

Analyse achats durables 2018

Etablie le : 10.04.2019

Période sous revue : 01.01.2018 - 31.12.2018.

En 2018, Swiss Olympic a réalisé des achats pour une valeur de CHF 1,5 million. Les directives actuelles couvrent environ 97 % du volume d'achats de marchandises (hors prestations de service) et correspondent à un degré de respect des directives de 99 %. 63 % du volume d'achats sont réalisés par l'intermédiaire des partenaires existants. Dans les catégories de produits « branded products », les achats portent toujours sur de grandes quantités, sans recourir à des partenariats.

1 Aperçu des achats

1.1 Montant des achats 2018 : CHF 1,5 million

Durant la phase allant du 1^{er} janvier au 31.12.2018, des achats ont été effectués pour un total de près de CHF 1,5 million, soit environ CHF 0,9 million de plus que l'année précédente, ce qui est principalement dû à l'année olympique avec les Jeux Olympiques d'hiver de PyeongChang. Plus de la moitié (56 %) du montant des achats a été généré en faisant l'acquisition de vêtements et de produits cousus. 4 % du montant des achats découle des produits en papier, 28 % du matériel « branded » destiné à la décoration et aux événements ainsi que des cadeaux publicitaires « branded ». En 2018, les produits IT ont représenté 8 % du volume d'achats (principalement achat d'ordinateurs portables). 3 % supplémentaires se rapportent aux repas.

1.2 Répartition entre les « clients » : Ce sont les missions qui génèrent le plus d'achats.

Le plus important volume d'achats a été généré par les missions (55 %), suivi par Swiss Olympic (35 %) et le programme « cool and clean » (10 %).

A la suite de la vaste numérisation du programme « cool and clean », les achats de produits imprimés ont sensiblement diminué.

1.3 Répartition entre les partenaires : 63 % des achats par l'intermédiaire de partenaires et du pool d'impression

En 2018, Swiss Olympic collaborait avec trois partenaires (Ochsner Sport, Rivella, Bioforce) dans le cadre des achats et avec trois fournisseurs d'imprimés dans celui du pool d'impression. 63 % du volume d'achats sont passés par ces entreprises, volume dont la plus grande part (55 %) s'inscrit dans la catégorie vêtements/produits cousus. 56 % du montant des achats de nos partenaires sont compensés par des prestations en nature (troc).

1.4 Degré de respect des directives : remplies à 99 %

Des directives sont en place pour cinq des six catégories de produits. Les directives existantes couvrent près de 97 % du montant des achats. Globalement, les catégories de produits répondent très largement aux directives. Par rapport à 2017 (97 %) et à 2016 (96 %) le degré de respect des directives de cette année (99 %) témoigne encore une fois d'une amélioration. Les responsables produits font montre d'un important professionnalisme et se sentent responsables de la mise en œuvre de la stratégie d'achat.

2 Comparaison par rapport à l'année précédente

	2018	2017	2016
Volume d'achats	CHF 1,5 million	CHF 0,6 million	CHF 1,1 million
Degré de respect des directives	99 %	97 %	96 %
Répartition entre les partenaires	62,5% (57,5 % entreprise partenaire, 5 % pool d'impression)	28 % (19 % entreprise partenaire, 9 % pool d'impression)	59 % (52 % entreprise partenaire, 8 % pool d'impression)
Répartition entre les clients	Missions : 35 % Swiss Olympic : 55 % « cool and clean » : 10 % Locataires/MdS : -	Missions : 16 % Swiss Olympic : 27 % « cool and clean » : 57 % Locataires/MdS : 0%	Missions : 30 % Swiss Olympic : 30 % « cool and clean » : 22 % Locataires/MdS : 3 %