L'ObsAR donne la définition suivante : *« L'acheteur recherche l'efficacité, l'amélioration de la qualité des prestations et l'optimisation des coûts globaux (immédiats et différés) au sein d'une chaîne de valeur, et en mesure l'impact. L'achat responsable correspond à tout achat intégrant, dans un esprit d'équilibre entre parties prenantes, des exigences, spécifications et critères en faveur de la protection et de la mise en valeur de l'environnement, du progrès social et du développement économique.»*

Ainsi, le métier d'acheteur évolue et trouve un nouveau souffle. Joël Tronchon, directeur du Développement durable de SEB, se rappelle comment, lorsqu'il a amorcé sa démarche il y a trois ans (voir encadré ci-dessous), les acheteurs de ce groupe d'électroménager *« se sont engouffrés dans cette opportunité de faire connaître leur métier différemment, tant en interne qu'en externe : sens éthique, plus-value sociale et création de valeur, bouffée d'oxygène ont-ils unanimement dit. Avec toutes les conséquences que cela peut avoir : fierté d'appartenance, motivation, fidélisation. »* Un sentiment partagé par Karine Ondet, responsable Animation et Méthodes à la direction centrale des Achats de La Poste, qui envisage, avec la notion d'achats responsables, une nouvelle dimension pour ces professionnels, *« des éclaireurs qui ouvrent une nouvelle voie, riche de sens. »*

## BONNE PRATIQUE

**JOËL TRONCHON**
directeur du Développement durable
du Groupe SEB

### Clauses maison pour acheteurs épanouis

Les achats représentent environ 70 % de notre chiffre d'affaires. Acheter responsable est bien un enjeu prioritaire au niveau mondial. Nous avons élaboré en 2011 une charte achats responsables qui a été envoyée l'année suivante à plus de 850 de nos fournisseurs, représentant 90 % de notre volume d'achats. Dans le choix d'un prestataire, nous prenons en compte des critères environnementaux, éthiques et sociaux qui peuvent peser entre 15 % et 25 % de la note selon les catégories d'achat.

Nous sommes allés plus loin en expérimentant la mise en œuvre de clauses sociales dans nos marchés. Nos acheteurs sont parties prenantes de la démarche : les réponses aux appels d'offres étant de plus en plus similaires, l'impact social constitue un critère de différenciation des fournisseurs. Pour avancer, nous avons regardé ce qui se pratique dans le secteur public, et avons rédigé une « clause maison » plus simple et pédagogique (voir annexe 3). Nous avons intégré des exemples dans nos appels d'offres : sous-traitance avec des