



LA CHARTE ACHATS



SOMMAIRE

1)	LE GROUPE EXPERBUY.....	4
2)	LES VALEURS DE NOTRE GROUPE.....	5
3)	PHILOSOPHIE DE LA CHARTE DES ACHATS.....	5
	A. Objectif de la Charte	5
	B. Respect de la législation.....	5
	C. Mode de diffusion et d'utilisation de la Charte.....	6
	D. Mode de contrôle du respect de la Charte	6
	E. Exemplarité de la hiérarchie.....	6
4)	LA STRATEGIE ACHATS EN 3 PRINCIPES	6
	A. Le garant de la stratégie achats et de la déontologie	8
	B. Relations entre service achats et autres services.....	8
	C. Importance de l'image de l'entreprise véhiculée par les achats	9
	D. Importance de l'image de l'entreprise véhiculée par les achats	9
	E. Rôle de conseil de l'acheteur pilote	9
5)	LA SELECTION DES FOURNISSEURS.....	10
	A. Respect de la concurrence	10
	B. Caractère collégial des décisions importantes.....	10
	C. Objectivité des critères de décision.....	10
	D. Objectivité du tour de table	11
6)	TRAITEMENT DES INFORMATIONS ET CONFIDENTIALITE.....	11
	A. Par rapport à ExperBuy	11
	B. Par rapport aux Fournisseurs	12
	C. Par rapport à l'environnement social	12
7)	RELATION AVEC LES FOURNISSEUR	12
A.	Respect des fournisseurs.....	12
	B. Communication avec les fournisseurs	12
	C. Gestion des risques.....	12
	D. Respect des engagements.....	13
	E. Manière de remettre en cause un engagement	13
	F. Engagements à faire respecter par les fournisseurs	13

G.	Gestion de la rupture avec un fournisseur	13
H.	Décomposition des coûts des fournisseurs	14
I.	Attitude en cas de difficulté du partenaire	14
J.	Attitude en cas d'erreur de la part du fournisseur.....	14
K.	Limites de la veille technologique	14
L.	Obligation d'audit pour l'acheteur pilote	15
8)	INTEGRITE DE L'ACHETEUR PILOTE.....	15
A.	Intérêt personnel et intérêt d'entreprise	15
B.	Attitude en cas de conflit personnel.....	15
C.	Transparence.....	15
D.	L'éthique de l'acheteur pilote	16
E.	Le restaurant.....	16
F.	Les cadeaux	16

1) LE GROUPE EXPERBUY

ExperBuy est une société française avec une présence internationale.

Nous sommes un acteur de référence mondiale dans le domaine de la prestation de service en externalisation d'Achats et d'Approvisionnements ainsi que dans le conseil en Achats pour le compte de nos clients.

De forme juridique SASU, (société par actions simplifiées à associé unique) elle est immatriculée au RCS de Lyon sous le SIREN N° 385 109 004 avec un capital social de 891 683,36 €.

Le siège social est situé à 20 Avenue René Cassin 69009 LYON.

Le Groupe **ExperBuy** est constitué de 9 filiales ainsi que des représentations fiscales dans plusieurs pays.

DONNEES CLES



124 M€ CA en 2016



130 salariés en 2016



12 agences dans 7 pays dont 5 en France et sur 3 continents



97% de nos clients nous recommandent



Label diversité en 2013



12 langues maternelles parlées et des projets Internationaux



Certifications ISO 9001 & EN 9120

Une présence internationale

France :

Lyon : Siège social
Lyon BuyzeWay
Bordeaux-Le-Haillan
Sophia-Antipolis
Voisins-le-Bretonneux



Düsseldorf :

Allemagne, Autriche, Suisse

Bucarest :

Roumanie,

Örnsköldsvik :

Suède, Finlande, Norvège, Danemark, UK

Shanghai :

Chine, Hong Kong, Singapour

New York :

Etats-Unis, Canada

2) LES VALEURS DE NOTRE GROUPE

Les valeurs portées par l'ensemble des salariés d'ExperBuy contribuent au développement de la performance. Ces valeurs sont le sourire, la diversité, l'écoute, le partage et l'ouverture.

Elles se déclinent à travers des principes d'actions du service Achats.

