

Janvier 2020



Résultats de l'enquête "RSE : La parole aux fournisseurs !"





INTRODUCTION

Le sujet de la RSE dans la relation donneurs d'ordre – fournisseurs est aujourd'hui au cœur de l'actualité notamment avec la loi n°2017-399 du 27 mars 2017 relative au devoir de vigilance des sociétés mères et des entreprises donneuses d'ordre. Elle étend pour environ 150 entreprises donneurs d'ordre l'obligation de vigilance à leurs fournisseurs en matière de RSE. Ces dernières années, les entreprises ont développé des politiques d'achats responsables de plus en plus poussées. L'arrivée de la loi sur le devoir de vigilance renforce d'autant plus cette tendance. De plus en plus d'exigences RSE sont demandées aux fournisseurs de toute taille, que ce soit dès l'appel d'offre, lors de la contractualisation ou encore tout au long de la relation commerciale (audits, demandes de plans d'action, ...). Dans ce contexte, il apparaît que les fournisseurs, en particulier ceux de petites tailles, ont peu l'opportunité de rendre compte de leur perception face à ces nouvelles tendances et des conséquences opérationnelles ou même financières engendrées.

L'Orse avait publié en 2007 un travail sur le « ***Regard critique des fournisseurs sur les politiques Achats des grands groupes*** ». Ce document dressait un premier bilan du regard des fournisseurs sur l'intégration du développement durable dans les process Achats des grands groupes et listait les principaux dysfonctionnements et incohérences rencontrés.

En 2019, Bpifrance, PwC et l'ORSE ont lancé une grande enquête pour recueillir la parole des fournisseurs.



EDITO

Les achats responsables,
dimension essentielle
de la cohérence d'une démarche
RSE et source de création
de valeur durable

Les années 90 ont révélé les fragilités de certaines chaînes d'approvisionnement fondées sur la recherche de fournisseurs dans les pays de main d'œuvre à bas coût afin de maintenir la compétitivité de secteurs industriels historiquement basés dans les pays développés. Ce sont les fournisseurs asiatiques de l'industrie textile qui ont été les premiers pointés du doigt et ont déclenché des scandales retentissant susceptibles d'impacter fortement l'image de marques B to C.

A partir du moment où le risque de réputation, voire le risque de perte de revenus, a été identifié les entreprises ont commencé à déployer des processus de contrôle de leurs achats construits autour d'analyses de risques pays, de clauses contractuelles et d'audits de fournisseurs. Mais le drame du Rana Plaza en 2013 a pointé à nouveau fortement la responsabilité des donneurs d'ordre donnant lieu en France et au Royaume-Uni à des premières réglementations sur ces sujets.

Si la question des achats responsables est aujourd'hui bien connue, très souvent abordée par les entreprises, il est beaucoup plus rare de se pencher sur la vision du fournisseur face à ces processus d'achats. En effet, le lien entre engagements stratégiques RSE de grands groupes et la réalité des pratiques d'achat pourrait être questionné. Est-on vraiment sûr, qu'au-delà des questionnaires RSE, des clauses, des audits, les démarches mises en place vis-à-vis des fournisseurs soient en totale cohérence avec le positionnement stratégique souvent engagé porté par la Direction Générale ?

Que pèsent vraiment les critères RSE du point de vue du fournisseur, conduisent-ils à une amélioration de la performance et enrichissent-ils la relation client-fournisseur au-delà de l'acte d'achat ?

En effet, si la RSE permet d'élargir sa couverture de risques en matière de supply chain, elle devrait aussi permettre de solidifier et sécuriser ses approvisionnements de façon durable en accompagnant ses fournisseurs sur un chemin de progrès dans ce domaine. Les investisseurs ont bien compris par exemple les bénéfices à investir dans une entreprise solide en matière RSE, il devrait en être de même pour le choix de ses fournisseurs et la limitation des risques ne peut être le seul intérêt d'une démarche achat responsable.

Cette étude, unique en son genre par l'orientation donnée et le périmètre couvert, permet d'éclairer les démarches achats responsables des donneurs d'ordre du regard des fournisseurs, essentiellement PME et

ETI. Elle montre la maturité des processus existants et un vrai intérêt pour le sujet. Elle montre aussi qu'il peut y avoir un écart entre la stratégie RSE du donneur d'ordre et les pratiques opérationnelles des directions achats. La cohérence, qui est l'élément déterminant de l'excellence en matière RSE, doit aller au bout de l'ensemble des opérations des donneurs d'ordre.

Elle montre surtout qu'une vision moderne et performante de la RSE dans les achats est source, plus que jamais, de performance durable voire même d'innovation.

