

Achats responsables

L'achat responsable est un concept qui tend à intervenir sur l'ensemble de votre politique d'achat. Si les entreprises sont avant tout des outils de production, elles sont aussi des consommateurs et souvent, sur des volumes bien plus importants que les particuliers. Consommer de manière responsable, en minimisant son impact environnemental et en maîtrisant ses retombées sociales est une composante essentielle de l'entreprise de nos jours !

➤ Pourquoi acheter responsable ?



Acheter responsable vous permet de réduire l'impact environnemental et d'optimiser les retombées sociales de votre activité. En communiquant sur votre démarche, acheter responsable vous permet de vous distinguer de vos concurrents et de conquérir une clientèle plus large, les consommateurs étant de plus en plus sensibles à l'engagement des entreprises.

On parle aussi d'écoproduit et d'écoconception :

- Un éco-produit est un produit dont la performance écologique, sociale et économique est optimisée, en comparaison à un produit équivalent qui n'aurait pas fait l'objet d'une éco-conception.
- L'écoconception est le fait de concevoir un produit (bien ou service) en intégrant les trois piliers du développement durable.

➤ Sur les 3 piliers



Social: Veiller à ce que l'ensemble du travail nécessaire à la fabrication du produit soit justement rémunéré et réalisé dans des conditions de sécurité et d'hygiène décentes. On surveille également que le produit n'engendre pas de comportement néfaste au développement humain.



Economique: Veiller à ce que le prix de vente et le coût de revient des produits permettent une mise sur le marché pérenne. Le modèle économique mis en place pour la fabrication de ce produit doit être viable.



Environnement : Veiller à ce que chaque étape de la vie du produit (fabrication, usage, fin de vie) soit **la moins néfaste possible** (pollution, énergie et ressources consommées).

➤ Comment acheter responsable ?



Le circuit court :

Les circuits courts sont les circuits d'approvisionnement les plus proches de vous d'un point de vue géographique mais également d'un point de vue du nombre d'intermédiaires. **Réduire les distances et le nombre d'intermédiaires** permettent une meilleure maîtrise de l'écoconception, cela engendre aussi des retombées économiques au cœur de votre zone d'influence et/ou d'implantation, ce qui vous est directement profitable.



Les normes et les labels :

Les normes et les labels permettent de repérer facilement **les écoproduits** et **garantissent la qualité de vos achats grâce à un certain nombre de critères**. Vous pouvez également vous en servir pour étayer votre communication.



Le commerce équitable :

Le principe du commerce équitable est de garantir aux producteurs des pays les moins développés de pouvoir tirer **des revenus décents** de leurs échanges avec les pays plus riches, permettant l'amélioration de leur condition de vie. Notons que les principes du commerce équitable peuvent être étendus à l'ensemble de vos rapports commerciaux, même au niveau local.