

Le digital au service des achats responsables

Les choix technologiques des grandes plateformes d'e-commerce, notamment celles ciblant le monde professionnel, préfigurent souvent les tendances à venir sur le marché du digital achats. Aussi, le filtrage de «produits certifiés durables» proposé depuis quelques mois par Amazon Business, après la fonctionnalité «fournisseurs locaux préférés» en Europe, confirme le poids croissant des critères de Responsabilité sociétale des entreprises (RSE) dans les processus de sélection des fournisseurs et leur prise en compte progressive dans les solutions spécialisées.



Bertrand Gabriel

L'auteur est président et fondateur d'Acxias, agence spécialisée dans l'optimisation et la transformation digitale des achats, des approvisionnements et de la comptabilité fournisseurs avec des solutions et technologies de pointe. Acxias bénéficie d'une expertise reconnue des solutions SAP Ariba et est partenaire SAP depuis 2016. Avant de fonder Acxias, en 2007, Bertrand a travaillé chez Toshiba au Japon, Eclatec, Altran et chez Usinor devenu Arcelor puis ArcelorMittal en 2006. De formation initiale Ingénieur Insa Mathématiques appliquées, titulaire d'un Master recherche en analyse des modèles stochastiques et théorie du contrôle, il a également un diplôme Executives Insead Blue Ocean Strategy.

Autre exemple d'acteur de l'e-commerce professionnel engagé dans cette voie: Manutan. Le distributeur spécialisé dans les équipements et les fournitures pour les entreprises et les collectivités a développé une approche permettant aux acheteurs de choisir des produits selon leurs impacts environnementaux et sociaux. Depuis quelques mois également, les acheteurs ont la possibilité de filtrer leurs recherches en fonction des 5 types d'impacts correspondant à leurs priorités, à savoir: préservation des ressources, réduction des déchets, limitation de l'empreinte carbone, santé et bien-être des utilisateurs, inclusion sociale.

Des exigences plus élevées et une pression réglementaire

C'est en suivant la même logique que certains éditeurs de solutions digitales achats se sont aujourd'hui saisis du sujet, notamment avec leur module de gestion des risques, comme c'est le cas chez le leader SAP Ariba. De plus en plus d'organisations sont aujourd'hui sensibles à ces enjeux RSE, et font ainsi le choix d'intégrer des fonctionnalités dédiées au sein de leur système d'information achats. Pourquoi cet emballement? Par conviction, d'abord, dans un contexte où l'accélération des perturbations (changement climatique, guerres et crises géopolitiques, pandémies, etc.) a déclenché une prise de conscience de l'opinion publique et des entreprises. Deux autres facteurs expliquent la demande croissante des entreprises pour des outils de gestion de la RSE: les exigences toujours plus élevées des investisseurs – en lien avec l'image de l'entreprise – et des clients d'une part, et surtout la multiplication des obligations réglementaires d'autre part. La pression liée à ces dernières

ne cesse de s'accroître, avec notamment de nouveaux textes liés au reporting extra-financier visant à améliorer l'information liée aux critères environnementaux, sociaux et de gouvernance (ESG).

L'évaluation de la démarche RSE sur la base de ces trois groupes de critères vise plus précisément la protection des ressources naturelles, la diminution de l'émission de polluants notamment des gaz à effet de serre, le positionnement en faveur des politiques d'inclusion et d'égalité, le maintien d'une conduite éthique, avec des mécanismes de lutte contre la discrimination, la corruption et le harcèlement.

Agrégation et diffusion des informations RSE dans les processus

Pour les directions des achats, choisir entre des pratiques favorisant la durabilité versus les objectifs de gains financiers est une stratégie dépassée. Combiner les deux objectifs, en intégrant au sein des activités opérationnelles d'achat des décisions



Image: Adobe Stock