Les achats responsables sont donc bien une dimension majeure de l'exécution de ce que doit être une vraie RSE. Au moment où l'impact devient un objectif fort des entreprises, faire progresser son écosystème en matière de développement durable au travers de ses fournisseurs est un des leviers les plus directs des entreprises. Les achats responsables sont bien une des clés de la RSE 3.0, qui est une RSE à mission, dépassant l'objet traditionnel restreint de l'entreprise d'hier.





SOMMAIRE

Présentation des auteurs	p.08
Profil des répondants à l'enquête	p.10
Les 10 messages clés	p.12
1. RSE : un passage obligé dans la relation donneurs d'ordre fournisseurs, tendance renforcée par la loi sur le devoir de vigilance	p.12
2. Les demandes RSE se concentrent au moment de l'appel d'offre	p.14
3. Des TPE PME majoritairement convaincues de l'intérêt d'une démarche RSE	p.16
4. Des sollicitations qui conduisent les fournisseurs à structurer leur gouvernance de la RSE	p.17
5. Des questionnements RSE encore trop génériques et pas suffisamment centrés sur les enjeux matériels des fournisseurs	p.18
6. La RSE : condition importante d'accès aux marchés, mais encore peu d'impact sur les prix de vente	p.20
7. Une évolution positive de la relation donneur d'ordre-fournisseur, mais un manque de cohérence avec d'autres enjeux majeurs pour les fournisseurs	p.22
8. Les fournisseurs souvent laissés sans accompagnement face aux demandes des donneurs d'ordre	p.24
9. Les fournisseurs appellent à plus de transparence	p.26
10. L'exemplarité des donneurs d'ordres est fortement attendue, en matière d'achats mais aussi plus globalement en termes de cohérence sur leurs engagements responsables	p.28
Focus sur 2 outils	p.30

Présentation des auteurs



Bpifrance finance les entreprises – à chaque étape de leur développement – en crédit, en garantie et en fonds propres. Bpifrance les accompagne dans leurs projets d'innovation et à l'international. Bpifrance assure aussi, désormais leur activité export à travers une large gamme de produits. Conseil, université, mise en réseau et programme d'accélération à destination des startups, des PME et des ETI font également partie de l'offre proposée aux entrepreneurs. Grâce à Bpifrance et ses 48 implantations régionales, les entrepreneurs bénéficient d'un interlocuteur proche, unique et efficace pour les accompagner à faire face à leurs défis.

> bpifrance.fr



L'ORSE, l'Observatoire de la responsabilité sociétale des entreprises est une organisation multi parties-prenantes qui accompagne les stratégies RSE des entreprises et qui est identifiée à l'international comme l'experte de référence de la RSE en France. Cette vision s'articule autour de trois missions :

- Anticiper et animer les dynamiques émergentes de la RSE
- Fédérer autour de la RSE toutes les fonctions dans les organisations et faire évoluer les membres vers un modèle d'entreprise durable en s'appuyant sur nos expertises
- Mettre à disposition des acteurs de la RSE des clés de compréhension, des outils et une analyse des bonnes pratiques en France, en Europe et à l'international.

> orse.org



Le département Développement Durable de PwC France, fondé en 1994, accompagne les investisseurs et les entreprises de toutes tailles (de la start-up à la multinationale en passant par les PME et ETI) pour anticiper, intégrer dans leurs stratégies et mettre en œuvre de façon pragmatique et efficace les approches les plus innovantes dans ce domaine. Nos 45 consultants dédiés, aux profils scientifiques, économiques et juridiques, travaillent au sein d'un réseau mondial de 800 experts dans 65 pays. Ils sont également membres de nombreux think tanks ou organisations en pointe sur la RSE et participent aux débats nationaux et internationaux sur des sujets spécifiques comme les Objectifs de Développement Durable (ODD) de l'ONU, les droits humains, la finance et l'investissement responsable, l'économie circulaire, les changements de modèles économiques, les mécanismes économiques liés aux enjeux climatiques, etc.

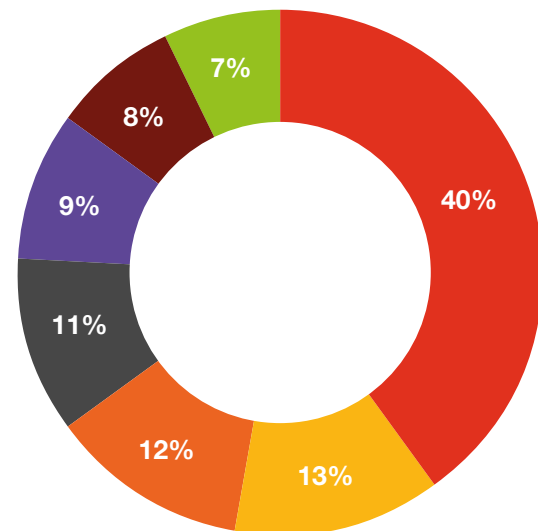
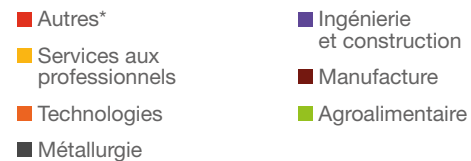
Intégrée à l'activité de Conseil en Stratégie de PwC, notre offre s'articule autour de 4 piliers : Le conseil en stratégie, La gestion des opérations de nos clients, Les transactions, La vérification externe.

