

entreprises d'insertion (EI), recrutement de personnes éloignées de l'emploi, etc. Cette simplification permet d'avoir une plus grande latitude : nous sommes plus exigeants avec nos grands fournisseurs mais la clause sociale peut aussi être pratiquée par une PME.

Ces clauses concernent plusieurs familles d'achats comme la PLV (publicité sur le lieu de vente), la gestion des déchets de nos sites français, notre restauration d'entreprise, la logistique, la construction d'un de nos bâtiments à Ecully, le nettoyage de nos locaux, notre activité de conciergerie ou la sous-traitance industrielle dans les pays où c'est possible.

Notre action n'est ni charité ni philanthropie mais s'ancre dans une véritable dynamique RSE et RH. Nos acheteurs considèrent que l'utilité sociale peut être conciliée avec la performance économique. L'achat socialement responsable donne du sens à leur métier, stimule la mobilisation interne, et peut être à l'origine de création de valeur, au-delà de la conformité sociale.

« En 2008, les clauses étaient perçues comme une contrainte, une obligation et n'avaient pas bonne presse, souligne Arnaud Habert, directeur général délégué de VIE, VINCI Insertion Emploi, prestataire de services d'insertion créé en 2011 par VINCI (voir encadré page 53). C'est très récemment que les grands groupes se sont mis à jouer le jeu. Avec la naissance de la RSE dans les entreprises, les donneurs d'ordres ont compris qu'ils pouvaient impulser cette démarche plus rapidement en s'appuyant sur leurs fournisseurs et en initiant la démarche d'achats responsables. Ils y ont surtout intégré la notion de gagnant-gagnant, ce qui a complètement changé la donne. » Les entreprises qui vont jusqu'à intégrer les engagements d'insertion à leur offre de services le font donc assez logiquement via leurs politiques d'achats.

Il existe cependant peu d'éléments quantitatifs sur cette révolution des achats responsables. L'ObsAR publie un baromètre annuel intitulé « *Les achats responsables, partie intégrante de la performance globale des organisations* » qui montre l'évolution dans les entreprises, secteur par secteur⁽¹⁰⁾. En 2014, la participation à ce baromètre a connu une progression de 18 %, avec 465 réponses et un bon équilibre entre les secteurs privé (62 %), public (32 %) et associatif (4 %). Ces résultats marquent une généralisation et une maturation de la démarche d'achats responsables qui passe de la mise en place d'une politique générale à la définition d'objectifs réalistes, atteignables et en phase avec le quotidien de l'entreprise ou de l'organisme.

En substance, cela peut signifier que les acheteurs sont de plus en plus attentifs aux démarches responsables. Ils conservent naturellement une fonction génératrice d'économies pour leur entreprise, en sont souvent

(10) Voir le baromètre sur www.obsar.asso.fr