



médiateur

DES RELATIONS
INTER-ENTREPRISES
INDUSTRIELLES
ET DE LA SOUS-TRAITANCE



RELATIONS ENTRE GRANDS DONNEURS D'ORDRES ET ACTEURS DE LA COMMUNICATION GLOBALE

19 mai 2011

Salle Victor Hugo immeuble Chaban Delmas – 101, rue de l'Université

PARTIE 3 : Médiation et Charte

Projet de baromètre

La Médiation poursuit trois objectifs :

- **Ré humaniser** la relation entre le client et le fournisseur,
- Insister sur la nécessité pour les PME d'assurer leur **indépendance stratégique**,
- Favoriser la **conscience de responsabilité** de la filière pour les grandes entreprises.



2009

l'OHM est sensibilisé au sujet de la médiation

2010

Naissance du bureau OHM médiation



Fév. 2010

Charte de la Médiation du Crédit et de la CDAF

Avril 2010

La Médiation est confiée par le gouvernement à **M. Jean-Claude Volot**



Déc. 2010

Initiative OHM

Fév. 2011

Groupe de travail OHM



6 avril 2011

Lancement du baromètre lors de la plénière OHM

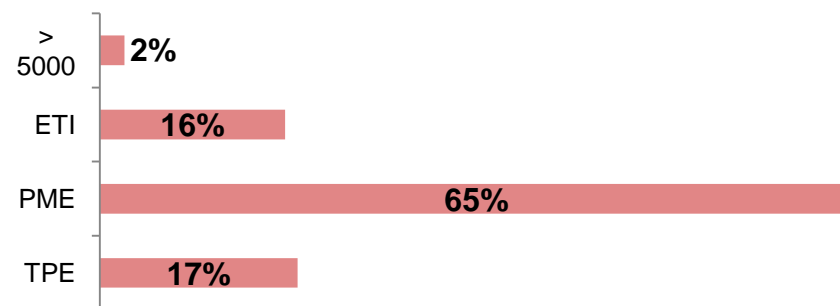
PARTIE 3 : Les répondants

Périmètre de l'étude

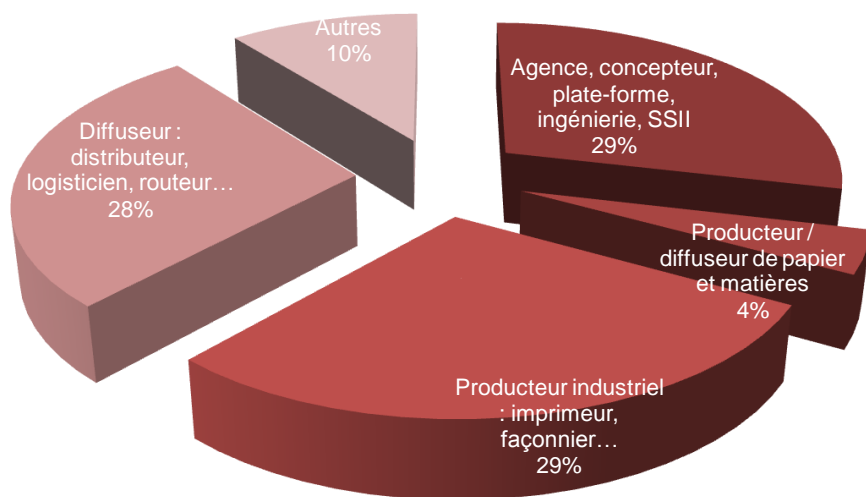
Répondants

- a. **94 acteurs** de la branche répondants
- b. **282 relations** avec les donneurs d'ordres évaluées correspondant à :
 - **83 donneurs d'ordres identifiés, dont 18 signataires de la Charte** et plus de **30 parmi les 100 premiers donneurs d'ordres** sur le marché français

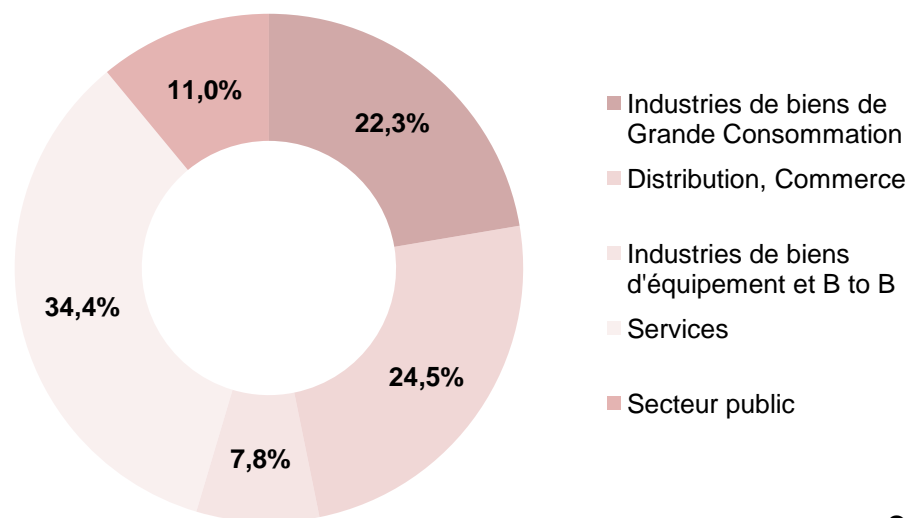
Répartition de l'échantillon des répondants