> [pwc.fr](https://www.pwc.fr)

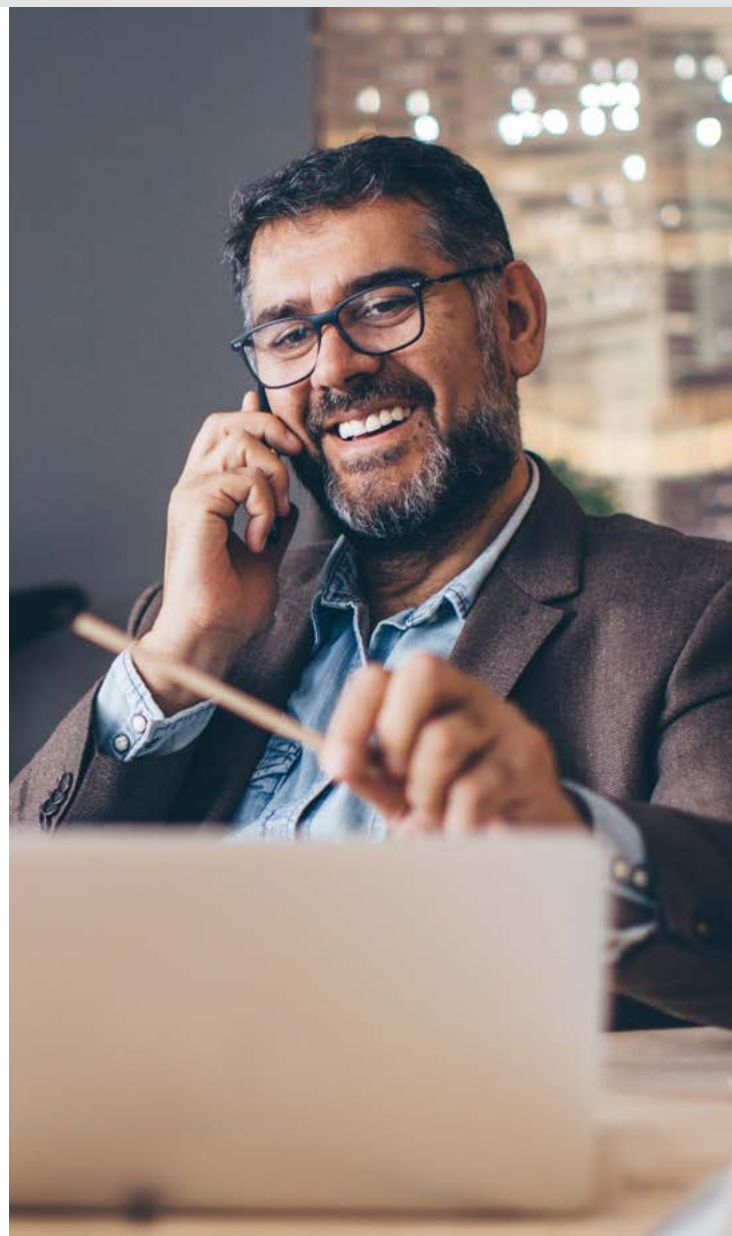
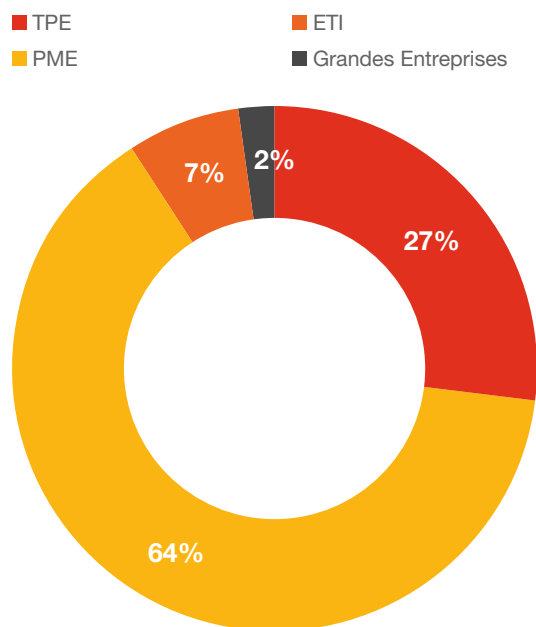
Profil des répondants à l'enquête