3) PHILOSOPHIE DE LA CHARTE DES ACHATS

A. Objectif de la Charte

- Donner du sens aux pratiques d'achat
- Favoriser l'accomplissement humain et professionnel des acheteurs pilotes
- Guider concrètement les acheteurs pilotes dans leurs actions quotidiennes et les accompagner dans la gestion des situations clé de leur métier
- Entretenir et consolider des relations équilibrées avec les fournisseurs
- Donner aux fournisseurs des repères dans leurs relations avec ExperBuy
- Mieux communiquer avec les fournisseurs

B. Respect de la législation

La condition nécessaire mais non suffisante de la mise en œuvre de la déontologie aux achats réside dans le respect scrupuleux de la législation en vigueur. L'acheteur pilote doit se sentir responsable du respect des lois par les fournisseurs et sous-traitants qu'il choisit.

Travail des enfants : Cette condition s'applique également pour les fournisseurs internationaux qui doivent respecter les lois de l'Organisation Internationale du Travail relatives au travail des enfants.

Le terme "enfant" se réfère à une personne plus jeune que le minimum de l'âge légal pour le travail (stipulé SA8000).

Le fournisseur doit aussi respecter les lois applicables dans son pays pour la protection des jeunes personnes qui ne tombent pas dans la définition "d'enfants".

Produits à risque : Le fournisseur doit respecter le Code du travail afin d'appréhender le risque lié aux produits à risque dans son ensemble, depuis la fabrication des produits à risque et leur mise sur le marché jusqu'à leur utilisation professionnelle.

Dans la conception, la fabrication, la livraison et par la chaîne d'approvisionnement entière des produits, toutes les lois nationales applicables, les règlements, les directives, les normes doivent diligemment être suivies par nos fournisseurs.

Travail forcé : L'emploi des personnes doit être volontaire. Le fournisseur ne doit en aucun cas employer une main-d'œuvre de manière obligatoire. Toute forme de travail forcé est interdite. Ni l'entreprise ni n'importe quelle entité fournissant la main-d'œuvre à l'entreprise ne retiendra une quelconque partie du salaire de n'importe quel salarié, ses avantages, ses documents, pour forcer le salarié à continuer à travailler pour l'entreprise.

Abus et harcèlement : Le fournisseur doit s'engager à ce que chacun de ses salariés soit traité avec dignité et respect, de ne pas utiliser les menaces de violence, ou d'autres formes de harcèlement ou d'abus physique, sexuel, psychologique ou verbal.

Discrimination : Il ne doit y avoir aucune discrimination dans l'embauche et les pratiques d'emploi incluant le salaire, les avantages, l'accès à la formation, l'avancement ou la retraite, sur la base de la couleur de peau, la religion, l'âge, la nationalité, l'origine sociale ou ethnique, l'orientation sexuelle, la situation de famille, etc...

C. Mode de diffusion et d'utilisation de la Charte

La charte sera diffusée en interne auprès des services impliqués Supply Chain, Comptabilité Fournisseurs, Commercial, Qualité ainsi qu'aux directions des autres services de l'entreprise. Elle a été conçue pour être un outil opérationnel et vivant, au service de l'ensemble des acteurs des achats. Elle sera accessible depuis notre site internet et fera l'objet de séances d'information en interne et en externe.

D. Mode de contrôle du respect de la Charte

Les points de fonctionnement contrôlables feront l'objet d'un audit interne annuel.

Afin de disposer d'un indicateur externe de respect de la charte et de recouper les données internes, une enquête périodique et anonyme sera réalisée auprès d'un panel de fournisseurs représentatifs, par famille.

E. Exemplarité de la hiérarchie

Le rôle de la hiérarchie des achats et de l'entreprise en général est particulièrement important pour le respect de la charte. Par son exemple d'une application rigoureuse de ce code et de l'esprit qui l'anime, la hiérarchie encourage à son respect par tous. Dans les cas où la décision est difficile pour le collaborateur, les actions développées par la hiérarchie constituent des modèles de comportement. Si l'acheteur pilote subit une pression de sa hiérarchie, il doit s'appuyer sur les critères objectifs d'achat. S'il rencontre une difficulté en matière de déontologie avec son N+1, il doit en référer à son N+2, ou, si cela n'est pas possible au DRH

4) LA STRATEGIE ACHATS EN 3 PRINCIPES





PRINCIPE N°1 : OPTIMISER L'EFFICACITE DES ACHATS

La maîtrise de la performance économique, des coûts et des achats responsables sont conditionnés par le respect des prescriptions élaborées dans notre Charte Achats.

Cette performance économique est évaluée et intégrée dans la construction budgétaire.

Le développement des gains sur achats se fera tout en assurant la satisfaction des clients externes et internes.