Répartition des profils des répondants

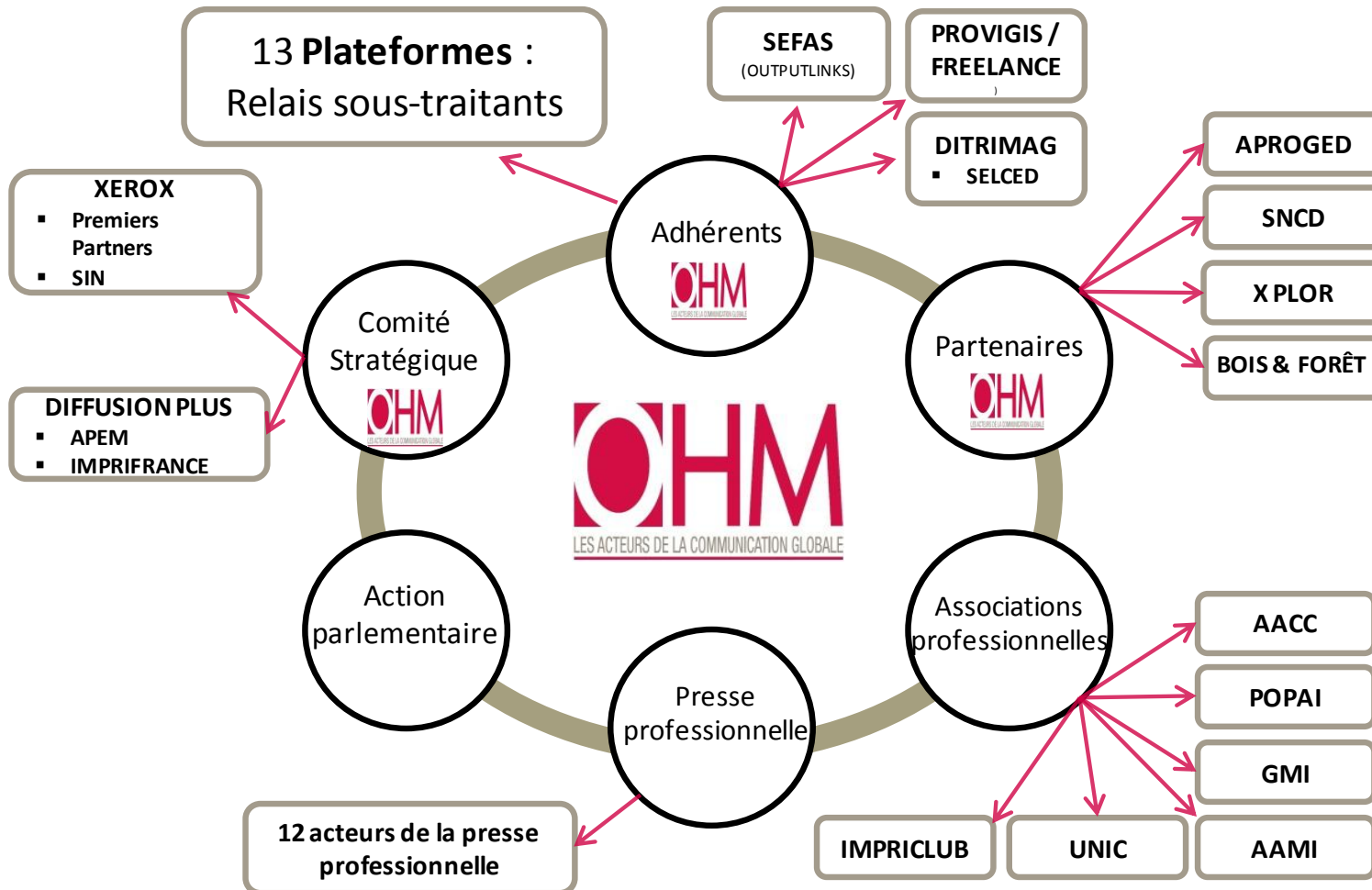


Répartition des secteurs d'activités évalués



PARTIE 3 : Méthodologie et Ecosystème

Panel interrogé et relais d'information



PARTIE 3 : La charte et la médiation

Une utilité reconnue par tous

97%

Une perception de la Charte
unanimentement positive



Charte
Relations inter-entreprises
SIGNATAIRE



90%

9 répondants sur 10 souhaitent
que la médiation intervienne
dans le cadre de ses litiges

PARTIE 3 : La charte

10 engagements

1. Assurer une équité financière vis-à-vis des fournisseurs
2. Favoriser la collaboration entre grands donneurs d'ordre et fournisseurs stratégiques
3. Réduire les risques de dépendance réciproques entre donneurs d'ordres et fournisseurs
4. Impliquer les grands donneurs d'ordres dans leur Filière
5. Apprécier le coût total de l'Achat
6. Intégrer la problématique environnementale
7. Veiller à la responsabilité territoriale de son entreprise
8. Les achats : une fonction et un processus
9. Une fonction achat chargée de piloter globalement la relation fournisseurs
10. (Fixer une politique cohérente de rémunération des acheteurs)



PARTIE 3 : La charte

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

Votre donneur d'ordre respecte-t-il les dispositions de la loi LME ?

