EC PAR

Espace de concertation sur les pratiques d'approvisionnement responsable

BAROMÈTRE DE L'ACHAT RESPONSABLE 2020

LA CONTRIBUTION DE L'ACHAT RESPONSABLE AUX OBJECTIFS DE DÉVELOPEMENT DURABLE

Canada

UNIVERSITÉ LAVAL

CIRAIG MC
Centre international de référence sur le cycle de vie des produits, procédés et services

ÉQUIPE DE RÉALISATION

RÉALISATION
Sophie Bergeron, M. Sc., Chargée de recherche, ECPAR
Louise Vigreux, MBA, Consultante

SUPPORT ET RÉVISION
Luc Brès, Professeur agrégé, Codirecteur du LIRSE, Université Laval
Jonathan Barbeau-Baril, Analyste, CIRAIG, ESG UQAM
Sara Russo Garrido, Directrice exécutive adjointe, CIRAIG, ESG UQAM
Marzia Angela Cremona, Professeure adjointe, FSA Université Laval

DIRECTION DU PROJET
Anne-Marie Saulnier, M. Sc., Directrice de l'ECPAR

ÉDITION
Louis Laflamme

RÉVISION LINGUISTIQUE
Lisa Cecchini

GRAPHISME
QUiNTUS

LES PARTENAIRES DE RECHERCHE DE L'ECPAR POUR LE BAROMÈTRE 2020

CIRAIG[MC]
Centre international de référence sur le cycle de vie des produits, procédés et services

Le CIRAIG est un centre d'expertise en cycle de vie reconnu mondialement pour ses travaux et initiatives bâtis sur de solides assises scientifiques et près de quinze années d'expérience appliquée. Le CIRAIG accompagne les industries, les gouvernements, les organisations et les consommateurs dans leur démarche vers un développement durable soutenu par la pensée cycle de vie. Basé à Polytechnique Montréal et à l'École des Sciences de la Gestion de l'Université du Québec à Montréal (ESG-UQÀM), le CIRAIG allie l'ingénierie et les sciences sociales et tisse sa programmation de recherche à la lumière de la multidisciplinarité.

UNIVERSITÉ LAVAL
Laboratoire interdisciplinaire de la responsabilité sociale des entreprises (LIRSE)

Le LIRSE contribue à la construction d'initiatives favorisant la mise en place d'infrastructures de marché — en complément du droit — qui maximisent les bénéfices sociaux et environnementaux des entreprises et marchés : outils de gestion, indicateurs de responsabilité sociale, modèles d'affaires responsables, innovation sociale, mouvement coopératif, économie collaborative, outils de gestion responsable, renforcement des capacités consumocratiques. Basé à la Faculté des sciences de l'administration de l'Université Laval, le LIRSE réunit des chercheuses et chercheurs de multiples disciplines en sciences sociales.

TABLE DES MATIÈRES

MOTS DES PARTIES PRENANTES 4
PRÉSENTATION DES PARTENAIRES 7
SOMMAIRE EXÉCUTIF 9
INTRODUCTION 10

1 MÉTHODOLOGIE 12
1.1. Les composantes et indicateurs de l'achat responsable 13
1.2. Profil et représentativité des répondants 15

2 RÉSULTATS 17
2.1. La contribution des approvisionnements aux objectifs de DD des Nations Unies 17
2.2. Où en sont les organisations canadiennes en matière d'achat responsable ? 20
2.2.1. Classement global des organisations canadiennes 20
2.2.2. Motivations et freins 21
2.2.3. Volumes d'achat touchés par l'achat responsable 23
2.2.4. Portée des pratiques et engagements 23
2.2.5. Prise en compte des enjeux du développement durable 25

2.3. La gouvernance de l'achat responsable 31
2.3.1. Imputabilité 31
2.3.2. Engagements 31
2.3.3. Mobilisation des parties prenantes 33
2.3.4. Mesure 35

2.4. Approches et outils pour opérationnaliser 37
2.4.1. Renforcement des compétences organisationnelles 37
2.4.2. Types de pratiques d'achat responsable implantées 38
2.4.3. Produits et services visés 39
2.4.4. Certifications, normes et lignes directrices utilisées 40

3 CONCLUSION 42

LEXIQUE 44



Mot de la rectrice de l'Université Laval

Les personnes, les communautés et les organisations sont interpellées, par leur engagement individuel et collectif, à prendre part activement aux solutions pour l'atteinte des 17 objectifs de développement durable (ODD), adoptés par les États membres de l'Organisation des Nations unies. Les ODD proposent une « marche à suivre pour parvenir à un avenir meilleur et plus durable pour tous ».