Développer une culture de l'achat professionnel selon plusieurs axes :

-  La mise à disposition et le respect de procédures achats adaptées.
-  Un Service Achats constitué de spécialistes par métiers/familles leur permettant ainsi de proposer la meilleure alternative.
-  Une bonne compréhension du besoin client pour une meilleure maîtrise technique et budgétaire, une amélioration du partage des gains.
-  Tendre vers une amélioration continue de la compétitivité en coûts, des délais, de la qualité et de la réactivité de nos fournisseurs.

- Avoir un panel de fournisseurs fidélisés dans une Preferred Suppliers List, homologués selon une procédure d'évaluation adaptée et une mesure régulière de leurs performances.
- La concrétisation et la contractualisation de relations de qualité et durables avec nos fournisseurs pour la transformer en un partenariat stratégique et « win/win ».
- Avoir un portefeuille de fournisseurs internationaux rationalisé et optimisé pour une bonne synergie de nos agences.
- La rigueur administrative et la maîtrise des risques.
- L'écoute permanente de nos fournisseurs, capter l'innovation et les propositions d'optimisation des coûts. Partager nos intérêts stratégiques et économiques avec eux.
- L'amélioration permanente de nos outils informatiques en termes de simplicité, efficacité et fiabilité.
- La tenue de tableaux de bord pour aider à formaliser des objectifs opérationnels et à les mesurer.
- L'installation d'une synergie « groupe » pour obtenir des conditions préférentielles profitables à nos agences, conditionnée par l'outil système et les possibilités fournisseurs.
- La mise en œuvre et le respect de règles de fonctionnement, une communication et une collaboration efficace avec les différents services de l'entreprise et de manière plus générale vers l'externe et l'interne.
- Une formation adaptée aux Approvisionneurs et à notre métier (Négociation Achat SPOT) pour une meilleure maîtrise des achats et des gains.

PRINCIPE N°2 : LA DEONTOLOGIE, L'ETHIQUE ET LA QUALITE DES RELATIONS AVEC NOS FOURNISSEURS

Le Service Achat doit s'appuyer sur des règles de déontologie et d'éthique écrites dans une Charte Achats qui sont les fondations de la qualité de nos relations avec les fournisseurs.

La Charte Achats définit la nature des relations avec les fournisseurs, en particulier la perspective de relations durables.

La contribution de chaque acheteur pilote à la performance globale des achats doit s'inscrire dans ces règles afin de préserver l'identité et la culture d'entreprise d'ExperBuy.

Les acheteurs pilotes représentent ExperBuy vis-à-vis de l'extérieur, ils sont soumis à des appréciations de valeur et de comportement.

Ils doivent toujours agir dans l'intérêt de l'entreprise en dehors de tout intérêt personnel.

Les acheteurs pilotes doivent exercer leur métier dans un souci constant d'équité de traitement des fournisseurs afin de garantir les principes de transparence et de non-discrimination.

Les acheteurs pilotes ne doivent accepter des fournisseurs que ce qui est conforme à notre éthique.

Les fournisseurs ou partenaires connaissent notre politique achat avec les différentes étapes de l'achat et les critères permettant de les sélectionner en toute transparence (Extranet Achats).

Les acheteurs pilotes doivent faire preuve d'efficience et de respect dans l'utilisation des contrats.

Un contrat représente un accord bilatéral, il engage ExperBuy vis à vis des fournisseurs et réciproquement. Notre relation est basée sur un partenariat à long terme avec nos fournisseurs, dans un engagement mutuel d'amélioration de notre performance économique, de partage des intérêts stratégiques et économiques et dans le respect de chacune des parties.

Dans l'optique de s'inscrire dans une démarche de progrès auprès de ses fournisseurs, ExperBuy a adhéré le 20 avril 2012 à la charte Relation Fournisseurs Responsables de la Médiation du crédit et de la Compagnie des Dirigeants et Acheteurs de France (CDAF).



PRINCIPE N°3 : DEVELOPPER DES ACHATS RESPONSABLES DANS UNE DEMARCHE DE RESPONSABILITE SOCIETALE VISANT L'ISO 26 000

Fin 2015 la Direction des Achats a initié le lancement d'un projet de création d'une RSE (Responsabilité Sociétale de l'Entreprise) au sein du groupe avec l'objectif avoué d'atteindre l'ISO 26 000.

Le but est de contribuer au développement durable à l'échelle de notre entreprise.

La mise en œuvre d'une Politique Achats visant à s'appuyer sur des principes directeurs comme « des achats responsables et durables » ne pourra que valoriser les valeurs de l'entreprise par ce projet de création d'une RSE.