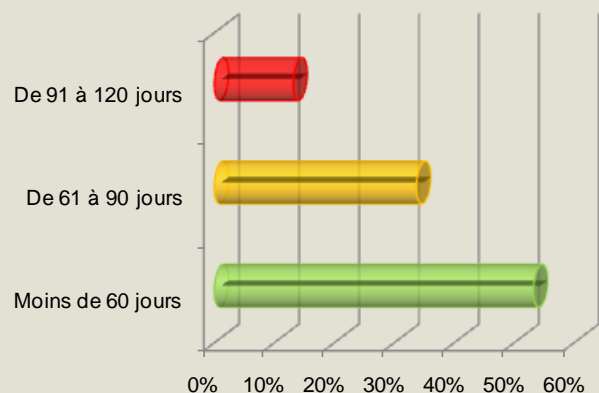
Oui pour 69%



47%



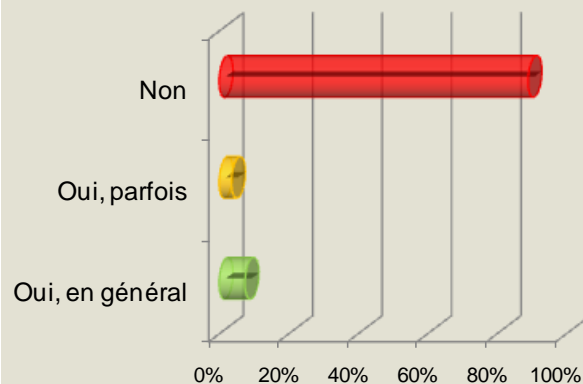
Donneurs d'ordres qui règlent à plus de 60 jours



89%



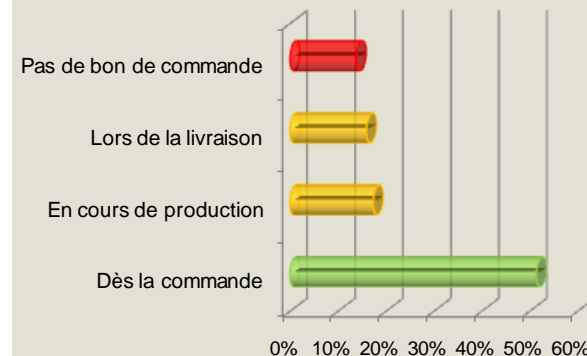
Répondants n'ayant aucune contrepartie financière lorsque les délais de règlement LME ne sont pas respectés



49%



Nombre de commandes ne faisant pas l'objet d'un bon de commande lors de la passation

