au secteur d'activité, aux produits et services, matériaux et composants spécifiques, etc.
- risques : environnementaux, pays, image et réputation, etc.
- opportunités : réalisation d'économies, création de valeur, amélioration de l'image, etc.
- forces/faiblesses : (im)maturité achat, présence/absence d'une expertise interne en matière environnementale (ingénieur environnement par exemple), leviers importants/faibles vis-à-vis des fournisseurs, etc.

Avez-vous pris en compte les attentes de vos parties prenantes en matière d'achats écoresponsables : clients, fournisseurs, collaborateurs, actionnaires, pouvoirs publics, ONG/associations, communautés/voisinage, etc. ?

Dans la logique de développement durable, l'entreprise fait partie d'un « écosystème », composé de parties prenantes vis-à-vis desquelles certaines responsabilités doivent être assumées. C'est le concept de responsabilité élargie de l'entreprise.

La stratégie RSE et d'achats écoresponsables d'une entreprise doit donc prendre en compte ces parties prenantes, qui ont des attentes particulières vis-à-vis de l'organisation ou de l'entreprise.

Avez-vous analysé les pratiques de vos concurrents en matière d'achats écoresponsables ?

Une stratégie d'achats écoresponsables peut être créatrice de valeur et participer à la différenciation d'une organisation / entreprise par rapport à ses concurrents. Il est important d'évaluer le positionnement de ses concurrents pour déterminer le niveau d'ambition adéquat (éviter les actions désuètes par exemple). L'analyse de la concurrence permet également d'identifier les enjeux importants du secteur, les bonnes pratiques et les pièges à éviter, les points où l'entreprise a du retard, etc.

Votre démarche d'achats écoresponsables intègre-t-elle une approche partenariale de long-terme avec vos fournisseurs et/ou prestataires stratégiques ?

Une démarche d'amélioration continue vers plus de respect de l'environnement ne peut se concevoir sur la base de relations court-termistes, surtout avec les fournisseurs et/ou prestataires stratégiques de l'organisation / entreprise. Les fournisseurs peuvent être une source d'identification d'enjeux et de proposition d'alternatives innovantes : prendre en compte leur politique environnementale peut être tout aussi pertinent que chercher à leur imposer celle de l'organisation / entreprise.

Avez-vous formalisé vos engagements en matière d'achats écoresponsables dans un document officiel de type charte/code de conduite ?



LES ACHATS RESPONSABLES : UN PILIER DE VOTRE STRATÉGIE RSE

FORMALISER UNE POLITIQUE D'ACHATS RESPONSABLES AU TRAVERS D'UN CAHIER DES CHARGES

PRESENTATION DE LA BOUTIQUE, DU LIEU :

La boutique de XXX est ouverte de mars à novembre. Elle dispose de deux salles attenantes pour l'accueil du public. La 1^{ère} a vocation à recevoir et informer les visiteurs en tant qu'antenne de l'office de Tourisme communautaire et la 2^{ème} salle de boutique de promotion et valorisation des produits du terroir du pays de XXXX.

Ces deux activités se complètent parfaitement pour offrir aux visiteurs une approche globale du XXXX mais aussi une valorisation du territoire, de ses richesses et potentialités touristiques. Cet accueil est complété par une salle d'interprétation/un espace muséographique... en entrée libre sur le site.

L'OTI... A fait le choix de vendre dans sa boutique des produits de découverte du territoire (ouvrages, livres, etc.), carteries, souvenirs, produits alimentaires, mais aussi des objets d'artisanat d'art en lien avec le territoire de production.

OBJECTIFS ET ENJEUX :

Ce Cahier des charges a vocation à préciser les critères de sélection des produits de la boutique, ses objectifs qui reflètent la stratégie de tourisme durable et la politique RSE de l'Office de tourisme de XXXX et par là l'ensemble du Pays de XXX...

Il permet de poser des exigences transparentes pour intégrer la boutique XXX et ainsi ne pas mettre l'OT en difficulté face à des positions en faveur ou défaveur de certains acteurs économiques. Les choix se font aussi en respectant la réglementation qui précise les modalités d'intervention de l'OTI XXX selon les compétences d'attribution fixées dans le Code général des collectivités territoriales et le Code du Tourisme. Il respecte aussi le principe de la liberté de commerce, du droit à la concurrence et de l'intérêt public (en cas de carence du secteur privé).