Le Service Achats pilote et intégrera la démarche de Responsabilité Sociétale de l'Entreprise à tous les niveaux du groupe en France et à l'international.

Les performances d'ExperBuy en matière de responsabilité sociétale peuvent avoir une incidence sur :

- ☰ Ses avantages concurrentiels
- ☰ Sa réputation
- ☰ Sa capacité à attirer et à retenir ses salarié(e)s, ses clients ou ses fournisseurs
- ☰ Le maintien de la motivation et de l'engagement de ses collaborateurs, ainsi que de leur productivité
- ☰ La vision des investisseurs, des propriétaires, des donateurs, des sponsors et de la communauté financière
- ☰ Ses relations avec les entreprises, les pouvoirs publics, les médias, les fournisseurs, les pairs, les clients et la communauté au sein de laquelle elle intervient.

A. Le garant de la stratégie achats et de la déontologie

Le Directeur des Achats est le garant de la Stratégie Achats dans le cadre des objectifs de l'entreprise, et en coordination avec les centres achats animés par les différents acheteurs pilotes. Il est également garant de la déontologie définie par la présente charte et responsable de sa mise en œuvre dans le service. Au-delà du service Achats, le référent en matière de déontologie est le Directeur des Ressources Humaines.

B. Relations entre service achats et autres services

La charte achat est fortement soutenue et garantie par des relations de transparence entre le service achat et les autres services de l'entreprise. Cette transparence est également un facteur de partage des objectifs et de progrès dans leur poursuite.

C. Importance de l'image de l'entreprise véhiculée par les achats

Les achats sont un des vecteurs de communication et de diffusion de l'image de l'entreprise, et les acheteurs pilotes en sont les ambassadeurs. Dans leurs relations avec les fournisseurs ils engagent la réputation de l'entreprise et doivent contribuer à sa pérennité. Il est donc impératif qu'ils veillent, en même temps qu'à l'efficacité de leurs actions, à leur qualité perçue par les fournisseurs. Les valeurs de l'entreprise doivent imprégner les pratiques professionnelles.

D. Importance de l'image de l'entreprise véhiculée par les achats

L'acheteur pilote est porteur d'une décision – prise par lui-même ou par le groupe - qu'il assume sans se défausser, et il lui appartient d'en mesurer les conséquences et toute la portée vis-à-vis du fournisseur. Cette responsabilité s'entend notamment dans le respect de la stratégie et de la charte achat et du type de relation avec les fournisseurs qui caractérise la culture du service achats.

E. Rôle de conseil de l'acheteur pilote

L'acheteur pilote peut être conduit à prodiguer au fournisseur des conseils destinés à le faire progresser. Il doit le faire avec une certaine prudence et le sens des responsabilités, notamment en étant attentif à l'équilibre des intérêts fournisseur / clients. Les conseils ou les préconisations de l'acheteur pilote doivent préserver les intérêts fondamentaux du fournisseur. Enfin, les réorganisations induites par les décisions d'achat relèvent de la responsabilité managériale du fournisseur, dans laquelle l'acheteur pilote ne peut exercer de droit d'ingérence.

5) LA SELECTION DES FOURNISSEURS

A. Respect de la concurrence

L'acheteur pilote est garant de l'équité des règles du jeu et de la concurrence loyale entre les fournisseurs.

Ce respect des règles du jeu et de nos concurrents est non seulement compatible avec la recherche de la performance, mais il la favorise. Il faut faire preuve de ce respect notamment avec les fournisseurs qui travaillent avec certains de nos concurrents. Lorsqu'on est en phase avec soi-même, avec les valeurs de son équipe et les règles de la compétition, on peut donner le meilleur de soi, et l'exiger des autres.

Cela implique en premier lieu, pour les consultations, la réalisation d'un cahier des charges qui est communiqué de la même manière à tous les fournisseurs. Toutes les informations clé doivent y figurer. Seul un niveau d'information identique permet en effet aux fournisseurs de se mesurer objectivement et équitablement.

B. Caractère collégial des décisions importantes

L'acheteur pilote a une responsabilité individuelle d'éthique et de déontologie mais aussi la capacité à prendre les décisions importantes dans un cadre collégial.