L'Université Laval s'inscrit dans cette initiative mondiale et poursuit son rôle d'acteur académique de premier plan, engagé et contributif, à la transformation de notre monde. Le partenariat établi avec l'ECPAR (Espace de concertation sur les pratiques d'approvisionnement responsable) en est un exemple concret où l'alliance entre des scientifiques, des praticiennes et des praticiens accentue le repérage et l'activation de leviers d'amélioration au sein des organisations.

En plus d'un soutien institutionnel, l'apport de membres du corps professoral de l'Université Laval permet de renforcer la méthodologie du Baromètre de l'approvisionnement responsable. Celui-ci offre un éclairage sur les avancées des entreprises, institutions et organisations québécoises et canadiennes en matière de pratiques responsables d'achat, renforçant directement, par le fait même, l'ODD – consommation et production responsables et, par extension, l'ensemble des ODD.

Au nom de l'Université Laval, je salue le travail accompli par l'ensemble des personnes ayant contribué au succès du Baromètre de l'approvisionnement responsable 2020.

Sophie D'Amours
Rectrice de l'Université Laval



Mot du Président

L'édition 2020 du baromètre de l'ECPAR permettra aux participants d'établir leur niveau de maturité en pratiques d'approvisionnement responsable et de le comparer avec celles d'organisations canadiennes ayant ce sujet à cœur. La panoplie d'outils, de formations et de services offerts par l'ECPAR vise à équiper les membres pour la mise en place d'un plan d'action efficace afin de faire évoluer leurs pratiques dans le domaine de l'approvisionnement responsable. Elle vise également à un rehaussement de l'impact sur l'ensemble des opérations de l'organisation et sur sa réputation. Le résultat ultime étant une amélioration mesurable et pérenne de la contribution de l'organisation dans l'ensemble des facettes du développement durable.

Alors que l'année 2020 a pris une tournure inattendue et dramatique, ADM Aéroports de Montréal s'est vue dans l'obligation de réviser son portfolio de projets afin de réduire les impacts financiers de la pandémie. Malgré ce contexte difficile, ADM maintient son engagement envers le développement durable et cible davantage ses actions. À cet effet, l'édition 2020 du baromètre de l'ECPAR permettra à ADM de faire une mise à jour de son plan d'action afin de lui permettre de rehausser l'impact de sa politique d'approvisionnement responsable dans son engagement envers le développement durable.

En tant que président du Conseil d'administration de l'ECPAR, je suis fier de pouvoir prendre part à un organisme qui a pour mission d'augmenter la compétitivité, l'efficacité et la résilience des organisations grâce à des achats durables. C'est autour du baromètre et de projets porteurs qui auront un impact sur des enjeux critiques de développement durable que l'ECPAR continue son engagement à faire évoluer les meilleures pratiques d'approvisionnement responsable et à permettre à ses membres de les adopter de façon efficace. Je souhaite sincèrement que cette édition 2020 du baromètre vous permette de renouveler votre engagement dans l'application des meilleures pratiques d'approvisionnement responsable.

Philippe Stas
Président du Conseil d'Administration de l'ECPAR
Directeur Approvisionnement Stratégique, Aéroports De Montréal

