



Les fiches exemples de l'ADEME - ACHATS DURABLES

Partageons les bonnes pratiques achats...



Nom de l'entreprise **PRONATURA**

Contexte Fruits et légumes biologiques pour des distributeurs européens

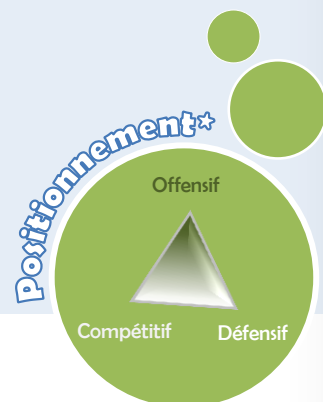
Effectif 165 salariés

Mots clés Agriculture biologique, durabilité, relation producteur, fruits et légumes, accompagnement fournisseur

Chiffre d'Affaires 75 M€
Reproductible dans d'autre PME ? - ● ● ● ● ● +

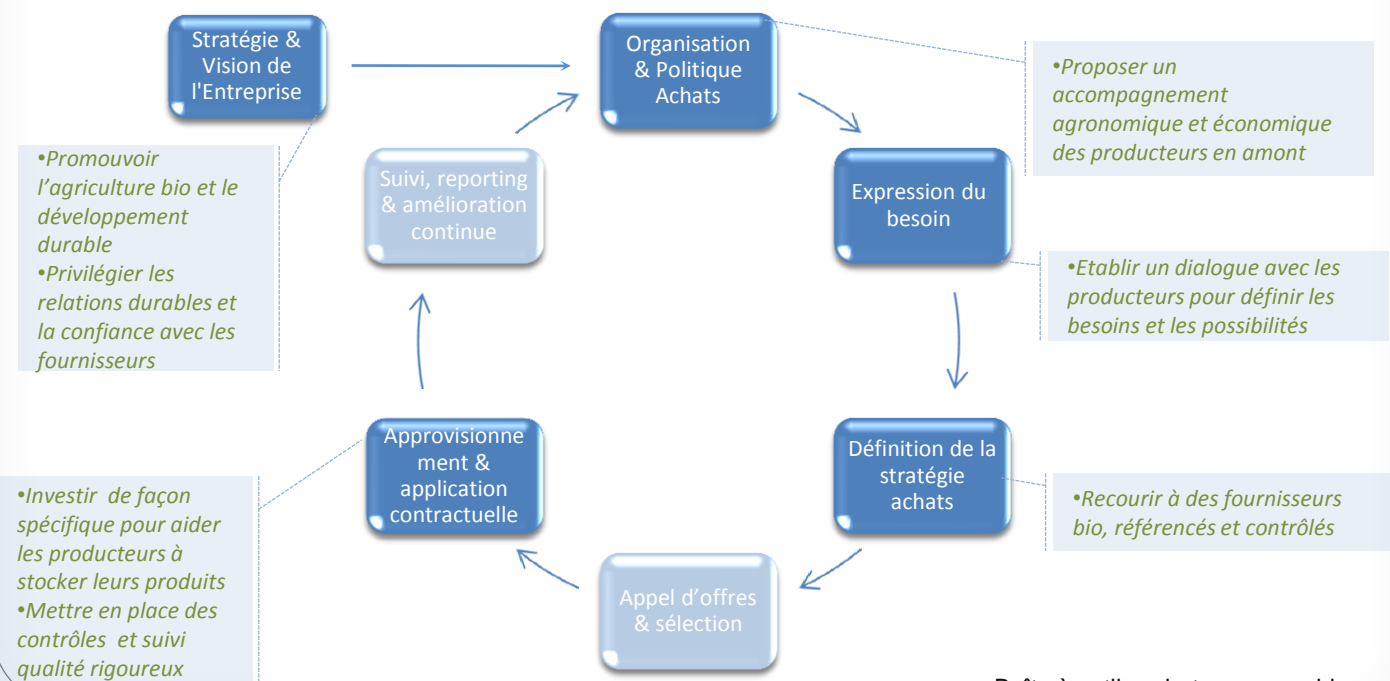
Accompagnement des producteurs...en quelques mots

Accompagner les producteurs sur le plan technique
+ Privilégier les **relations pérennes** et la qualité par rapport au prix
= **Proposer des produits bio de qualité et un approvisionnement stable**



*Positionnement Défensif : **Protéger** l'image de mon entreprise, en m'inscrivant dans une logique de gestion du risque
Positionnement Compétitif : **Economiser** en diminuant le TCO de certains produits, en réduisant la consommation d'énergie, les déchets...
Positionnement Offensif : **S'engager** dans une démarche Achats Durables pour satisfaire la demande des clients, des actionnaires, améliorer l'image, innover

Quelles étapes du cycle achats ont été les plus impactées ?





Quoi ?

Accompagner les fournisseurs pour :

- ❖ Augmenter la variété et les volumes produits
- ❖ Fidéliser les producteurs et en attirer de nouveaux

Pourquoi ?

- ❖ Être cohérent avec la démarche globale de l'entreprise, avec les valeurs de l'agriculture biologique et du développement durable en général
- ❖ Développer l'offre de produits en encourageant la diversité des productions
- ❖ Garantir la qualité des produits
- ❖ Contribuer au développement de l'agriculture biologique, conformément aux objectifs du Grenelle de l'environnement

Comment ?

- ❖ Accompagnement et formation des agriculteurs qui le souhaitent par un consultant en agronomie, en maraîchage ou en arboriculture
- ❖ Actions pour faire connaître les produits et les producteurs : affichage du nom du producteur sur les colis, invitation des producteurs en magasins afin de dialoguer avec les consommateurs finaux, organisation de rencontre entre les producteurs et les clients

Avec quels moyens ?

- ❖ Un budget conseil technique (35 k€ en 2011)
- ❖ Une dizaine de personnes dédiées exclusivement à l'accompagnement des producteurs
- ❖ De nombreuses rencontres et réunions multipartites
- ❖ Une communication auprès des clients et des consommateurs finaux
- ❖ L'implication de tous les salariés de ProNatura dans la stratégie, en particulier les acheteurs

Pour quel résultat ?

- ❖ Une relation de confiance et une excellente communication instaurées avec les fournisseurs
- ❖ Une parfaite maîtrise des sources d'approvisionnement et de la qualité des produits
- ❖ En termes d'image :
 - une crédibilité assurée pour ProNatura sur la qualité des produits et le respect des producteurs auprès des clients et des consommateurs finaux
 - et donc un pouvoir d'attraction sur d'autres producteurs pour pouvoir augmenter les volumes produits
- ❖ Une conduite du changement fluide permettant de développer l'offre des produits avec les fournisseurs et de proposer une gamme complète de fruits et légumes

Les Facteurs Clé de Succès

- ❖ Maîtriser et diffuser la notion de partenariats durables à tous les membres de l'équipe
- ❖ Reconnaître la valeur du travail des producteurs