- L'enquête a été administrée par Bpifrance auprès d'entreprises françaises entre avril et juin 2019 mais également relayée par des partenaires que nous remercions : **le Medef, Coop de France, la FEP et les SCOP du BTP.**
- **Plus de 600 entreprises** ont répondu à l'enquête Bpifrance-ORSE-PwC France « **Fournisseurs, la parole est à vous !** », dont **91% de représentants de TPE et PME.**
- La grande **majorité des répondants** (87%) étant les **dirigeants** de leur organisation.
- Les fournisseurs interrogés ont des clients de toutes tailles et peuvent avoir de 10 à plus de 1000 clients différents. A noter, près du tiers (28%) des PME-TPE du panel ont entre 100 et 499 clients. **Plus de la moitié de ces entreprises** (52%) ont **un unique client représentant 20% ou plus de leur chiffre d'affaires.**
- **9% des entreprises** répondantes ont **un client représentant plus de 50% de leur CA.**

Profil des répondants à l'enquête



*La catégorie « Autres » comprend les secteurs de : l'automobile, papier et packaging, transport et logistique, distribution, etc., ainsi que tous les secteurs non répertoriés dans le questionnaire.



LES 10 MESSAGES CLÉS

1. RSE : un passage obligé dans la relation donneurs d'ordre – fournisseurs, tendance renforcée par la loi sur le devoir de vigilance

- **Plus de 70% des fournisseurs interrogés sont régulièrement sollicités** par leurs clients sur les sujets de RSE.
- **Plus la taille du fournisseur est importante, plus les sollicitations sont fréquentes.** Alors que la moitié des TPE sont sollicitées sur les sujets de RSE, près de 79% des PME le sont par leurs donneurs d'ordre.
- Cette tendance est notamment **encouragée par le contexte réglementaire français.** En effet, depuis l'entrée en vigueur de la loi sur le **Devoir de Vigilance**, un tiers des entreprises se disent d'avantage sollicitées sur des sujets de RSE.

“

Beaucoup de nos clients nous soumettent des questionnaires annuels généraux pour faire partie de leur «panel» de fournisseurs agréés. On remarque de plus en plus souvent des questions liées à la RSE. De même, la signature des contrats comporte quasiment systématiquement une adhésion à une charte (éthique en général)

”

(Secteur « Métallurgie », PME)



LES 10 MESSAGES CLÉS

2. Les demandes RSE se concentrent au moment de l'appel d'offre



Pour l'instant, les bonnes pratiques RSE sont une case à cocher dans les dossiers achat. Il n'y a pas d'application concrète dans la vie de tous les jours.

(Secteur « Automobile », PME)



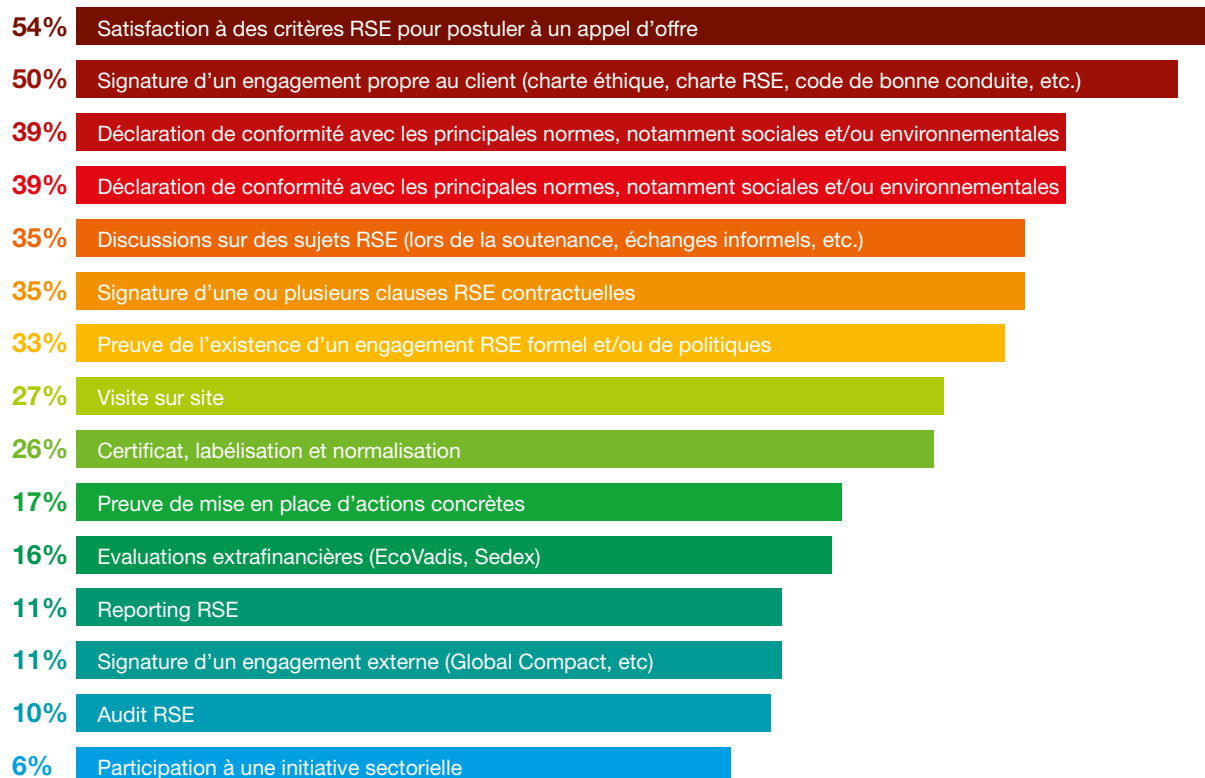
L'appel d'offre, un moment privilégié pour parler de RSE

