

PREAMBULE DE LA CHARTE RELATIONS FOURNISSEUR RESPONSABLES ENTRE PRESCRIPTEURS, CLIENTS DONNEURS D'ORDRE ET FABRICANTS FRANÇAIS ET EUROPEENS DE MOBILIER DE BUREAUX

Contexte

La présente charte a été élaborée afin de rééquilibrer les relations entre les prescripteurs, les donneurs d'ordre et leurs fournisseurs et mettre en place une démarche de progrès entre l'ensemble des acteurs.

En effet, sur le marché de l'aménagement de bureau, les pratiques commerciales dégradées sont telles, qu'elles ne permettent plus d'assurer la qualité de l'aménagement des espaces de travail dans les entreprises et collectivités ni la pérennité des acteurs économiques du secteur, qu'ils soient industriels, éditeurs, distributeurs d'aménagement de mobilier du secteur tertiaire.

Les industriels du mobilier destiné à l'aménagement des espaces tertiaires, membres de l'UNIFA, Union Nationale des Industries Françaises de l'Ameublement, qui représentent près de 70% du marché français ont décidé la mise en place d'une charte de relations commerciales éthiques et responsables pour une meilleure qualité de l'aménagement des espaces de travail.

Fort de cette initiative, c'est très naturellement que le Groupement des Industriels du Mobilier de bureau de l'UNIFA s'est rapproché de la Médiation inter-entreprises afin d'élargir et d'institutionnaliser sa démarche en s'appuyant sur l'outil de référence, à savoir la Charte « Relations Fournisseur Responsables ».

Dans ce cadre, le Groupement des Industriels du Mobilier de Bureau de l'UNIFA a décidé de promouvoir la Charte auprès des prescripteurs, donneurs d'ordre publics et privés et instances représentatives.

Les prescripteurs et donneurs d'ordre signataires manifestent leur volonté d'appliquer les bonnes pratiques décrites ci-après et d'exercer leur responsabilité dans le cadre d'une confiance réciproque avec leurs fournisseurs, dans la connaissance et le respect des droits et devoirs respectifs.

Spécificité du secteur de l'aménagement des espaces tertiaires

Ce marché fonctionne, pour les grands accords ou les grands projets en mode « projet », avec un cycle de vente « long » de 1 à 3 ans.

Il nécessite en amont, de la part des fournisseurs, un important investissement humain (commercial / bureau d'études) ainsi qu'en termes de création et de conception de produits et de mise à disposition de cellules de démonstration répondant à la demande spécifique du client.

Devant les délais extrêmement courts demandés aux fournisseurs pour répondre aux Appels d'Offres (parfois moins de 3 semaines),

Devant les garanties de prix (parfois de plusieurs années) imposées aux fournisseurs,

Devant la recrudescence des études d'implantation conséquentes et des nombreuses modifications successives demandées aux fournisseurs à titre gracieux,

Devant le recours de plus en plus fréquent aux cellules de démonstrations, assorti de nombreuses modifications demandées aux fournisseurs à titre gracieux,

Devant les retards de livraison « bâtiment » parfois conséquents reportant les délais de livraison des fournisseurs et entraînant des surcoûts logistiques à la charge des fournisseurs,

Devant la pratique encore existante des enchères inversées,

le Groupement des Industriels du Mobilier de Bureau a décidé de réagir et de lutter contre ces dérives en matière de relations inter-entreprises.

Principe d'application

La signature de ce présent document Charte « Relations Fournisseur Responsables » engage les signataires à la mise en œuvre et au respect de l'ensemble des pratiques énoncées dans la Charte jointe en annexe, dans son titre « 10 engagements pour des achats responsables » et explicitées ou complétées par les spécificités énoncées ci-dessus

Modalité de pilotage du préambule de la Charte relations fournisseur responsables entre prescripteurs, clients donneurs d'ordre et fabricants français et européens de mobilier de bureau

L'UNIFA, assurant en la personne de son directeur délégué, la présidence du comité de pilotage du préambule de la Charte relations fournisseur responsables entre prescripteurs, clients donneurs d'ordre et fabricants français et européens de mobilier de bureau, veille à la diffusion du présent document dans l'ensemble de la profession, assure la promotion, encourage à sa signature et en contrôle l'application.

Dans ce cadre, le Comité stratégique de la filière fera un point régulier sur la mise en œuvre et l'application des principes de la Charte, en déduira les éventuelles actions correctives qui pourraient s'avérer nécessaires au sein du secteur et le cas échéant proposera des évolutions du préambule la Charte dans les différents segments que compose l'UNIFA.

Chaque entreprise signataire devra désigner un correspondant chargé du suivi de l'application de la Charte au sein de l'entreprise (une fiche de renseignements sera à compléter avant la signature).



Charte

RELATIONS FOURNISSEUR RESPONSABLES

PREAMBULE

L'étude des dossiers soumis à la Médiation du crédit depuis sa création en novembre 2008 a révélé un certain nombre de difficultés dans la relation des PME avec leurs grands clients, donneurs d'ordres.