Pour cela, ce CDC prédisera :

- La composition du **comité de sélection** de la boutique (selon choix et statuts) et les parties prenantes à la rédaction et mises à jour de ce CDC (techniciens, élus, producteurs, chambres consulaires...) et ses obligations
- Les **engagements de l'OT** et l'orientation stratégique de la boutique et de sa valorisation des productions du territoire de XXX :
Sa politique d'achat et les critères de sélection basés sur :
 - ⇒ l'origine des produits,
 - ⇒ leur traçabilité,
 - ⇒ leur reconnaissance (marques, labels, etc),
 - ⇒ le statut des producteurs,

ECONOMIE CIRCULAIRE, UN ENJEU ESSENTIEL DES ACHATS RESPONSABLES

Réfléchir aux impacts positifs et négatifs des achats à chaque étape du cycle de vie du produit/service afin d'obtenir le cercle le plus vertueux possible.

Acheter de manière circulaire consiste à mettre en pratique les principes de l'économie circulaire et donc de **réduire au minimum les incidences négatives sur l'environnement et la production de déchets tout au long de la durée de vie des biens, produits**

LINEAR ECONOMY

RECYCLING ECONOMY

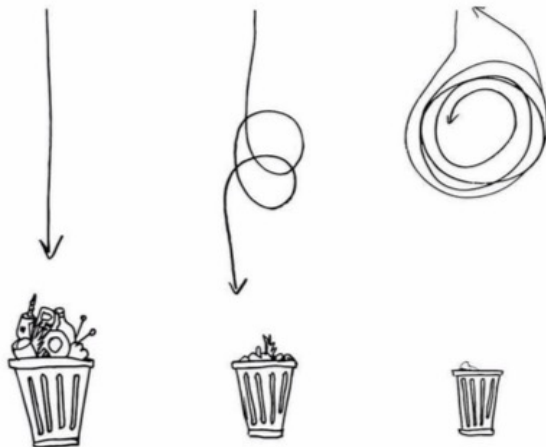
Il est important que l'acheteur s'interroge **dès l'achat sur la gestion de la fin de vie du produit**. Cela permet de prendre en compte ce critère dans les spécifications techniques et les critères de sélection de tel fournisseur ou tel fournisseur.

CIRCULAR ECONOMY



On parle du modèle « *coût du cycle de vie* », car il ne prend pas seulement en compte le *coût d'achat* (prix du produit + *coûts d'installation* + *coûts administratifs*)

- mais également les *coûts d'exploitation* (usage, stockage, maintenance)
- et les *coûts de fin de vie du produit* (coûts de démantèlement, coûts de collecte, recyclage et élimination)



CARTOGRAPHIE DES RISQUES



IDENTIFIER LES ÉTAPES LES + IMPACTANTES

Voici un exemple de cartographie sur une famille d'achats, prenant en compte le cycle de vie d'un produit et les enjeux environnementaux :



EXEMPLE DE NOTATION DES FOURNISSEURS & PRODUITS – PROPOSITION ADEME

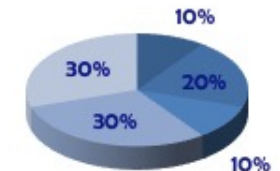


Pondération des grands ensembles (chapitres) de critères en vue de la notation de mes fournisseurs ?

	Chapitre de critères	Description	Poids accordé (en %)
I	Identification de mon fournisseur	Quelle connaissance ai-je de mon fournisseur. Celui-ci correspond-il aux critères "business" (CA, Actionnariat, Composition du portefeuille client...)	10%
Q	Qualité	Quelle est la qualité de la relation que j'entretiens avec mon fournisseur, de sa production, de sa prestation...	20%
D	Délai	Quelle connaissance ai-je de mon fournisseur. Celui-ci correspond-il aux critères "business" (CA, Actionnariat, Composition du portefeuille client...)	10%
R	RSE	Mon fournisseur respecte-t-il les critères environnementaux, sociaux, économiques que mon organisation a décidé de prendre en considération ?	30%
C	Coût	Quelle est la performance économique global de mon fournisseur (historique, réputation...)?	30%