- Les sollicitations des donneurs d'ordre en matière de RSE se font principalement au stade de l'appel d'offre. Dans 79% des situations la RSE y est abordée.
- Ces demandes se concrétisent dans 35% des cas par la signature d'une clause contractuelle au moment de la formalisation de la relation.

Au cours de la vie du contrat, les sollicitations RSE sont moins systématiques

- Une minorité de répondants déclarent être sollicités par leurs clients en matière de RSE au cours de leurs relations commerciales, une fois la phase d'appel d'offre passée.
 - » Des discussions sur des sujets RSE en cours de contrat ont lieu dans 35% des cas (échanges téléphoniques, réunions, etc.)
 - » Des visites de site sont organisées dans 27% des cas
 - » Un reporting RSE n'est exigé que dans 11% des cas
 - » Seuls 22% des répondants ont déclaré discuter de sujets RSE au moment de la fin du contrat

Formes des sollicitations faites aux fournisseurs par leurs clients en matière de RSE (exprimée en part des répondants faisant face à chaque type de sollicitation)



LES 10 MESSAGES CLÉS

3. Des TPE PME majoritairement convaincues de l'intérêt d'une démarche RSE

Les fournisseurs reconnaissent que **les demandes RSE de leurs clients les conduisent à améliorer leur offre et processus** et peuvent représenter une **source de nouvelles opportunités** (61%).

49% d'entre eux initient une démarche de certification (..) même si le client ne l'exige pas.

“

La demande de transparence et de traçabilité [des clients] nous a permis de mettre en place des filières d'approvisionnement viables et ouvert des nouveaux marchés

(Secteur « Manufacture », PME)

”

“

La RSE n'est plus un luxe mais une composante incontournable d'une bonne gestion d'entreprise

(Secteur « Manufacture », PME)

”

“

La démarche qualité et RSE fait progresser, sans aucun doute.

(Secteur « Transport et Logistique », PME)

”

“

La tendance est à l'amélioration de la prise en compte des aspects sociaux, environnementaux... c'est bien !

(Secteur « Technologies », PME)

”

LES 10 MESSAGES CLÉS

4. Des sollicitations qui conduisent les fournisseurs à structurer leur gouvernance de la RSE

- **La majorité (60%) des entreprises** répondantes n'ont **pas de personnes dédiées aux questions RSE**, cela même à temps partiel ou en complément d'autres responsabilités dans l'entreprise.
- Face à des **sollicitations** qui augmentent **en nombre et technicité**, les fournisseurs ne sont pas toujours suffisamment équipés. **Les dirigeants doivent directement s'impliquer** dans la réponse aux sollicitations dans 75% des cas (88% pour les TPE).
- Pour autant, près de 2/3 des fournisseurs interrogés considèrent que **le temps nécessaire pour répondre aux sollicitations en matière de RSE est raisonnable**.
- **Les clients s'intéressent également à la performance sociale et environnementale de leurs fournisseurs de rang 2.** Ainsi, plus de **70%** de clients **souhaitent avoir des informations sur leurs fournisseurs de rang 2.** Ce chiffre atteint 76% lorsque les clients sont des ETI ou Grandes entreprises. Cet intérêt marqué des clients encourage les fournisseurs à mettre en place des systèmes de contrôle de la performance sociale et environnementale de leurs propres fournisseurs.



