

# L'ÉTHIQUE DES ACHATS

**Une organisation efficace et structurée de la fonction Achats est nécessaire à la conduite d'une stratégie cohérente, performante et éthique.**

## LES RESPONSABILITÉS DE L'ACHETEUR ET LES RÈGLES DE COMPORTEMENT

*L'Acheteur véhicule l'image de son entreprise et du Groupe à l'extérieur: son éthique personnelle, sa probité, son professionnalisme et sa fermeté sont autant de gages d'efficacité pour son action, mais ils sont aussi un élément de la réputation et de l'image de SUEZ.*

### Loyauté, transparence et respect mutuel

*La fonction Achats nécessite une participation active de différents services de l'entreprise et une forte coordination des services Achats au sein du Groupe selon les principes suivants:*

- participation active et loyale des différents interlocuteurs durant les phases de préparation et de mise en œuvre de la politique Achats \_ cette participation s'exerce dans les groupes de travail constitués à cette fin,
- transparence dans la communication des informations pertinentes,
- respect mutuel de la programmation du travail des Acheteurs des différentes organisations (entités, branches, Groupe) permettant d'éviter ainsi chevauchement de priorités, redondance d'analyses et pertes de synergies.

Dans son rôle d'animateur d'un projet collectif à l'intérieur d'une entreprise ou du Groupe, l'Acheteur veillera à:

- rechercher la prise de décisions collectives,
- clarifier les objectifs de chacun des intervenants,
- identifier, avec l'ensemble des intervenants internes, les risques et les opportunités d'un contrat,
- expliquer à tous le pourquoi et le comment des décisions prises à chaque étape des processus,
- ne s'engager qu'à partir d'informations fiables et vérifiées,
- respecter le niveau de confidentialité des informations que lui transmettent les divers intervenants et rechercher le même niveau de qualité pour les informations qu'il transmet en retour,
- informer l'ensemble des intervenants du déroulement de la procédure et du contrat.

## Intégrité

*SUEZ attache la plus haute importance aux qualités professionnelles et morales de ceux et de celles qui sont en relation avec les fournisseurs et sous-traitants. Cela ne concerne pas seulement l'Acheteur proprement-dit, mais également tout collaborateur susceptible d'influencer l'acte d'achat: prescripteurs, techniciens, personnels chargés de suivre l'exécution d'un contrat, voire utilisateurs d'un bien ou d'un service fourni.*

*Le fait qu'un collègue ou qu'un concurrent puisse avoir un comportement différent de ceux décrits ci-après n'est jamais une raison ni une excuse suffisante pour transgresser les règles du Groupe. La seule recherche de la performance financière ne peut jamais justifier un écart de comportement.*

L'Acheteur se doit de veiller à éviter les situations de conflit d'intérêt<sup>1</sup> et à se protéger de tentatives de manipulation de la part des fournisseurs ou des candidats à un appel d'offres. Il doit être attentif à ne pas altérer son impartialité, son objectivité et son indépendance de jugement. En cas de difficulté, il doit pouvoir s'entretenir ouvertement avec ses collègues et son supérieur hiérarchique de la conduite à tenir.

La probité, l'honnêteté, l'intégrité et l'impartialité gouvernent les relations avec les fournisseurs:

- l'exactitude des informations communiquées aux fournisseurs;
- le même niveau d'information à tous les fournisseurs impliqués par un projet;
- l'observation des réglementations nationales et internationales applicables en la matière, notamment celles relatives à la concurrence;
- l'expression claire des critères de sélection des candidats et d'attribution de marchés;
- l'information des fournisseurs non retenus, précisant les motifs de refus de leurs offres en veillant à ne pas enfreindre les règles de confidentialité;
- le respect des contrats, des promesses et des engagements, notamment des délais de paiement;
- la discrétion, le respect du caractère confidentiel des informations de nature à porter atteinte aux intérêts d'un fournisseur comme à ceux d'une société du Groupe, voire d'un client;
- la recherche de la rapidité et de l'équité dans les règlements des différends;
- le respect de ses interlocuteurs, la loyauté, la courtoisie et l'équité.

Vis-à-vis des tiers, l'Acheteur ne s'engagera qu'avec la certitude de l'existence du consensus interne et évaluera les capacités du vendeur à respecter les bases du contrat établi. Lorsqu'un imprévu perturbe les prévisions, il en informe ses interlocuteurs et essaie de régler problème par la concertation le plus rapidement possible et ce, de manière factuelle et transparente.

L'Acheteur doit être conscient que sa position l'expose aux sollicitations ou aux pressions des fournisseurs. Cela prend parfois la forme de cadeaux, d'invitations, d'avantages en nature, voire même quelques formes complexes et subtiles de chantage affectif, ... dans le but d'influencer une décision. L'Acheteur doit veiller à garder son indépendance de jugement, son attitude ne doit pas laisser à penser qu'il soit possible de l'influencer.

Tout collaborateur de SUEZ observe les règles suivantes:

- les cadeaux offerts en tant que simple manifestation de courtoisie et d'une valeur faible ne sont acceptables que s'ils sont exceptionnels et liés à des occasions qui les justifient (par ex. fin d'année) ou à des pratiques propres à certains pays;

<sup>1</sup> *Situation de conflit d'intérêt: toute situation professionnelle dans laquelle le pouvoir de décision ou d'appréciation d'une personne peut être influencé ou altéré dans son indépendance ou son intégrité par des considérations d'ordre personnel ou par une pression exercée par une personne dont l'objectif est extérieur à l'intérêt de l'entreprise.*

- les invitations à des manifestations culturelles, sportives ou similaires doivent être autorisées par la hiérarchie, conserver un caractère exceptionnel et ne pas entraîner de dépenses inconsidérées;
- les invitations à des voyages ou congrès peuvent être acceptées avec l'autorisation de la hiérarchie s'il s'agit d'invitations collectives revêtant un intérêt professionnel certain. Dans le Groupe, les frais de déplacement et de logement sont toujours à la charge de la société acheteuse;
- tout autre avantage en nature (produits ou services du fournisseur qui seraient offerts ou ristournés pour l'Acheteur ou ses proches) doit être refusé sauf permission du supérieur hiérarchique, après vérification de l'absence de conflit d'intérêt.