Afin de remédier à ces difficultés, la présente Charte a été élaborée conjointement par la Médiation du crédit et la Compagnie des dirigeants et acheteurs de France (CDAF) afin d'engager les grands donneurs d'ordres signataires à mettre en place une démarche de progrès vis-à-vis de leurs fournisseurs et notamment les petites et moyennes entreprises (TPE-PME).

Les donneurs d'ordres signataires manifestent leur volonté d'appliquer les bonnes pratiques décrites ci-après et d'exercer leur responsabilité dans un cadre de confiance réciproque avec les fournisseurs, dans la connaissance et le respect des droits et devoirs respectifs.

Il est clairement établi pour tous les signataires :

- que l'ensemble des engagements pris dans cette Charte, ainsi que leur mise en œuvre, s'inscrivent dans le cadre de la législation en vigueur régulant l'économie de marché, du respect des dispositions européennes et nationales régissant les relations inter entreprises (Code du Commerce) ainsi que, pour les entreprises et entités concernées, des textes encadrant les marchés publics ;
- que certains des signataires appliquent d'ores et déjà tout ou partie des principes de la charte ;
- qu'enfin elle vise d'une manière générale :
 - les entreprises ou entités ayant un gros volume d'achats ;

- les achats qui sont significatifs à la fois pour l'acheteur et pour le vendeur (le terme « fournisseurs stratégiques » désignant à l'article 2 les fournisseurs vendant un ou plusieurs produits ou services dont la place est importante dans l'un des métiers de l'acheteur).

CHARTRE DES « 10 ENGAGEMENTS POUR DES ACHATS RESPONSABLES »

1. Assurer une équité financière vis-à-vis des fournisseurs

L'attitude responsable du grand donneur d'ordres consiste à payer conformément à la loi LME, en appliquant ses dispositions de façon stricte et sincère. Les signataires s'engagent à ne pas déformer l'esprit de la loi et à s'abstenir, vis-à-vis des entreprises petites et moyennes, de pratiques telles que :

- imposition de taux d'escompte excessifs en contrepartie du respect des délais de paiement de la loi LME ;
- application unilatérale d'une retenue déraisonnable pour litige au moment du règlement sauf dispositions contractuelles ;
- défaut d'information du fournisseur en cas de litige ;
- retard volontaire dans le traitement du litige.

2. Favoriser la collaboration entre grands donneurs d'ordres et fournisseurs stratégiques

Les grands donneurs d'ordres souhaitent engager une collaboration avec leurs fournisseurs stratégiques, qui consiste par exemple à :

- partager les coûts de qualification, homologation finale ;
- aider les PME qui sont au cœur de leur panel stratégique à la performance de leur entreprise (production, achats...);
- aider la PME à utiliser de façon optimale les dispositifs existants ;

En veillant à respecter le management des entreprises concernées.

Cette démarche sera engagée de bonne foi par le client et le fournisseur, le cas échéant par convention, en excluant toute pratique assimilable à de la gestion de fait et en ne visant qu'à instaurer une relation partenariale.

3. Réduire les risques de dépendances réciproques entre donneurs d'ordres et fournisseurs

Le poids trop élevé d'un donneur d'ordres dans l'activité d'une PME peut être un facteur de risque en cas d'évolution brutale des volumes de commandes. De ce fait, toutes les actions qui peuvent être engagées par les PME (diversification, internationalisation, amélioration des savoir-faire) seront autant d'initiatives positives pour les donneurs d'ordre.

Le désengagement d'un grand donneur d'ordres sera anticipé et progressif afin de tenir compte de l'ancienneté des relations avec l'entreprise et le cas échéant du degré de dépendance, de ses possibilités de se diversifier ou de s'adapter.

Un fournisseur qui acquiert un monopole technique de fait peut mettre en risque les approvisionnements d'un donneur d'ordres. Ce dernier souhaitera alors logiquement une seconde source d'approvisionnement, qui pourra s'exprimer dans le cadre de la négociation par exemple sous forme de cession de licence normalement rémunérée.

4. Impliquer les grands donneurs d'ordres dans leur filière

Dans sa relation bilatérale avec les fournisseurs dans sa filière, le grand donneur d'ordres s'engage à rechercher :

- une relation de confiance avec le management de l'entreprise, et en particulier le chef d'entreprise, qui sera invité dans cette logique à donner à son client la visibilité nécessaire sur son activité ;
- le développement d'une gestion prévisionnelle des achats pour donner de la visibilité aux fournisseurs en communiquant à l'avance les arrêts de commande et les niveaux prévisionnels d'activité moyen et long terme et favoriser ainsi l'adaptation des capacités ;
- la protection de la filière en évitant, dans la mesure du possible, de réintégrer brutalement des opérations en période de crise, et être attentif au maintien des capacités et des savoir-faire de sous-traitance qui seront nécessaires au moment de la reprise et du développement.

Les grands acheteurs seront attentifs à la consolidation des filières de production, surtout en cas d'avance technologique et favoriseront leur déploiement international.