LES 10 MESSAGES CLÉS

5. Des questionnements RSE encore trop génériques et pas suffisamment centrés sur les enjeux matériels des fournisseurs

- **Plus du tiers des fournisseurs soulignent que la pertinence des sollicitations RSE n'est pas au rendez-vous (38%).** Cette statistique monte à 45% pour les secteurs de l'Agroalimentaire et de la Manufacture, et 44% pour l'Automobile.
- Les principales raisons identifiées pour expliquer l'inadaptation de certaines sollicitations révèlent des **carences dans l'allocation de moyens financiers et humains (en temps et compétences) côté donneurs d'ordre :**
 - » Inadaptation au secteur et aux marchés de l'entreprise pour 51% des explications exprimées
 - » Manque de ressources humaines pour 38%
 - » Manque de moyens financiers pour 34%
- Les fournisseurs expriment que ces limites impliquent ponctuellement des **freins à l'innovation pour se concentrer sur des enjeux administratifs, réputationnels et de conformité.**



“

Nous avons installé une toiture photovoltaïque en auto-consommation, ce sont 3 ans pour y arriver et très peu d'aide. Nous voulons recycler l'eau aucune banque ne veut le financer.

(Secteur « Automobile », TPE)

”

Thématiques les plus souvent abordées à travers les différentes sollicitations des donneurs d'ordres à leurs fournisseurs

Les clients sollicitent principalement leurs fournisseurs sur les thématiques de Santé & Sécurité, de Gestion de déchets, d'Éthique, et de Relation et Conditions de Travail (à minima 50% de sollicitations). La thématique Communauté et Développement local apparaît être le sujet le moins sollicité (moins de 30% de sollicitations).

Pourcentage des répondants étant « régulièrement » ou « très souvent » sollicités sur la thématique.



LES 10 MESSAGES CLÉS

6. La RSE : condition importante d'accès aux marchés, mais encore peu d'impact sur les prix de vente



Une majorité de fournisseurs explique **ne pas parvenir à valoriser** leurs performances RSE **au travers des prix** de ventes de leurs produits ou services (79%).

Plus de la moitié des fournisseurs répondants ont déclaré **que les clients ne reconnaissent pas leur performance RSE** à travers **le maintien des contrats et l'obtention de nouveaux marchés.**

“

Très difficile de traduire la démarche RSE comme un avantage distinctif.

(Secteur « Métallurgie », PME)

”

“

Le comportement le plus flagrant consiste à intégrer des critères RSE dans les appels d'offres et de finir par faire un choix uniquement orienté sur le prix, comme si la part RSE des appels d'offres était imposée. A critère RSE supérieur, le prix reste discriminant et l'effort consenti non pris en compte.

(Secteur « Transport et Logistique », PME)

”

“

La valorisation des pratiques RSE est difficile à facturer. Les rendements à court termes restent privilégiés à défaut de s'inscrire sur des investissements à long termes. Le prix reste l'élément déterminant.

(Secteur « Services aux Professionnels », PME)

”



LES 10 MESSAGES CLÉS

7. Une évolution positive de la relation donneur d'ordre-fournisseur, mais un manque de cohérence avec d'autres enjeux majeurs pour les fournisseurs

Près de la moitié des fournisseurs expliquent avoir observé ces dernières années des **améliorations dans la relation donneurs d'ordre – fournisseurs** (49%).

Malgré cette transformation progressive les fournisseurs déplorent trop peu d'avancées sur quelques sujets majeurs pour eux. **La moitié des fournisseurs considèrent que les pratiques de leurs clients ne sont pas conformes aux bonnes pratiques d'achats responsables (50%)**. Selon eux, les acheteurs s'éloignent des bonnes pratiques en particulier sur les sujets suivants :

- **La pression à la baisse sur les prix** pour 87%, lorsque les clients sont majoritairement des ETI et Grandes entreprises, ce chiffre atteint 93%.
- **Les clauses contractuelles déséquilibrées** pour 72%, lorsque les clients sont majoritairement des ETI et Grandes entreprises, ce chiffre atteint 84%.
- **Le non respect des délais de paiement** pour 59%
- **La modification unilatérale du contrat** pour 36%, lorsque les clients sont majoritairement des ETI et Grandes entreprises, ce chiffre atteint 48%.

“

Nous faisons régulièrement des ateliers, des déjeuners pour partager notre réseau de partenaires et faire échanger nos clients entre eux.

(Secteur « Transport et Logistique », ETI)

”

“

Pour l'instant le RSE est sujet de friction avec mes clients car ils ont besoin d'avoir des éléments de preuves uniquement pour répondre à la loi. Et pour moi ce qui est important c'est de faire des évolutions qui apportent

(Secteur « Agroalimentaire », PME)

”



LES 10 MESSAGES CLÉS

8. Les fournisseurs souvent laissés sans accompagnement face aux demandes des donneurs d'ordre

La grande majorité des fournisseurs (87%) ne sont pas accompagnée par leurs clients dans leurs démarches RSE et cela même lorsque leurs clients sont majoritairement des ETI et Grandes entreprises (85%).