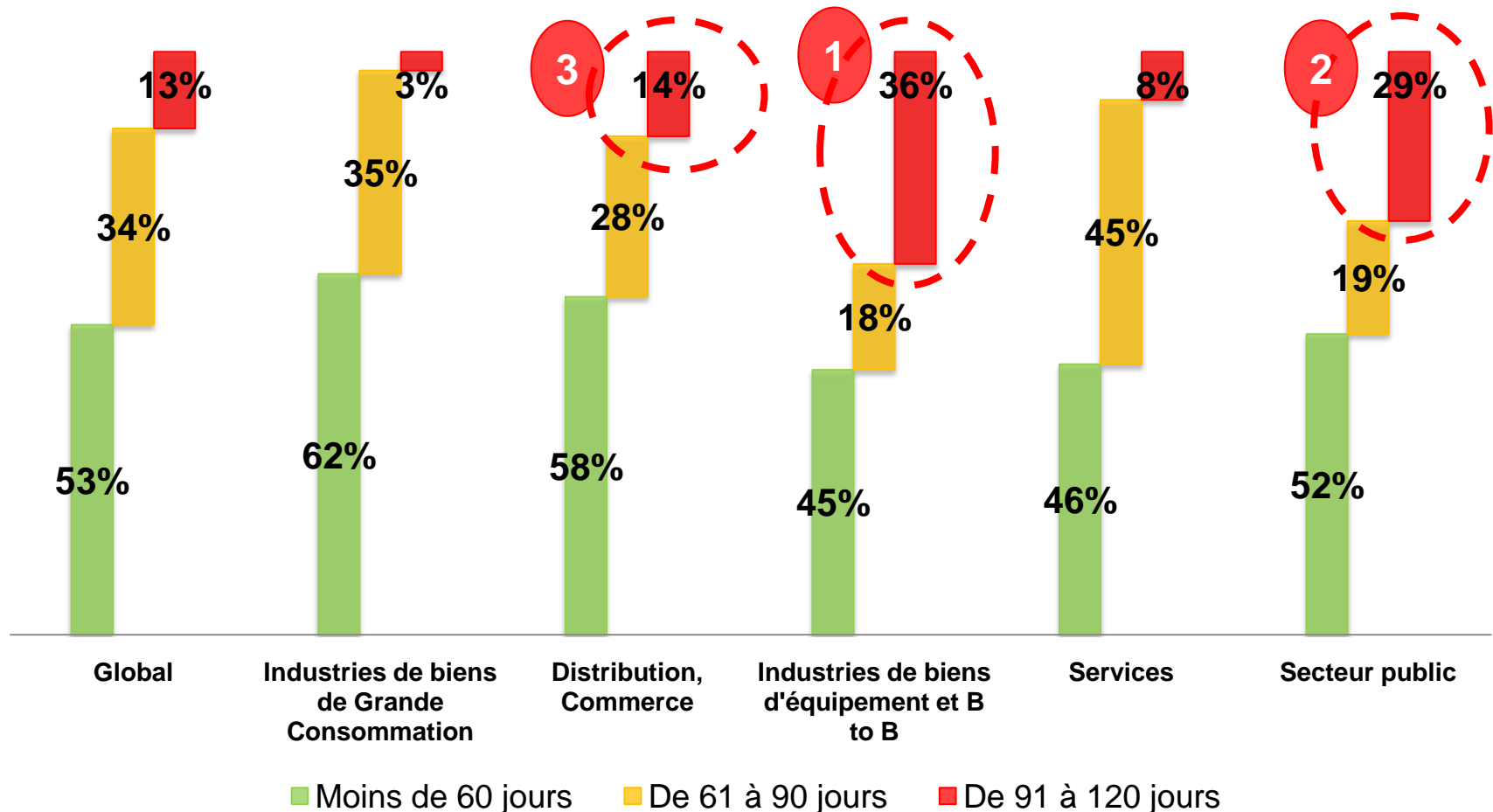


PARTIE 3 : La charte

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

Des secteurs d'activité perçus moins respectueux de la loi LME que d'autres :

Des délais de règlement variables d'un secteur à l'autre



PARTIE 3 : La charte

2. Favoriser la collaboration grands donneurs d'ordres/ Prestataires

66%

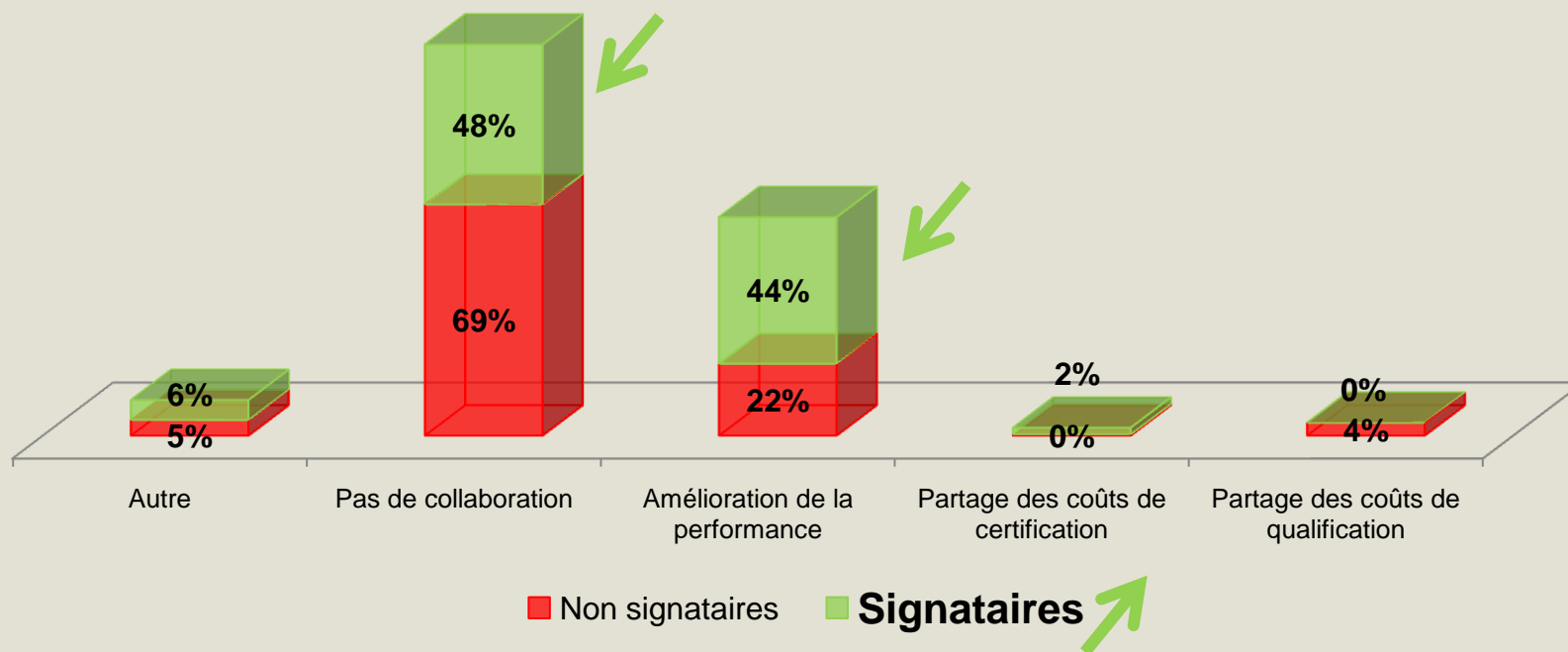


Répondants déclarant une collaboration « **non installée** » avec leurs donneurs d'ordres