L'organisation de Centres achats permet entre autre, de formaliser et de garantir cette collégialité. Les décisions sont ainsi soumises à la nécessité d'une argumentation défendable et communicable, cohérente avec les objectifs du service, du client interne et de l'entreprise. La crédibilité de l'acheteur pilote s'en trouve renforcée et les risques de subjectivité des décisions réduits. L'acheteur pilote doit donc partager l'information à chaque fois qu'il prend une décision à enjeu. Une fois la décision collégiale prise, l'acheteur pilote en assume l'entière responsabilité vis à vis du fournisseur et doit par son attitude le lui montrer.

C. Objectivité des critères de décision

Les valeurs clé de l'entreprise se traduisent aussi par l'objectivité des critères de sélection des fournisseurs.

L'utilisation de la grille d'évaluation interne, bien qu'elle ne soit pas suffisante pour intégrer l'ensemble des critères de décision, constitue une base indispensable pour garantir l'objectivité de la sélection.

Les fournisseurs doivent être évalués sur leur qualité et leur capacité à répondre aux spécifications demandées, à l'exclusion de critères subjectifs.

Aussi l'appréciation subjective de l'acheteur pilote complète la grille, elle ne peut la contredire.

Dans les cas où l'évaluation objective pose un problème par rapport à la politique de l'entreprise, l'acheteur pilote en réfère à sa hiérarchie

D. Objectivité du tour de table

Il convient de s'assurer qu'aucun fournisseur potentiel n'est exclu a priori. Le processus dit du « tour de table » doit également garantir les mêmes chances (même niveau d'information, notamment) à chacun des postulants, et ce tout au long de la procédure. Il est essentiel que l'image de l'entreprise, attachée aux valeurs de Fair-play, se traduise par une saine compétition entre les fournisseurs. La relation de partenariat avec certains fournisseurs ne doit pas conduire à du favoritisme, qui consisterait par exemple à leur transmettre des informations confidentielles.

Cependant, les fournisseurs privilégiés d'ExperBuy homologués dans la liste PSL sont consultés en priorité.

A prestations égales, ce sont les fournisseurs « de proximité » qui auront la préférence de la sélection afin de respecter la politique environnementale et l'impact carbone lié aux transports.

E. Relation de convivialité avec les Fournisseurs

Les relations professionnelles régulières sont favorisées par un climat de convivialité, qui facilite la communication et la résolution des problèmes et constitue une source de souplesse pour les deux entreprises. Cette convivialité est cohérente avec le respect des fournisseurs et plus largement avec le type de relations qu'ExperBuy souhaite entretenir avec eux. Elles ne doivent cependant pas pouvoir être perçues comme du favoritisme. Il revient à l'acheteur pilote de fixer la limite entre convivialité et relation de dépendance et de conserver son niveau d'exigence et de professionnalisme. L'indépendance de l'acheteur pilote et sa rigueur sont indispensables à une bonne réponse aux besoins des clients internes.

6) TRAITEMENT DES INFORMATIONS ET CONFIDENTIALITE

A. Par rapport à ExperBuy

Les informations que l'acheteur pilote transmet aux fournisseurs doivent se limiter à ce qui est utile pour leur permettre de répondre aux demandes qui leur sont faites et aux fournisseurs pour mieux comprendre les besoins d'ExperBuy.

L'acheteur pilote doit être attentif à ne pas divulguer des informations susceptibles de géné-

rer une perte de valeur pour l'entreprise, notamment par rapport à ses concurrents, qui peuvent entretenir des relations avec les mêmes fournisseurs.

La vigilance et le discernement concernant les informations sensibles font partie des qualités essentielles de l'acheteur pilote.

B. Par rapport aux Fournisseurs

De par sa position et des données que les fournisseurs sont tenus de communiquer à l'acheteur pilote, ce dernier détient des informations sensibles. Il doit veiller à la stricte confidentialité de ces données de façon à préserver une juste concurrence entre les fournisseurs et à conserver son capital confiance auprès d'eux. Ceci s'entend des informations confidentielles. Les conseils que l'acheteur pilote peut donner à des fournisseurs non directement concurrents peuvent contribuer au progrès de tous.

C. Par rapport à l'environnement social

L'acheteur pilote est l'ambassadeur de l'entreprise dans ses relations avec les fournisseurs, mais aussi dans ses relations sociales en général, en particulier lors de ses déplacements professionnels. Il sera donc attentif à ce que son attitude en dehors des rencontres avec les fournisseurs soit également conforme à la bonne réputation de l'entreprise. Ce principe s'applique en particulier aux espaces publics dans lesquels il convient de faire preuve de discrétion professionnelle.

7) RELATION AVEC LES FOURNISSEUR

A. Respect des fournisseurs

EXPERBUY est respectueux de ses fournisseurs, et ce respect se traduit par une certaine courtoisie.

