

Kadimage

Cadeaux, objets pub et vêtements
... à votre image.

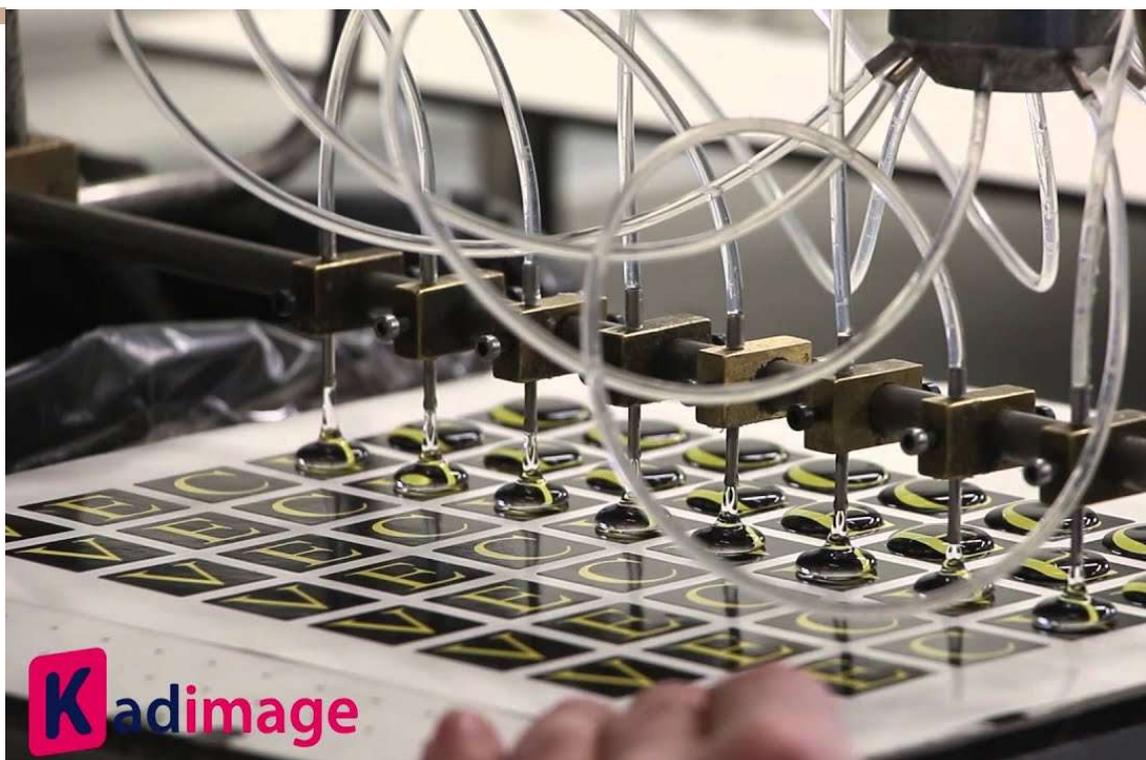
7 rue Rolland Coffignot
51100 REIMS

Contact :

frederic.vaillant@kadimage.fr

Site web :

www.kadimage.fr



Créé en : 2011

CA en 2019 : 1,2 million d'euros

Nombre de salariés : 6

Part des achats dans le CA : 75%

Principales familles d'achat : Marchandises (objets et vêtements promotionnels), prestations (marquage...)

LES ACHATS RESPONSABLES : POURQUOI ?

A quels enjeux l'entreprise était-elle confrontée ?

L'activité de Kadimage est au cœur de la mondialisation. C'est une réalité du marché, avec une offre large de produits fabriqués en Asie (Bangladesh, Chine...) d'où la nécessité de porter une attention particulière aux conditions de production (normes sociales, travail des enfants...) et aux enjeux environnementaux liés autant à la composition des produits, souvent en plastique, qu'à leur transport. C'est un enjeu concurrentiel et économique, en réponse à des contraintes de marché de plus en plus fortes et à une demande croissante de produits responsables.

Quelle a été la motivation à s'engager dans une telle démarche ?