44%



Une vision collaborative perçue chez les **signataires de la charte** : 44% d'entre eux vont sur le chemin de **l'amélioration de la performance** avec leurs prestataires



PARTIE 3 : La charte

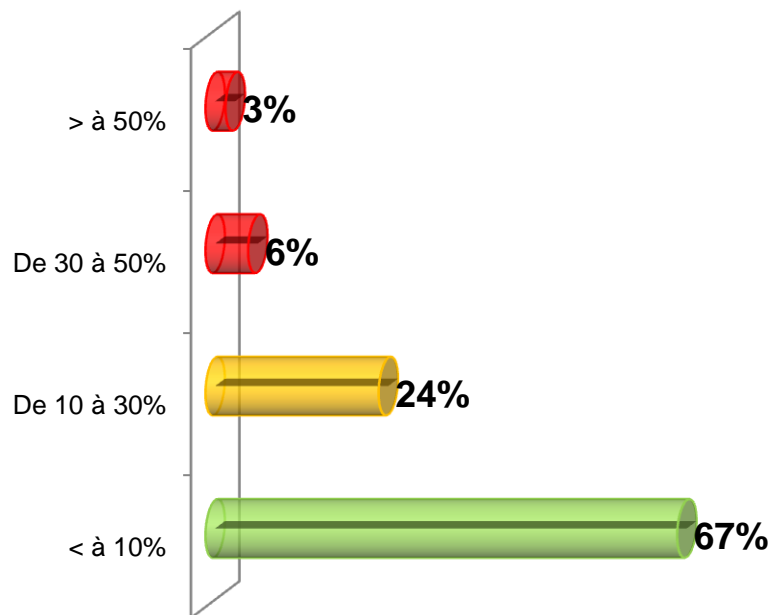
3. Réduire les risques de dépendance réciproques

Une dépendance limitée...à surveiller

67%



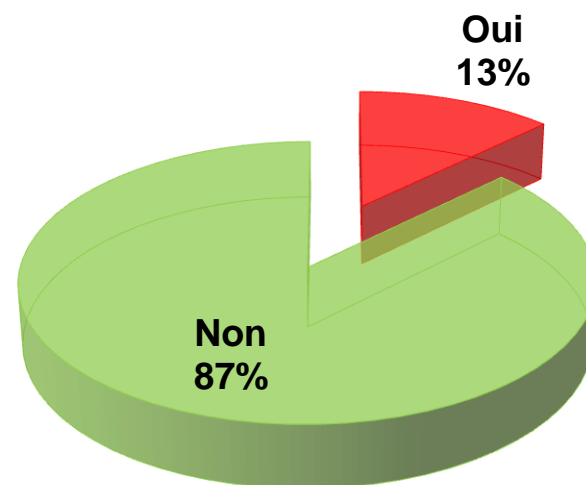
Répondants déclarant ne pas être en dépendance vis-à-vis des grands donneurs d'ordres qu'ils ont évalués.



87%



Répondants déclarant ne pas être en "monopole technique" par rapport aux donneurs d'ordres qu'ils ont évalués.



PARTIE 3 : La charte

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

Pas/peu d'échanges dans la relation actuelle... des opportunités perdues ...

Une implication fournisseurs clients indispensable

55%



Répondants **communiquant peu** sinon jamais de l'information à leurs donneurs d'ordres .



76%

Donneurs d'ordres ne faisant pas part de leur **gestion prévisionnelle** des achats.

17%



Répondants qui ont constaté au cours de ces 3 dernières années **une ré-internalisation** des prestations par le donneur d'ordres .



32%

Répondants constatant que leurs donneurs d'ordres sont dans une politique de **consolidation de leurs achats à l'international...**