5. Apprécier le coût total de l'achat

Pour apprécier la compétitivité entre des offres de différentes provenances, les grands donneurs d'ordres s'attacheront autant que faire se peut à :

- **prendre en compte l'ensemble des composantes du coût** (ne pas seulement comparer le prix du bien ou du service, mais intégrer l'ensemble des coûts complémentaires) comme :
 - les coûts logistiques associés supportés directement par l'acheteur (transport, stockage,...),
 - la durée de mise au point technique avec les allers et retours,
 - le temps de formation et d'acquisition des compétences,
 - les coûts en après-vente à services rendus équivalents,
 - les coûts des audits qualité et RSE.
- **intégrer, notamment en matière de sous-traitance, l'ensemble des aléas liés à l'évaluation de ces coûts totaux, tels que :**
 - ruptures des approvisionnements,
 - conformité des produits et des services,
 - risques liés au traitement des litiges,
 - fluctuations de monnaies,
 - risques sociaux et politiques, non couverts par des assurances,
 - la fiabilité du service après-vente,avec les conséquences possibles en termes de pertes d'exploitation et d'impact sur l'image de l'entreprise.

6. Intégrer la problématique environnementale

Le grand client doit anticiper les enjeux du développement durable et, notamment, les impacts environnementaux de sa politique d'achat, de ses sources d'approvisionnement et de son cahier des charges produits/services afin de se préparer à une vraisemblable augmentation des obligations réglementaires en la matière, aux hausses futures des combustibles fossiles ou à la taxation vraisemblable des émissions :

- recyclage en fin de vie,
- traitement des déchets, pollution consommation d'énergie,
- bilan carbone.

Le grand donneur d'ordres a également un rôle d'exemplarité en vue de sensibiliser ses fournisseurs sur leur responsabilité au titre des problématiques de développement durable. Il intègre dans ses critères de choix les performances des fournisseurs en la matière.

7. Veiller à la responsabilité territoriale de son entreprise

Il relève de la responsabilité de toute entreprise de :

- créer un tissu de relations qui contribue à son développement en veillant aux bons échanges de relations d'affaires avec les clients et les fournisseurs implantés sur le même territoire ;
- rechercher, sur le territoire sur lequel elle exerce son activité, à contribuer le plus possible à développer l'activité économique.

8. Les Achats : une fonction et un processus

Le respect, au quotidien par une entreprise, de l'ensemble des principes énoncés repose sur le professionnalisme de ses acheteurs qui doivent être :

- formés aux techniques du métier Achat ;
- personnellement engagés à respecter l'éthique, faisant preuve d'impartialité et d'objectivité et évitant toute situation susceptible de générer des conflits d'intérêts ;
- chargés d'assurer une mise en concurrence ouverte, libre et loyale, gage d'efficacité sur la base des règles suivantes : libre accès aux appels d'offres, égalité de traitement des candidats, transparence et traçabilité des procédures, prise en compte du coût total tel que défini au point 5.

Les mêmes principes s'appliquent aux achats qui seraient faits par délégation à des tiers.

9. Une fonction Achat chargée de piloter globalement la relation fournisseurs

Chez un grand donneur d'ordres, les acteurs de la fonction Achat ne sont pas exclusivement les acheteurs, mais aussi notamment les prescripteurs et utilisateurs, qui peuvent être en contact quotidien avec les fournisseurs. La qualité de la relation avec les fournisseurs est le résultat d'un travail d'équipe, où la contribution de chacun est déterminante. Il s'agit d'une mission collective.

La fonction Achat pilote ou coordonne l'ensemble de la relation commerciale, financière et comptable vis-à-vis des fournisseurs en :

- animant une relation client – fournisseur, fondée sur le respect mutuel,
- mettant en place les moyens pertinents pour assurer un suivi des fournisseurs,
- communiquant sur sa politique d'achat avec le plus de transparence possible,
- privilégiant la négociation pour résoudre les litiges commerciaux.

La fonction Achat pilote ou coordonne les plans d'activité appropriés à la mise en œuvre de cette Charte, le suivi des indicateurs associés et des actions correctrices qui s'imposeraient.

Les donneurs d'ordres désigneront un ou plusieurs « correspondant PME » pouvant être saisi par les fournisseurs, à défaut de résolution du conflit avec l'acheteur local, de façon à privilégier la médiation.

10. Fixer une politique cohérente de rémunération des acheteurs

La fixation des objectifs d'un acheteur – qu'il soit interne au donneur d'ordres ou délégué - voire l'architecture de la part variable de sa rémunération, intègre notamment l'ensemble de ces principes d'achat responsable sur les plans économique, financier, environnemental et territorial figurant dans cette Charte.

MISE EN ŒUVRE DE LA CHARTE

La CDAF, la Médiation Inter-entreprises et la Médiation des Marchés publics coopéreront pour diffuser cette charte et promouvoir sa bonne application en coordination avec les signataires.

Notamment, la CDAF encouragera la signature de la présente charte par tous les acheteurs adhérant à la Compagnie.

A cette fin, elles créent un Comité de pilotage qu'elles co-présideront et réuniront régulièrement à un rythme d'au moins deux séances par an.

Ces réunions permettront, le cas échéant, de faire évoluer cette Charte.