MOTS DES PARTENAIRES

SE SITUER pour s'inspirer des leaders

Le Centre international de référence sur le cycle de vie des produits, procédés et services (CIRAIG) est heureux d'avoir apporté son soutien à l'édition 2020 du Baromètre de l'achat responsable. Déterminés à soutenir la progression de la mesure de l'achat responsable au Canada, nous sommes convaincus de son rôle clé dans le déploiement de meilleures pratiques en ce domaine. En plus de permettre aux organisations de situer leur performance, il constitue un solide outil de pédagogie et de sensibilisation.
Nous espérons que les résultats de 2020 sauront inspirer les organisations canadiennes à intégrer les meilleures pratiques d'achat responsable dans leur stratégie de développement, leurs pratiques d'affaires et leurs processus de gestion. Si les défis sont périlleux, ils ne sont pas insurmontables. Nous pouvons tous contribuer à réduire de façon notable l'empreinte environnementale et sociale de nos secteurs d'activités respectifs. L'ECPAR, ses membres et ses partenaires constituent un point d'ancrage qui nous démontre bien qu'ensemble nous pouvons propulser le Canada vers l'atteinte des objectifs de développement durable.

Sophie Fallaha, *B. Ing., M.Sc.A.*
Directrice exécutive, CIRAIG

MESURER pour transformer

C'est avec fierté et enthousiasme que les membres du Laboratoire interdisciplinaire de la responsabilité sociale des entreprises se sont engagés dans l'édition 2020 du Baromètre de l'achat responsable. Pour la deuxième édition consécutive, nous sommes heureux de renouveler notre soutien au baromètre des achats responsables. Plus que jamais, les impératifs de protection des personnes et de la transition écologique commandent une meilleure compréhension des choix et des pratiques des organisations canadiennes, pour les aider à mieux cibler ces impératifs. L'achat responsable figure parmi ces outils d'action particulièrement intéressants à cet effet, au cœur des opérations clés des entreprises.
Nous sommes très heureux d'être associés à cette initiative qui combine connaissances pratiques et savoir scientifique. C'est pour nous un exemple parfait de recherche engagée, qui facilite la circulation des expertises de tous les acteurs actifs dans le domaine de l'achat responsable et qui permet d'envisager la manière dont nous définirons collectivement de nouvelles pratiques aux fins de guider le fonctionnement des organisations vers un développement plus durable. À ce titre, la collaboration du LIRSE avec l'ECPAR et ses autres partenaires s'inscrit parfaitement dans sa mission.

Martin Dumas
Codirecteur du LIRSE

PRÉSENTATION DES PARTENAIRES

Université Laval
Animée par un esprit d'innovation et la recherche de l'excellence, l'Université Laval fait partie des principales universités de recherche au Canada. Elle s'y classe au 7e rang grâce à des fonds de plus de 400 M$ alloués à la recherche l'an dernier. Leader en formation à distance, elle compte plus de 1 650 professeurs, plus de 2 300 chargés de cours et autres membres du personnel enseignant et de recherche qui partagent leur savoir avec quelque 45 000 étudiants, dont 27 % sont inscrits aux cycles supérieurs. L'Université valorise la diversité et est fière des membres de sa communauté, qui proviennent de 135 pays. Plus ancienne université francophone d'Amérique du Nord, l'Université Laval a formé à ce jour plus de 319 000 personnes qui participent, chacune à leur façon, au progrès des sociétés.

Canadian Business for Social Sustainability (CBSR)
La Canadian Business for Social Responsibility (CBSR) est, depuis 25 ans, un groupe de réflexion et une association professionnelle pour les leaders du développement durable partout au Canada. Elle facilite la collaboration intersectorielle en tant que force de progression de l'humanité. Depuis plus de deux décennies, la CBSR a mené des recherches fondamentales, suscité des conversations essentielles et aidé les entreprises canadiennes à mettre en œuvre des concepts de développement durable. L'objectif consiste à aider les entreprises canadiennes à favoriser le développement durable pour en bénéficier à l'avenir. La CBSR vise à améliorer et à faire croître les responsabilités sociales et environnementales des entreprises en favorisant la collaboration des décideurs afin qu'ils prennent conscience des enjeux et exercent une influence bénéfique et progressiste sur les politiques publiques.

Canadian Collaboration for Sustainable Procurement (CCSP)
La Canadian Collaboration for Sustainable Procurement (CCSP), auparavant la Municipal Collaboration for Sustainable Procurement (MCSP), est un réseau de 30 organismes canadiens du secteur public qui collaborent aux enjeux écologiques, sociaux et éthiques, en plus d'évaluer les possibilités qui s'offrent aux Premières Nations dans la chaîne logistique d'approvisionnement et les risques auxquels elles s'exposent. Ses membres interviennent sur le réseau, partagent l'information et bâtissent ensemble des outils pour mettre en place de meilleures pratiques et publier le Rapport annuel sur l'état des marchés publics durables au Canada.