... et seuls **22%** des répondants sont sollicités

PARTIE 3 : La charte

5. Apprécier le coût total de l'Achat

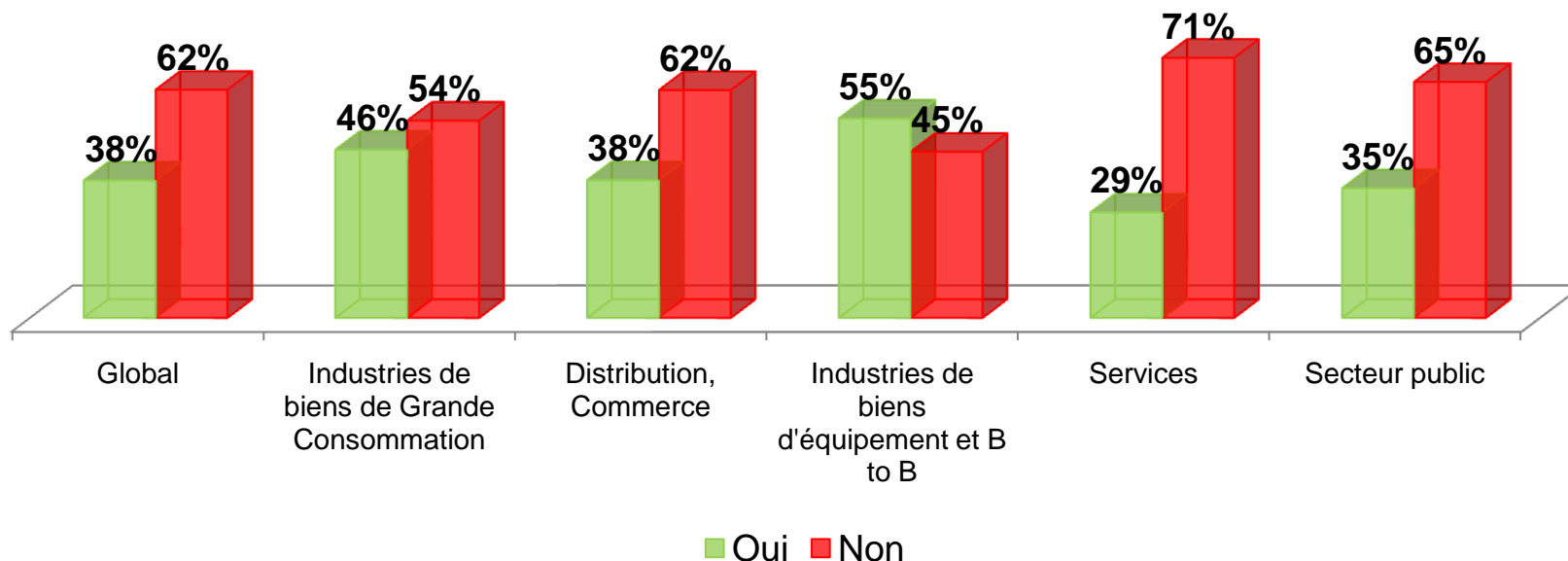
L'appréciation du juste coût

Un manque ressenti par la branche

Seuls **13%**



Seuls **13%** des donneurs d'ordres prennent **SYSTÉMATIQUEMENT** en compte l'ensemble des composantes du coût selon les répondants.



PARTIE 3 : La charte

6. Intégrer la problématique environnementale

1 cahier des charges sur 2 mentionne les critères d'éco conception

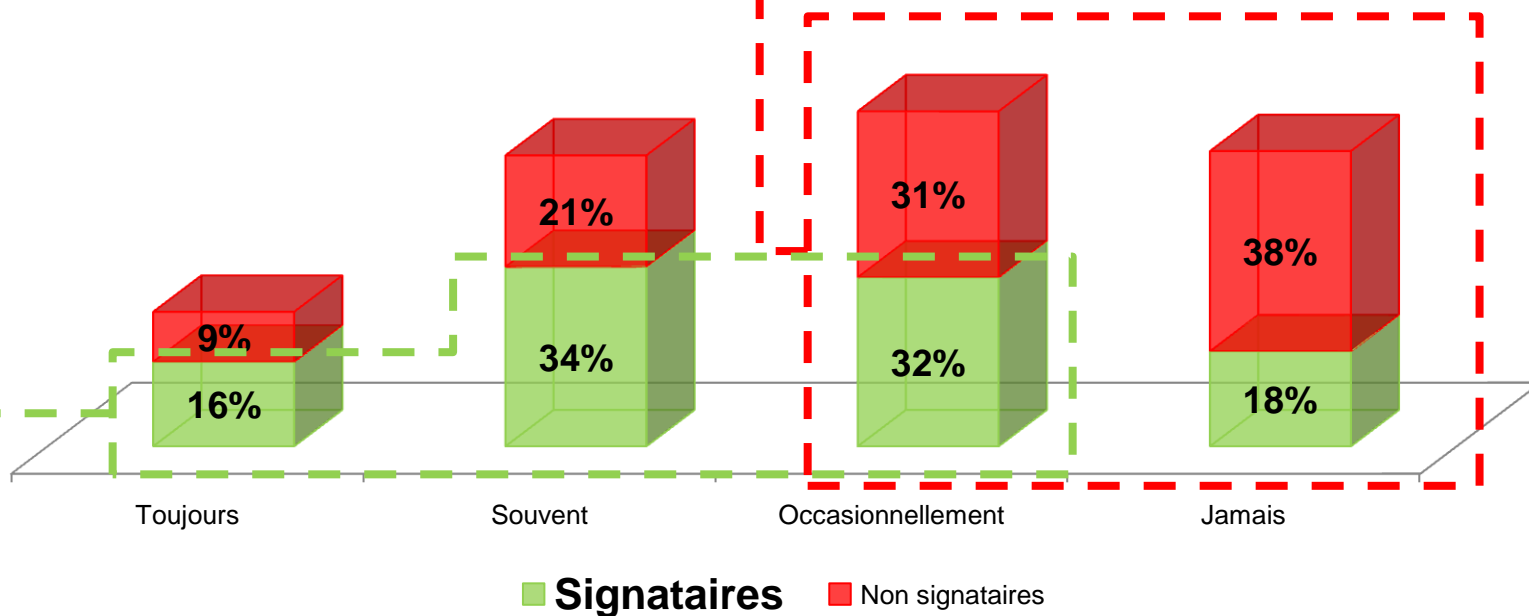
Manque de maturité et de maîtrise

82%

Signataires de la charte intégrant des critères d'éco-conception dans leur cahier des charges.