Les acheteurs professionnels et toute personne d'un service d'achats ou d'approvisionnements ou de logistique forment une population particulièrement exposée. Afin de protéger autant leur réputation que celle du Groupe, il leur est interdit de recevoir le moindre cadeau. Ils doivent périodiquement en avertir les fournisseurs réels ou potentiels. Il est des situations qui peuvent soulever des interrogations quant à leur nature (par exemple: une invitation à la fois technique et de loisir). Dans ce cas, ils doivent obtenir l'autorisation formelle de leur hiérarchie.

*Il est de la responsabilité des dirigeants de s'assurer de la bonne application des règles d'éthique.*

*Il ne suffit pas de déclarer que «**tout engagement doit être tenu**», il appartient à chacun de mettre en place l'organisation qui permet de le faire.*

## LES RÈGLES DE LA CONCURRENCE

*Toute entreprise détenant une position significative se doit de veiller à ne pas abuser de sa position ni mettre un acteur économique en position de dépendance, imposer des conditions léonines ou pratiquer des prix discriminatoires ou excessifs.*

L'Acheteur évite toute action qui pourrait être ressentie par le fournisseur comme une pression, comme par exemple:

- les engagements de réciprocité (achat à un fournisseur en contrepartie d'une vente),
- les conditions qui mettent le fournisseur en réelle position de dépendance vis-à-vis de l'Acheteur,
- les sollicitations à sponsoriser des clubs sportifs ou manifestations culturelles, ou encore à participer à des tombolas, ...

Lorsqu'un acheteur du Groupe consulte à la fois les entreprises extérieures au Groupe et des entreprises faisant partie du Groupe, les mêmes règles s'appliquent aux unes et aux autres.

La recherche légitime d'information sur les concurrents et/ou les fournisseurs dans le cadre de l'observation des marchés, ne doit pas entraver non plus le jeu normal de la concurrence. Cette recherche d'informations sur l'état du marché fournisseur demeure une nécessité; tous les moyens peuvent donc être utilisés pourvu qu'ils soient légaux et éthiques. Les Acheteurs utilisent librement de nombreuses sources d'information telles que la presse et autres médias, les brochures publicitaires, les rapports de consultants, les indications de clients, les visites de salons ou d'installations pour effectuer leur veille concurrentielle et technologique.

## LES ENGAGEMENTS VIS-À-VIS DU DÉVELOPPEMENT DURABLE ET DE LA RESPONSABILITÉ SOCIALE

*SUEZ intègre ses préoccupations environnementales et sociétales dans les procédures d'Achats; c'est pourquoi les cahiers des charges comportent des critères de sélection des fournisseurs et des produits en relation avec nos engagements de type sociétal et environnemental.*

Les "Principes Directeurs de l'OCDE à l'Intention des Entreprises Multinationales" ou ceux qui figurent dans la "Déclaration de Principes Tripartite sur les Entreprises Multinationales et la Politique Sociale" de l'Office International du Travail<sup>2</sup> –voire ceux de la SA 8000 et la norme ISO 14000– peuvent inspirer l'Acheteur dans sa démarche.

Concrètement, l'Acheteur doit s'assurer que les fournisseurs adhèrent à des principes simples:

- l'adéquation des produits ou services aux besoins exprimés par nos cahiers des charges,
- le respect de la réglementation en termes de sécurité, de bien-être des travailleurs et de la protection des enfants,
- l'engagement à ne pratiquer aucune forme de discrimination au sein de leur société ou envers leurs sous-traitants, et à ne se livrer à aucun acte de corruption,
- le respect de l'environnement, au niveau de la conception, de la fabrication, de l'usage et de la destruction ou du recyclage des produits.

Les modalités de fixation et de contrôle du respect de ces principes sont laissées à l'appréciation du management Achats local, que ce soit par insertion dans les cahiers des charges ou par un contrôle effectif en fonction de l'importance stratégique de l'achat. A minima, lors des consultations, il sera demandé aux fournisseurs de préciser les actions qu'ils ont eu sur le thème du développement durable et de la responsabilité sociale. Ces actions devront être prises en compte au moment de la sélection des fournisseurs.

<sup>2</sup> voir ces documents, avec leurs commentaires, sur les sites: [www.oecd.org](http://www.oecd.org) (documentation, affaires financières, fiscales et des entreprises, rechercher ensuite le texte du 31 octobre 2001) et [www.ilo.org](http://www.ilo.org) (rechercher les pages sur la déclaration tripartite), pour la SA 8000 faire: [www.cepa.org](http://www.cepa.org).

**Pour toute question relative à l'éthique des achats, vous pouvez vous adresser au déontologue de votre société ou au déontologue du Groupe via [ethic@suez.com](mailto:ethic@suez.com)**

*N.B. Vous trouverez sur PACHA le texte complet du Guide Pratique "L'éthique aux achats" - Celui-ci reprend en annexe quelques conseils pratiques concernant l'organisation des achats, la mission de la fonction achats, les rôles de l'acheteur, les procédures et les outils.*