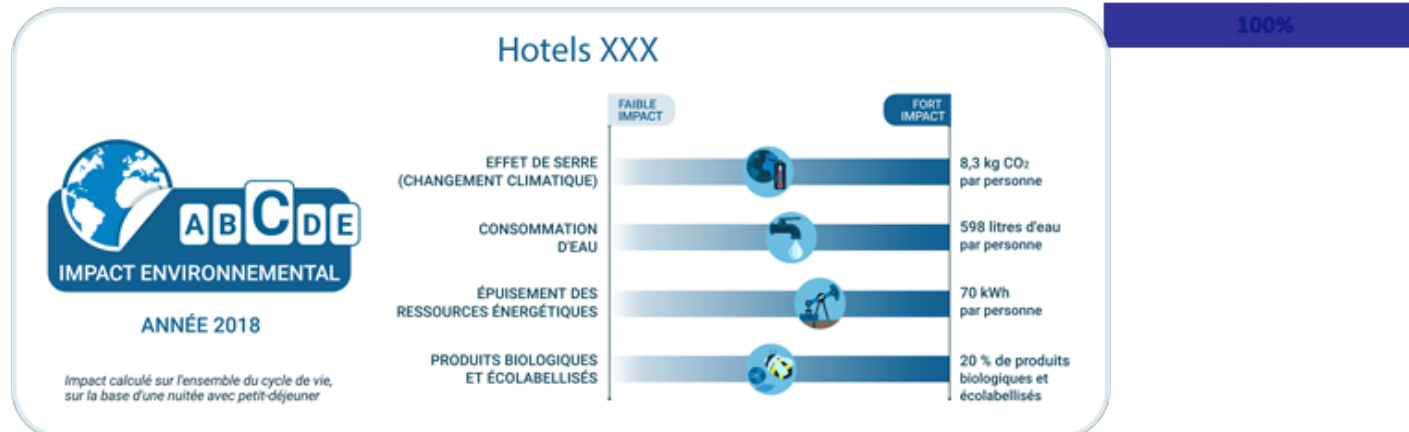
Qu'est ce qui fait la performance d'un fournisseur à mes yeux ?
Comment puis je lui attribuer une note globale ?



- Identification de mon fournisseur
- Qualité
- Délai
- RSE
- Coût

Notation Fournisseur

Notation Produit



Source: ADEME

PILOTER SA DÉMARCHE D'ACHATS RESPONSABLES GRACE AUX INDICATEURS

Le reporting est un outil indispensable à l'amélioration et suivi de la performance de l'organisation.

Les indicateurs permettent de mesurer les progrès et d'avoir des éléments factuels qui permettent l'argumentation dans les choix



Quelques exemples d'indicateurs:

- 👍 % de produits écolabellisés ou issus du recyclage dans ma boutique
- 👍 Délai moyen de paiement de mes fournisseurs
- 👍 % de consultations intégrant des critères RSE (prise en compte par l'OT / entreprise dans le choix du fournisseur / produit ou pas?)
- 👍 % d'achats réalisés localement
- 👍 % d'achats réalisés auprès de TPE ou PME et producteurs indépendants
- 👍 % d'achats auprès de secteur d'insertion (ESAT)
- 👍 % de salariés sensibilisés ou formés aux achats responsables
- 👍 % des achats pour lesquels un critère environnemental, social ou sociétal est exigé
- 👍 % des achats réalisés hors processus achats (hors politique d'achats)

Si on résume..



Je formalise ma politique d'achats dans un document que je fais connaître

Je demande des preuves de conformité de critères RSE à mes fournisseurs

Je sélectionne les produits en fonction de leur performance sur le cycle de vie, la traçabilité et les labels

Je suis transparent sur ma politique d'achats pour l'égalité entre fournisseurs, la planification / calendriers, les volumes prévisionnels d'achat (gestion des stocks, contrats cadres..)