PRÉSENTATION DES PARTENAIRES

Ontario Public Buyers Association (OPBA)

L'Ontario Public Buyers Association (OPBA) est une association professionnelle sans but lucratif qui représente les professionnels de l'approvisionnement du secteur public de partout en Ontario. Elle fait la promotion de l'utilisation éthique et efficace des fonds publics et encourage l'excellence dans de nombreux secteurs : achats publics, occasions de développement professionnel continu, soutien aux programmes de certification et encouragement au réseautage des membres. L'organisme, qui repose sur le bénévolat, comprend des professionnels de l'approvisionnement des gouvernements locaux, régionaux et provinciaux, des conseils scolaires, des universités, des agences publiques de sécurité et d'autres organisations chargées de dépenser les fonds publics de manière prudente et responsable. Ses membres administrent ou autorisent des dépenses de plusieurs millions de dollars provenant de taxes et d'impôts au nom de ces agences. Ils travaillent à tous les niveaux de responsabilités du secteur public.

Recycling Council of Ontario (RCO)

Le Circular Innovation Council — créé en 1978 sous le nom du Recycling Council of Ontario — estime que la solution pour une utilisation plus efficace des ressources consiste à se tourner vers l'économie circulaire qui régule l'activité économique reliée à la consommation de ressources épuisables. En appliquant les concepts de l'économie circulaire par la collaboration et l'inclusion, nous trouvons des solutions qui permettent, par le biais de l'économie circulaire, de retirer de la circulation les déchets émanant de la production et de la consommation.

Merci au Laboratoire interdisciplinaire de la responsabilité sociale des entreprises (LIRSE) de l'Université Laval et au Centre international de référence sur le cycle de vie des produits, procédés et services (CIRAIG), qui ont soutenu le Baromètre 2020 avec leurs subventions de recherche.

Merci à nos partenaires de communication CBSR, CCSP, OPBA et RCO qui nous ont permis de joindre un si grand nombre d'organisations pancanadiennes.

Merci à l'Université de Laval pour leur contribution financière. Merci également au Gouvernement du Canada qui, en plus de soutenir le projet à titre de membres de l'ECPAR, ont contribué financièrement à la diffusion de ce rapport par le biais du programme des Objectifs de développement durable.

SOMMAIRE EXÉCUTIF

En 2020, les organisations canadiennes demeurent engagées en matière d'achat responsable.

Le Baromètre rend compte des pratiques des organisations selon cinq niveaux de maturité **(peu concerné, engagement, progression, maturité, exemplarité)** pour chacune des cinq composantes de l'achat responsable : **la vision, la politique et gouvernance, la mobilisation des parties prenantes, l'opérationnalisation et la mesure.**

En 2020, l'atteinte des Objectifs de développement durable des Nations Unies, la lutte contre les changements climatiques, l'économie circulaire et le développement de l'économie sociale sont au cœur des préoccupations des organisations responsables. La méthodologie du Baromètre 2020 a ainsi été renforcée pour prendre en compte ces aspects.