66%

Répondants intégrant **peu/voire pas** des critères d'éco-conception dans leur cahier des charges.



PARTIE 3 : La charte

7. Veiller à la responsabilité territoriale de son entreprise

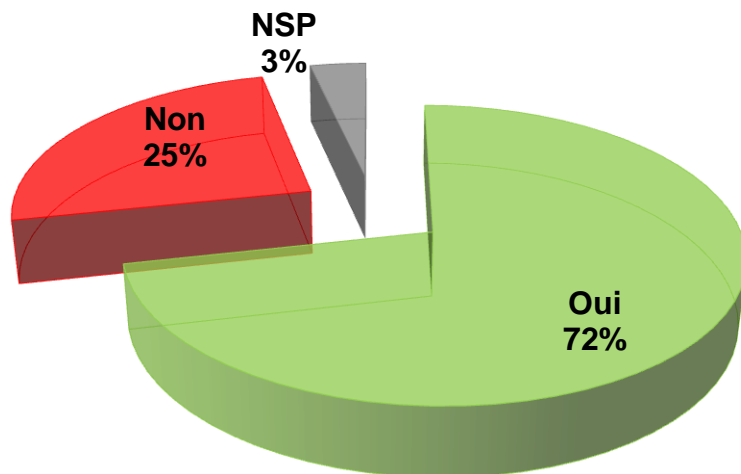
Une proximité géographique ne conduisant pas à la création de valeur

72%



Donneurs d'ordres et acteurs de la branche se trouvant être sur le même territoire géographique, et pourtant :

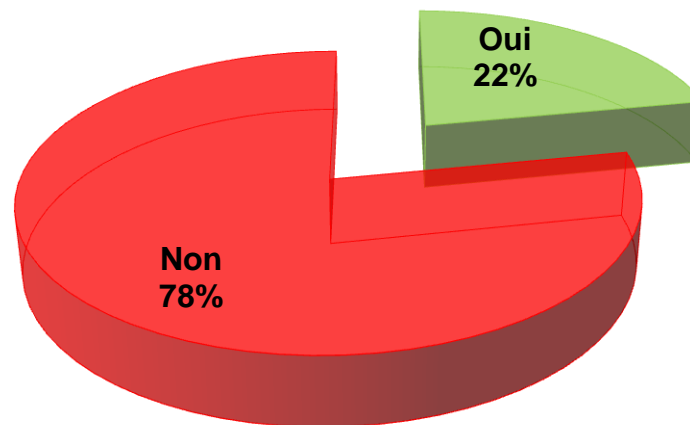
- peu de partage d'informations
- peu de collaboration



22%



Seuls 22% des répondants sont sollicités lorsque leurs donneurs d'ordres consolident leurs achats à l'international.



PARTIE 3 : La charte

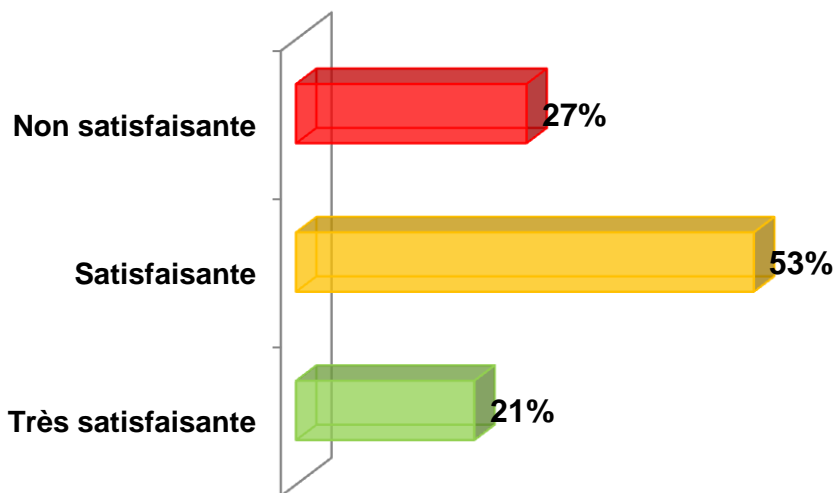
8. Les achats : une fonction et un processus