EXPERBUY entretient avec ses fournisseurs des relations saines, basées sur la confiance réciproque. L'accueil qui leur est réservé doit être d'une grande courtoisie (comme par ailleurs pour tous nos interlocuteurs), même lorsque nous pouvons avoir des améliorations à leur demander ou une négociation à engager.

Ceci se traduit par la préparation de la visite, la ponctualité, un environnement de travail confortable, une écoute attentive.

La courtoisie n'est pas incompatible avec un niveau d'exigence élevé, ni avec la précision dans les objectifs à atteindre, bien au contraire.

B. Communication avec les fournisseurs

EXPERBUY demande à ses acheteurs pilotes de développer une communication honnête, courageuse et directe avec ses fournisseurs sur les décisions à venir ou probables les concernant (réorganisations, évolutions technologiques, délocalisations,..). Tout d'abord parce qu'il est important que le fournisseur puisse lui-même prendre ses décisions en connaissant les évolutions prévisibles dans son marché avec nous. Il est donc de la responsabilité de l'acheteur pilote de lui donner toutes les informations non confidentielles qui lui permettront de s'adapter au mieux. Ensuite parce que même les informations qui peuvent décevoir ses attentes seront mieux acceptées si elles sont communiquées franchement et précocement.

C. Gestion des risques

Le fournisseur est bien entendu responsable de sa gestion et de ses décisions, dans laquelle l'acheteur pilote ne doit pas s'ingérer. Par contre, lorsque la stratégie ou les projets d'ExperBuy conduisent l'entreprise à prendre un certain nombre de risques et à les partager avec ses fournisseurs, il est essentiel que

l'acheteur pilote éclaire le fournisseur en toute transparence sur ces risques, dans la limite des informations dont il dispose. La part de risque que chacun accepte d'assumer (en relation avec les intérêts de chacun) doit alors être clairement établie et exprimée. ExperBuy assume ses engagements.

D. Respect des engagements

Le respect des engagements est un des fondements de l'éthique et de la déontologie de cette charte Achats, ainsi que de la confiance dans les relations professionnelles. Le crédit de notre entreprise ainsi que sa réputation imposent le respect scrupuleux de ce principe.

L'acheteur pilote ne doit donc s'engager, par écrit ou par oral, qu'à ce qu'il peut ou que l'entreprise peut raisonnablement tenir. Il est également souhaitable d'anticiper sur les facteurs qui pourraient conduire à remettre en cause un engagement pour des raisons externes à l'entreprise.

Les engagements écrits sont préférables, car ils prêtent moins à interprétations ou à quiproquo. Les engagements oraux doivent se limiter à des enjeux limités et aux relations de confiance éprouvées.

E. Manière de remettre en cause un engagement

La remise en cause d'un engagement doit se faire dans des conditions définies :

- Elle est justifiée lorsque des changements externes ou des contraintes ignorées la rendaient imprévisibles ;
- Elle doit être annoncée dès que connue au fournisseur et de préférence face à face ;
- EXPERBUY assume toujours sa part de responsabilité ;
- L'acheteur pilote cherchera à minimiser les conséquences du changement pour le fournisseur.

F. Engagements à faire respecter par les fournisseurs

L'acheteur pilote précise clairement les engagements réciproques d'ExperBuy et du fournisseur.

Le non-respect d'engagements clairement établis de la part du fournisseur entraîne des sanctions qui doivent être également précisées à l'avance. Celles-ci sont proportionnées au dommage subi par l'entreprise.

G. Gestion de la rupture avec un fournisseur

La rupture de la relation avec un fournisseur est une décision lourde qui a été mûrement pesée. Il est indispensable de la rendre la plus acceptable possible pour le fournisseur par une communication consistante, argumentée et courtoise. La notion de rupture des relations commerciales avec un fournisseur s'applique aussi bien à la rupture totale qu'à la rupture partielle de ces relations.

Elle doit bien entendu s'inscrire dans le respect scrupuleux de la législation en la matière. Si la rupture totale se traduit généralement par une cessation pure et simple de la relation contractuelle (résiliation ou

non-renouvellement d'un contrat), la rupture partielle peut revêtir de nombreuses formes. Elle peut, par exemple, résulter :

- d'un changement d'organisation dans le mode de distribution du fournisseur - d'une réduction significative du courant d'affaires
- d'une modification des conditions tarifaires (hausse de prix) sans préavis du fournisseur alors qu'il pratiquait des prix privilégiés pour ExperBuy ou plus généralement d'une modification unilatérale et substantielle des conditions d'un contrat.