Face à la demande de produits responsables, il est nécessaire de proposer des produits alternatifs, plus utiles, recyclables ou réutilisables, français ou européens... et de fournir des réponses et des garanties aux clients. Kadimage achète et fait fabriquer l'essentiel des produits qu'elle commercialise, d'où un besoin d'outils et d'éléments d'aide à la décision pour sélectionner les produits, challenger les fournisseurs et éclairer le choix de ses clients.

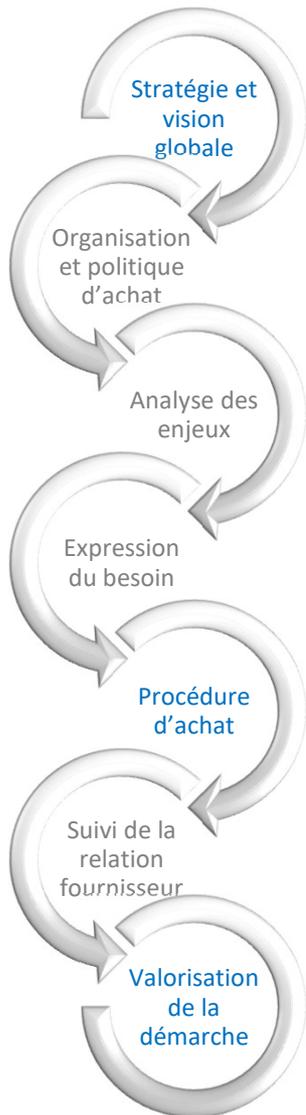
LES ACHATS RESPONSABLES COMMENT ?

Quelle démarche ?

La démarche a débuté par un état des lieux des pratiques et une analyse des enjeux par famille d'achats, grâce à l'outil ARES de l'ADEME, avec une mise en perspective des tendances du marché et des attentes clients.

La démarche a ensuite consisté à mettre en place des outils puis à sensibiliser l'équipe afin de systématiser la prise en compte des enjeux environnementaux et sociétaux dans les achats.

Quelles étapes ont été impactées ?



Focus actions

Kadimage travaille avec deux types de fournisseurs, des importateurs qui ont eux-mêmes des exigences sociales et environnementales vis-à-vis de leurs fournisseurs, qui sont à même de fournir des garanties (labellisation BSCI...) et qui offrent une gamme de produits responsables, et des faiseurs auprès de qui l'entreprise fait directement fabriquer certains produits, notamment pour répondre à des demandes spécifiques.

C'est à destination de ces faiseurs qu'une action a été priorisée, à savoir mettre en place un questionnaire fournisseur afin de réaliser un état des lieux de leurs engagements et pratiques, en faveur de l'environnement et du respect des conditions de travail. Cette action a nécessité d'identifier les pratiques responsables déjà existantes, de clarifier les engagements de l'entreprise et de les rédiger, pour être en mesure de les communiquer et de challenger les fournisseurs sur les enjeux priorités.

Bénéfices attendus

La démarche a permis :

- d'impliquer l'équipe et de la doter de nouveaux outils
- et par suite, d'apporter des réponses aux exigences de plus en plus fréquentes des clients.

Les questionnaires sont en cours de déploiement auprès des faiseurs, lors de leur référencement ou de la (re)contractualisation.

Economique (différé ou indirect)	Social	Sociétal	Environnemental
-------------------------------------	--------	----------	-----------------

Témoignage de Frédéric Vaillant, Gérant

« La sensibilité était là mais nous éprouvions un besoin de formaliser nos engagements et nos actions, ce que les entretiens individuels ont permis. Les ateliers collectifs ont quant à eux mis en lumière des dénominateurs communs entre des entreprises très différentes en niveau de structuration mais qui, pourtant, ont chacune su apporter quelque chose aux autres. Sans cette opération collective, rien n'aurait probablement été fait sur le sujet alors que là, le sujet a été pris à bras le corps, faisant écho à des sollicitations de la fédération et répondant à une volonté de transparence vis-à-vis des clients... »