Je sensibilise mes fournisseurs à s'investir dans des démarches écoresponsables

J'identifie un éventail de fournisseurs en capacité à répondre aux performances RSE attendues

Je mesure mon engagement par des indicateurs chiffrés et des tableaux de bord et je communique mon rapport annuel d'activité

Les achats verts

- Respect de l'environnement
- Labels
- Réglementations (Reach)
- Éco-conception
- Cycle de vie
- Recyclage

ÉCOLOGIQUE

Vivable

Viable

Durable

SOCIAL

ÉCONOMIQUE

Les achats efficaces

- Savings
- TCO

Les achats équitables

- Produits issus du commerce équitable

Les achats solidaires

- Secteur protégé et adapté
- Insertion
- Charte PME

Les achats éthiques

- Respect des droits de l'homme
- Respects des droits du travail
- Équité et transparence

POUR ALLER PLUS LOIN..



L'ACCÉLÉRATEUR DE PERFORMANCE ACHATS :
METTEZ EN PLACE UNE POLITIQUE D'ACHATS
RESPONSABLES

Organisations publiques ou privées, participez à une démarche collective territoriale et bénéficiez d'un accompagnement expert pour dynamiser vos politiques achats.

OBJECTIFS

Gagnez sur une triple performance :

- Économique, en réduisant vos coûts et en identifiant vos leviers d'actions
- Environnementale, en mettant en place des actions concrètes avec vos fournisseurs
- Sociale et sociétale en sourçant différemment.

Profitez d'une opération qui mixe des ateliers collectifs et de l'accompagnement individuel pour déployer une politique d'achats responsables structurée et efficiente

PROGRAMME

- 4 ateliers collectifs
- 4 journées individualisées

Devenez l'un des acteurs d'une démarche inédite à l'échelle d'un territoire, sur le développement d'une politique d'achat responsable.

LES +

Mettre en place une politique d'achats responsables, pourquoi faire ?

- Professionnaliser les équipes achats
- Maîtriser les coûts durablement
- Développer des sourcing locaux et responsables
- Mieux gérer les risques environnementaux et sociaux
- Améliorer vos notations RSE/RSO auprès des certificateurs
- Renforcer vos liens avec vos fournisseurs
- Se positionner sur des marchés publics intégrant des critères RSE
- Identifier plus facilement des critères RSE en lien avec les marchés dans vos appels d'offre
- Analyser les risques RSE de manière complète dans votre portefeuille d'achats
- Mettre en place des indicateurs de performance
- Identifier des innovations chez vos fournisseurs
- Répondre aux attentes de vos équipes et gagner en attractivité
- Valoriser son engagement grâce à une action collective pilote.



PUBLIC
Donneurs d'ordres publics et privés, tout secteur d'activité ayant un service achats structuré



PROCHAINE SESSION 2022
Février - Avril : 4 ateliers
Avril - Décembre : accompagnement individuel et mise en application sur un marché test



TARIF SESSION 1
1 500 euros HT (représentant le reste à charge grâce au soutien financier de l'opération par l'ADEME, La Région et la CCI Hérault. Valeur de l'accompagnement sans subvention environ 10 000 euros)



UNE ACTION PILOTE
3 sessions de 10 organisations publiques et privées chacune en 2022, 2023 puis 2024

Conception graphique : ©Com'Une Entreprise 2022

Energies Air et Mobilités Production durable Urbanisme durable Économie circulaire Bâtiment Changement climatique

Boîte à outils pour achats responsables

AUTRES ACTIONS DE L'AGENCE

Boîte à outils pour achats responsables

Sommaire du dossier :

- > Sensibilisation aux achats
- > Diagnostic environnemental
- > Analyse de ses pratiques d'achat

Stratégie et plan d'action

- > Déclinaison dans le processus achat
- > Suivi - Évaluation
- > Communication



<https://expertises.ademe.fr/entreprises-monde-agricole/organiser-demarche-environnementale/dossier/boite-a-outils-achats-responsables/strategie-plan-daction>

Formation 2 jours
AFNOR: Achats responsables
ISO 20400

CESAR CCI 34

CONTACT

Florence MARSAGLIA
Conseillère en développement d'entreprises
Tél. 04 99 515 293
fmarsaglia@herault.cci.fr



MERCI DE VOTRE ATTENTION