Ethique de la relation d'affaires

74%



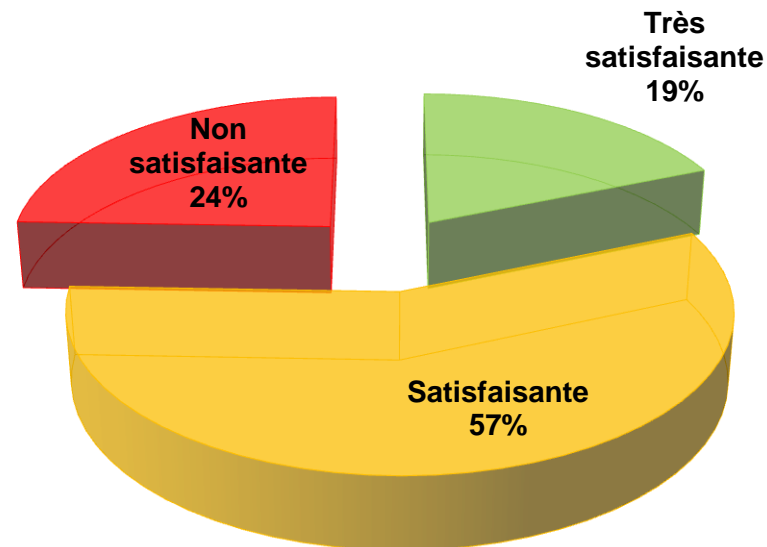
Répondants évaluant le respect de l'éthique de l'acheteur (impartialité, objectivité) comme au minimum satisfaisant.



76%



Répondants estimant l'accessibilité aux appels d'offres au minimum satisfaisante.



PARTIE 3 : La charte

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

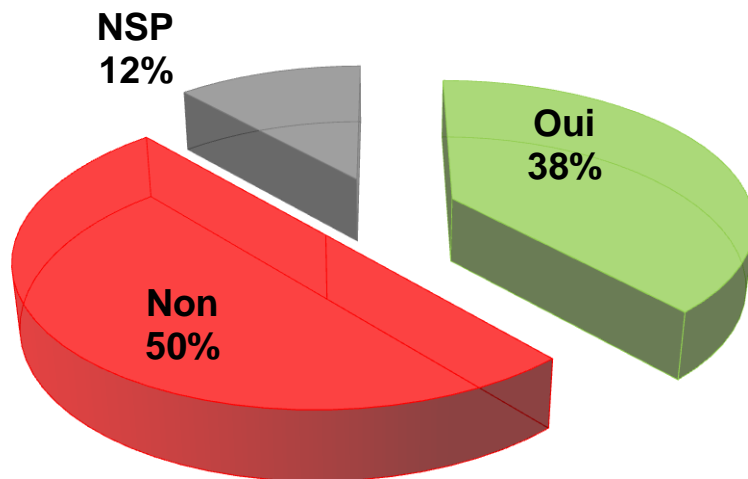
Comment qualifiez vous votre relation avec vos donneurs d'ordres?

51% juste respectueuse

38%



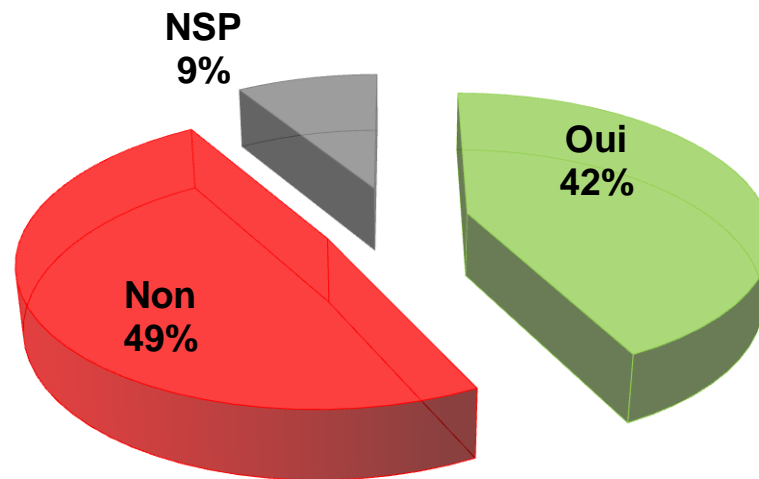
Fonction achat qui coordonne l'ensemble de la relation commerciale, financière et comptable.



42%



Répondants déclarant que leurs donneurs d'ordres ont mis en place des outils permettant d'assurer le suivi de leur relation (tableau de bord)



PARTIE 3 : Echanges sur les principaux résultats



100%

Répondants qui **connaissent** le sujet de la **Médiation**.



37%

Répondants qui ont **connaissance de la Charte**; dont **83%** grâce à l'OHM.



10%

Répondants qui intègrent **une clause de médiation** dans leur contrat.



47%

Donneurs d'ordres qui règlent à plus de **60 jours**



66%

Répondants déclarant une collaboration « **non installée** » avec leurs donneurs d'ordres



67%

Répondants qui ont déclaré une situation **de dépendance financière limitée** vis-à-vis des donneurs d'ordres.



76%

Donneurs d'ordres qui ne font pas **part de leur gestion prévisionnelle**

Médiation Charte



Application



13%

Répondants considérant que leurs DO intègrent **toujours l'ensemble des composantes de coûts**.



38%

Les achats coordonnent **l'ensemble de la relation commerciale**.



72%

Acteurs Donneurs d'ordres et de la branche en **proximité territoriale**.



66%

Répondants qui intègrent peu voire pas de **critères d'éco conception** dans leur CDC.



76%

Répondants qui jugent **l'accessibilité aux appels d'offres satisfaisante**.