H. Décomposition des coûts des fournisseurs

S'il y a lieu, l'acheteur Pilote pourra demander au fournisseur une décomposition de ses coûts. L'objectif de la décomposition ou analyse détaillée des coûts est de travailler avec le fournisseur dans une démarche d'analyse de la valeur et de chercher à diminuer avec lui les coûts superflus, tout en préservant sa marge. Cette démarche est légitime dans la mesure où elle repose sur une volonté de partage des gains et sur un travail de type collaboratif reposant sur une démarche volontaire du fournisseur et sur la confiance. Le périmètre de décomposition des coûts doit être défini en commun. Les structures de coût du fournisseur doivent rester confidentielles. D'un point de vue légal aussi bien qu'éthique, l'acheteur pilote s'interdit de transmettre ce type de données à un autre fournisseur, même partenaire de l'entreprise (c'est une des limites structurelles du partenariat).

I. Attitude en cas de difficulté du partenaire

ExperBuy maintient avec un fournisseur qui se trouve dans une période de difficulté une relation conforme à ses principes. L'opportunisme ne doit pas conduire à chercher à exploiter une telle situation sur le court terme. Bien au contraire, dans la mesure où cela est cohérent avec nos objectifs et où ces difficultés sont conjoncturelles, nous adopterons toujours une attitude de soutien à l'égard de nos partenaires.

J. Attitude en cas d'erreur de la part du fournisseur

Lorsque l'acheteur pilote constate une erreur de la part du fournisseur il la lui signale, y compris lorsque cette erreur est en défaveur du fournisseur. Cette règle s'étend aux erreurs manifestes d'évaluation de coûts, de conditions de réalisations peu réalistes qui présenteraient des risques ultérieurs pour l'une ou l'autre entreprise.

K. Limites de la veille technologique

La veille technologique et sectorielle et leur contribution à la veille stratégique font pleinement partie du rôle de l'acheteur pilote. Il est en effet essentiel que celui-ci puisse identifier des opportunités d'innovation et anticiper sur les orientations technologiques à venir. Il doit donc développer sa capacité à observer l'environnement technologique ou commercial de façon à transmettre les informations clés aux services concernés.

Cette mission doit cependant rester dans le cadre de la veille légitime, dans ses objectifs comme dans les moyens mis en œuvre. Les objectifs de la veille sont de maintenir la compétitivité et l'innovation d'ExperBuy.

Ils ne peuvent aller jusqu'au détournement de la propriété intellectuelle. La veille doit être limitée aux sources accessibles par des moyens légaux et ne peut jamais s'apparenter à de l'espionnage industriel (c'est-à-dire à la recherche d'informations fermées), ou à une forme de chantage quelconque exercé sur les fournisseurs. Le recueil d'informations vitales pour le partenaire, par des moyens détournés et à son insu ne fait pas partie de la veille technologique admise par ExperBuy. Ceci est particulièrement important pour délimiter le périmètre des audits conduits par l'acheteur pilote. Cette règle d'honnêteté s'applique de façon emblématique dans les cas sensibles où l'entreprise est susceptible de pouvoir utiliser le savoir-faire des fournisseurs.

L. Obligation d'audit pour l'acheteur pilote

L'acheteur pilote met en œuvre un système d'informations et audite régulièrement ses fournisseurs de façon à avoir une connaissance suffisamment précise de la situation de ces derniers. Il peut ainsi maîtriser les risques financiers, industriels, technologiques, sociaux ou environnementaux liés à son métier.

8) INTEGRITE DE L'ACHETEUR PILOTE

A. Intérêt personnel et intérêt d'entreprise

Un acheteur pilote peut être confronté à des situations dans lesquelles son intérêt personnel (ou celui de proches) se trouve en contradiction avec l'intérêt de l'entreprise. La préservation de l'objectivité et du professionnalisme dans les relations avec les fournisseurs implique une séparation stricte entre l'intérêt de l'entreprise et l'intérêt personnel de l'acheteur pilote. L'acheteur pilote doit s'interdire de faire interférer son intérêt personnel avec celui de l'entreprise.

Dès lors que son intérêt personnel est susceptible d'être engagé dans un dossier, à quelque titre que ce soit, il en réfère à sa hiérarchie et transmet ce dossier à un collègue.

