

Analyse achats durables 2015

Période : du 1^{er} janvier 2015 au 31 décembre 2015

1 Généralités

Comme l'année précédente, Swiss Olympic a effectué ses acquisitions sur l'ensemble de l'année selon le nouveau système, avec des responsables produits et avec indication obligatoire du numéro de commande.

2 Aperçu des acquisitions (du 1^{er} janvier 2015 au 31 décembre 2015)

2.1 Montant total des acquisitions 2015 : CHF 1,4 million

Des acquisitions pour un montant total de près de CHF 1,4 million ont été effectuées durant la période allant du 1^{er} janvier au 31 décembre 2015. Cette somme est inférieure de CHF 0,81 million environ par rapport à l'année 2014. Ceci s'explique notamment par le fait que 2015 n'a pas été une année olympique, contrairement à 2014. La somme totale correspond assez précisément au montant de l'année 2013. Un peu plus d'un tiers du montant total des acquisitions est imputable aux produits textiles (vêtements/produits cousus). 15% de la somme totale ont été générés par des produits en papier et 17% se composent de produits marqués (matériel de décoration/de manifestations et cadeaux promotionnels).

2.2 Répartition selon les partenaires : 38% des acquisitions effectuées via les partenaires et le pool d'imprimeurs

En 2015, Swiss Olympic a collaboré avec deux partenaires et le pool d'imprimeurs regroupant quatre fournisseurs. Les achats via ces sociétés ont représenté 38% du volume total des acquisitions. La plus grande partie (24%) est imputable à la catégorie des textiles/produits cousus. Un peu plus de trois quarts (77%) du montant total des acquisitions effectuées via nos partenaires a été couvert par des prestations en nature (troc).

Bien que le volume des achats dans la catégorie produits marqués (matériel de décoration/de manifestations, cadeaux promotionnels) et les deux catégories IT soit relativement élevé, aucun partenariat n'a été conclu dans ces domaines.

2.3 Taux de respect des directives : 95%

Cinq des huit catégories de produits sont réglementées par des directives couvrant près de 73% du montant des acquisitions. Dans l'ensemble, cinq catégories de produits affichent un taux très élevé de respect des prescriptions. Cette stabilité (96% en 2014) est très réjouissante. Les responsables produits font preuve d'un grand professionnalisme et prennent leurs responsabilités dans la mise en œuvre de la stratégie d'achats.

2.4 Partenaires et pool d'imprimeurs

Les partenaires de Swiss Olympic se sont engagés à respecter des directives valables pour toute la durée de leur contrat. Deux partenaires et quatre imprimeries ont livré des produits à Swiss Olympic en 2015. Ils remplissent tous les directives.

Situation de Dosenbach-Ochsner : en tant qu'intermédiaire, Dosenbach-Ochsner fournit à Swiss Olympic des produits de différentes marques. Actuellement, tous les produits ne remplissent pas encore les standards exigés. Dosenbach-Ochsner travaille étroitement avec Swiss Olympic et les marques concernées afin que les directives puissent être pleinement satisfaites d'ici à 2018 au plus tard.

3 Évaluation du parc automobile

Swiss Olympic ne dispose d'aucune directive propre relative à son parc automobile. Son partenaire AMAG a toutefois intégré au contrat des clauses régissant l'étiquette-énergie et les émissions totales

de CO₂. Le parc automobile (à l'exception des véhicules de la Direction) a fait l'objet d'un examen dans le cadre de la stratégie pour des achats durables.

En 2015, les 8 véhicules du parc automobile de Swiss Olympic ont parcouru 64 008 kilomètres, ce qui représente des émissions totales de CO₂ de près de 10 tonnes (soit -27% par rapport à 2014). En tenant compte du nombre de kilomètres parcourus et du type de véhicule, le niveau moyen des émissions de CO₂ de 147 g/km se situe néanmoins au-delà de la valeur fixée contractuellement (130 g/km).

4 Autres travaux en 2015

La responsabilité générale a été transférée du département Éthique et Formation vers le département Finances et Services. Les travaux techniques dans le cadre des directives restent toutefois du ressort du département Éthique et Formation.

5 Bilan

En 2015, Swiss Olympic a effectué des **acquisitions à hauteur de CHF 1,4 million**. Les **directives actuelles couvrent près de 73% du volume des achats** pour les cinq plus grandes catégories de produits de Swiss Olympic susmentionnées. **38% du volume total des acquisitions ont été effectués via les partenaires existants**. Si les directives sont en principe observées ici, elles ne sont pas encore complètement remplies pour certains achats ou certaines marques (produits cousus).

Globalement, les difficultés initiales liées au système des responsabilités de produits ont pu être éliminées. Les synergies peuvent être exploitées et des compétences spécialisées sont développées.

Comparaison avec les années précédentes	2014	2015
Volume total d'acquisitions	CHF 2,210 millions	CHF 1,385 million (-37%)
Taux de respect des directives	96%	95%
Répartition selon les partenaires	60% (46% entreprises partenaires, 14% pool d'imprimeurs)	38% (23% entreprises partenaires, 15% pool d'imprimeurs)

6 Annexe : tableau des acquisitions selon les catégories de produits

	Somme %	Partenaire %	Directive %
Vêtements/produits cousus	34%	67%	100%
Produits marqués (matériel de décoration/de manifestations)	7%	0%	94%
Produits marqués (cadeaux promotionnels)	10%	<1%	100%
Matériel de bureau	<1%	17%	Pas de directive
Produits IT	20%	0%	Pas de directive
Produits en papier	15%	72%	78%
PC/écrans/imprimantes	6%	0%	100%
Autres	7%	6%	Pas de directive
Total	100%	38%	95%

Somme % = pourcentage du montant total d'acquisition

Partenaire % = part en pour cent des achats effectués auprès d'un partenaire

Directive % = pourcentage du respect des directives régissant les achats durables