Les entreprises qui à ce jour accompagnent leurs fournisseurs dans leurs démarches RSE, mettent en place diverses initiatives, qu'ils pourront continuer à développer :

- Définition d'un **plan d'actions** accompagnant la mise en place de mesures RSE (39%)
- **Réunions de suivi** sur la mise en place de mesures RSE (39%)
- **Ateliers** sur les sujets RSE (26%) et dispense de formation (13%)
- **Mise en relation** avec d'autres entreprises afin de mutualiser les efforts (7%)
- Mesures **d'incitation et de compensation** (ex. contrat à prix fixe, partage des gains résultant d'amélioration, etc.) (6%)
- **Accompagnement financier** (6%).

“

Constat de cadres et dispositifs législatifs de plus en plus nombreux pour les grandes entreprises, qui posent le risque de concentrer nos efforts sur l'élaboration des reportings plutôt qu'à la mise en œuvre des changements nécessaires pour effectivement réduire et gérer nos impacts.

(Secteur « Services aux Professionnels », GE)

”

“

Je ne saurais même pas à qui confier la tâche si on me demandait de mettre en place une politique RSE. Faut-il passer par un cabinet ? Un étudiant peut-il s'en charger ? Y a t'il un label/un audit par une personne extérieure obligatoire ? Quel est le coût de la mise en place et du renouvellement ?

”

(Secteur « Forêts, papiers et packaging », PME)

Formes prises par l'accompagnement proposé par les clients à leurs fournisseurs, lorsqu'il existe (exprimé en part des répondants à qui a été proposée chaque type d'accompagnement)



LES 10 MESSAGES CLÉS

9. Les fournisseurs appellent à plus de transparence

Plus de la moitié des fournisseurs ressentent un manque de communication et de transparence des clients notamment le fait que :

- La pondération des critères RSE ne soit pas communiquée lors des appels d'offres des clients (65%)
- Les clients ne fassent pas de retours suite aux réponses RSE apportées (51%)

“

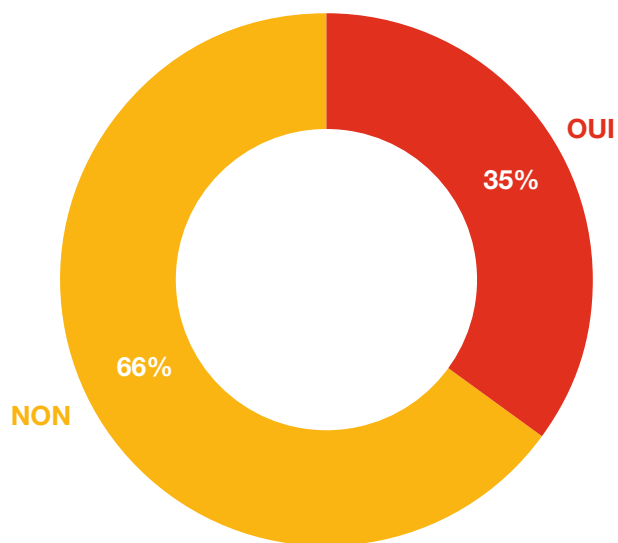
Il serait utile d'avoir plus de transparence de la part des donneurs d'ordre et/ou des organismes qui les accompagnent sur les critères d'évaluation et les résultats obtenus.

(Secteur « Aérospatiale et Défense », GE)

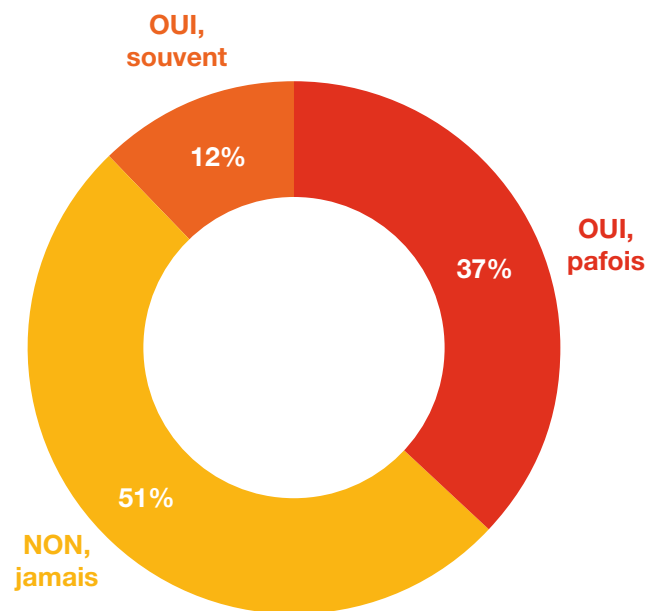
”



Avez-vous généralement la possibilité de connaître la pondération du ou des critères RSE ?



Avez-vous des retours de la part de vos clients sur les réponses que vous apportez à leurs demandes sur ces sujets ?