Ceci concerne particulièrement les intérêts financiers (prise de participation) ou l'implication dans le fonctionnement opérationnel d'un sous-traitant, fournisseur ou concurrent, pour l'acheteur pilote ou sa famille.

Seuls les avantages offerts à l'ensemble du personnel de façon collective et officielle sont admissibles après accord de la Direction.

B. Attitude en cas de conflit personnel

L'acheteur pilote fait preuve de professionnalisme dans ses relations avec les fournisseurs. Il s'interdit de faire intervenir ses sentiments ou appréciations personnelles sur le fournisseur ou son représentant dans l'évaluation de l'offre.

C. Transparence

L'acheteur pilote s'engage à prendre des décisions et à mener des actions en accord avec la politique du service achat, qui puissent être communiquées ou argumentées au sein du service ou des Centres Achat.

La gestion de la relation avec les fournisseurs doit concilier l'implication de l'acheteur pilote et la possibilité que le dossier puisse à tout moment être géré par d'autres personnes.

La transparence est de ce point de vue à la fois une nécessité organisationnelle et une règle déontologique. Dans les cas où l'acheteur pilote est en relation personnelle avec un fournisseur il doit en informer le Directeur Achats, qui appréciera s'il est préférable que le dossier soit géré par une autre personne.

D. L'éthique de l'acheteur pilote

L'acheteur pilote doit aussi savoir conserver son indépendance d'esprit et avoir la volonté d'affirmer son éthique d'acheteur pilote dans le contexte de l'entreprise. Dans le cas où certaines décisions lui paraîtraient contraires à son éthique, il est légitime qu'il fasse valoir ses arguments et exprime son désaccord. En cas de désaccord persistant, il peut avoir recours aux conseils de sa hiérarchie.

E. Le restaurant

L'invitation au restaurant par un fournisseur dans le contexte de réunions ou de journées de travail est normale. Elle peut aussi relever de l'établissement ou de l'entretien d'une relation de convivialité, elle-même propice aux échanges professionnels. L'acheteur pilote sera toujours attentif à ce que ces invitations ne puissent être interprétées comme un avantage personnel, d'une part en veillant à la réciprocité, d'autre part en les limitant au menu standard. La fréquence de ces invitations est également à prendre en compte.

F. Les cadeaux

Les cadeaux, lorsqu'il y en a, sont des moyens d'entretenir des relations professionnelles courtoises.

L'acheteur pilote peut bénéficier de cadeaux de la part du fournisseur, lorsque ces cadeaux s'inscrivent dans le cadre des relations commerciales et professionnelles d'entreprise à entreprise, et n'exercent aucune influence sur les décisions de l'acheteur pilote, ce qui implique que les cadeaux :

- ne dépassent pas la valeur communément admise dans ce type de relations
- soient remis à l'acheteur pilote dans son cadre professionnel, en toute transparence ;
- fassent autant que possible l'objet d'une répartition entre les collaborateurs du service ;
- fassent l'objet de remerciements sur papier à en-tête ExperBuy.
- Les voyages ou prestations de service ne rentrent pas dans le cadre des cadeaux légitimes dans les relations professionnelles.

Signatures Service Achats

Philippe EYLENBOSCH

Directeur des Achats Lyon

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "P. Eylenbosch", with a long horizontal stroke underneath.

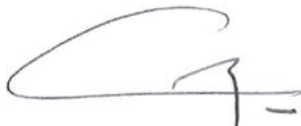
Allan JUFFIN

Acheteur Pilote Sophia Antipolis

A handwritten signature in black ink, appearing to read "A. Juffin", with a long horizontal stroke underneath.

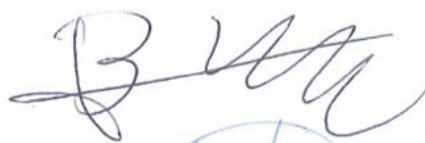
David HUGON

Acheteur Pilote Le Haillan

A handwritten signature in black ink, appearing to read "D. Hugon", with a long horizontal stroke underneath.

Frédéric BIER

Acheteur Pilote Lyon

A handwritten signature in black ink, appearing to read "F. Bier", with a long horizontal stroke underneath.

Arnaud VALENTIN

Acheteur Pilote Lyon

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "A. Valentin", with a long horizontal stroke underneath.

Aurelia STOIAN

Acheteuse Pilote Bucarest

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "A. Stoian", with a long horizontal stroke underneath.

Sylvie LEGINGRE

Acheteuse-Négociatrice Le Haillan

A handwritten signature in black ink, appearing to read "S. Legingre", with a long horizontal stroke underneath.