LES 10 MESSAGES CLÉS

10. L'exemplarité des donneurs d'ordres est fortement attendue, en matière d'achats mais aussi plus globalement en termes de cohérence sur leurs engagements responsables

Plus de la moitié des fournisseurs n'estiment pas leurs clients comme matures concernant les thématiques RSE (63%).

Ce constat rejoint le sentiment de dissonance pour 66% des fournisseurs **entre les exigences RSE des clients en matière d'achats et leurs propres pratiques RSE**, notamment concernant :

- **La loyauté des pratiques commerciales** (pression sur les prix et clauses contractuelles déséquilibrées) pour 72%
- **Les relations et les conditions de travail** pour 37%
- **Les matières premières et les circuits courts** pour 26%
- A cela s'ajoute, lorsque les clients sont majoritairement des ETI et Grandes entreprises, les **questions d'Ethique** pour 26%.

Plus de 20% des fournisseurs ont expliqué avoir déjà refusé une commande de la part d'un client en raison de leurs pratiques sociales et environnementales. En ce sens, près du tiers (29%) des TPE interrogées ont déjà refusé une commande de la part d'un client pour ces raisons.

“

Il y a en effet beaucoup à dire et à espérer sur la mise en œuvre de pratiques qui s'avèrent vertueuses et performantes . Le rôle d'«influenceur» de ce point de vue (et d'exemplarité) des donneurs d'ordre doit être en effet renforcé.

”

(Secteur « Forêts, papiers et packaging », PME)

“

Les demandes concernant la RSE ont toutes été émises de la part de grands groupes. En tant que fabricant français avec une bonne sensibilité au bien-être au travail ainsi qu'à notre impact sur notre écosystème, les questions provenant de ces groupes m'étonnent par leur discordance entre ce qu'ils demandent à leurs fournisseurs et leurs pratiques réelles.

(Secteur « Industrie », PME)

”

“

Les grands groupes mettent en avant la RSE mais dans les faits, ils accentuent la pression sur les PME en imposant des prix et conditions inacceptables.

(Secteur « Autres », GE)

”



Focus sur 2 outils - L'audit et les mécanismes d'alerte, des outils en cours de développement à manipuler avec précaution

Le modèle actuel des audits fournisseurs est remis en question

- **Un proportion significative de fournisseurs a déjà fait l'objet d'un audit** sur des enjeux environnementaux ou sociaux (39%).
- **Une courte majorité des fournisseurs audités considère que ces dispositifs sont efficaces**, permettant de détecter et éviter des situations à risque (56%). Néanmoins, des limites sont ponctuellement soulignées dans la profondeur des travaux menés et le pilotage de ces dispositifs, qui ne donne par exemple pas lieu à la formalisation de plans d'actions dans un quart des cas (23%).

L'ouverture des mécanismes d'alertes aux fournisseurs n'est pas répandue ni même particulièrement recherchée

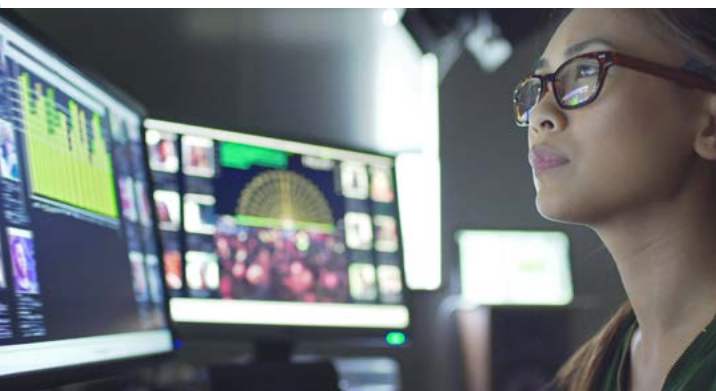
- **La part moyenne des clients ayant mis en place un mécanisme d'alerte** avec accès pour les fournisseurs s'élève à 8%. Lorsque les clients sont majoritairement des ETI et Grandes entreprises, cette part atteint 11%.
- Néanmoins, **la majorité des fournisseurs (65%) n'émettent pas d'avis** quant à la pertinence de pouvoir accéder aux **mécanismes d'alerte de leurs clients, ou n'estiment pas cette initiative comme pertinente** (22%).



Le plan de vigilance [...] comprend [...] :

Un mécanisme d'alerte et de recueil des signalements relatifs à l'existence ou à la réalisation des risques, établi en concertation avec les organisations syndicales représentatives dans ladite société .

(loi n° 2017-399 du 27 mars 2017 relative au devoir de vigilance des sociétés mères et des entreprises donneuses d'ordre)



“

Un acheteur capable [...] de venir visiter le site de fabrication permet d'instaurer la confiance et d'éviter de futurs aléas.

”

(Secteur « Autres », PME)