Faits saillants du Baromètre 2020

- 142 organisations canadiennes ont participé à la mesure cette année. En moyenne, elles se situent au niveau **« Engagement »**.
  - Sur le plan de la vision, elles sont plus avancées avec un niveau **« Progression »**.
  - Le niveau de maturité le plus élevé s'observe pour l'indicateur Niveaux hiérarchiques imputables, qui obtient un niveau **« Progression »**.
  - Le niveau de maturité **« Peu concerné »** s'observe pour les quatre indicateurs : Méthodes d'identification des critères d'achat, Formalisation et implantation des engagements, Pourcentage de produits/services touchés et Population visée par les mesures de renforcement des compétences.
  - Les organisations qui ont de plus gros volumes d'achats ont une meilleure performance.
- 26 % des organisations tiennent compte des Objectifs de développement durable des Nations Unies, pour orienter leur stratégie d'achat responsable.
- En ce qui a trait à la prise en compte des trois catégories d'enjeux du développement durable (environnement, social et économique), les organisations se situent en moyenne au niveau **« Engagement »**.
  - À l'étape de la **vision,** le niveau **« Progression »** est atteint.
  - À l'étape **politiques et gouvernance**, 47 % ont obtenu le niveau **« Maturité »** ou **« Exemplarité »** pour la prise en compte des 3 catégories d'enjeux, mais également des ODD, des émissions de GES et de la contribution à l'économie sociale et circulaire.
  - À la phase **opérationnalisation**, le niveau **« Engagement »** demeure.
  - En ce qui concerne la **mesure** des retombées, le volet économique prime toujours.
- En matière d'influence des pratiques sur les chaînes d'approvisionnement, les organisations se situent au niveau **« Progression »** en phase **d'opérationnalisation.**
  - 44 % d'entre elles mobilisent les fournisseurs et leurs sous-traitants dans leur démarche.
  - 24 % collaborent avec leurs fournisseurs.
- Pour le volume d'achats touchés, les organisations se situent dorénavant au niveau 2 **« Engagement »** (c'était **« Peu concerné »** en 2016).
- Quant aux motivations et freins à l'achat responsable:
  - Les valeurs morales de l'organisation et l'engagement de la haute-direction sont les principales motivations évoquées et la conformité aux lois et règlements est reléguée au 4e rang (53 %) (2e rang en 2016).
  - La recherche du plus bas prix à l'achat plutôt que d'un rapport qualité-prix qui prend en considération le développement durable demeure le frein majeur pour la majorité (83 %).

INTRODUCTION

L'ACHAT RESPONSABLE EN 2020

Les Nations Unies ont adopté en 2015 un plan ambitieux, les Objectifs de développement durable (ODD), visant à promouvoir la prospérité économique tout en protégeant la planète et ses habitants.[1] Composés de 17 objectifs et de 169 cibles à atteindre d'ici 2030, les ODD réitèrent le lien étroit entre la protection de l'environnement, le développement durable et les marchés publics. L'achat responsable constitue un puissant instrument du programme 2030, touchant l'objectif 12 Consommations et productions durables. Il permet l'atteinte de résultats liés à plusieurs autres objectifs. Le Canada s'est joint à l'effort international en adoptant le Programme de développement durable à l'horizon 2030. Le pays s'est engagé à appuyer la mise en œuvre des ODD tant au Canada qu'à l'échelle mondiale.

Aujourd'hui, les risques climatiques et écologiques sont inextricablement liés à des enjeux économiques et sociétaux majeurs; ce qui rend l'adoption de politiques et de mesures en faveur du développement durable incontournable pour les acteurs politiques et économiques. Les risques associés à l'environnement, comme l'échec des politiques climatiques, la chute de la biodiversité[2] et les dégâts environnementaux causés par l'être humain, constituent les principales préoccupations à long terme des entreprises et des organisations publiques, comme mentionné aux participants du Forum économique mondial de Davos, qui s'est tenu en janvier 2020. Devenir carboneutre d'ici 2050 est la cible qui leur a été proposée. Pour ce faire, les approvisionnements doivent être mis à profit. Une norme ISO est maintenant dédiée à l'achat responsable, ISO 20 400. Elle mise sur la prise en compte des impacts environnementaux, sociaux et économiques sur toute la durée de vie des produits et services achetés.

À l'échelle canadienne, plusieurs législations existent ou sont à prévoir en matière d'achat responsable. Ainsi, en février dernier, le projet de loi S-22, Loi sur l'esclavage moderne, a été présenté à la Chambre des communes et a fait l'objet d'une première lecture.[3] Par ailleurs, le gouvernement du Canada, guidé par le le Centre pour un gouvernement vert du Secrétariat du Conseil du Trésor du Canada, veillera à ce qu'un approvisionnement écologique fondé sur les principes d'évaluation du cycle de vie, ainsi que sur l'adoption de technologies propres et de produits et services écologiques, soit mis en place.

Au Québec, la nouvelle stratégie de développement durable 2022-2027 actuellement en validation renouvellera l'engagement du Gouvernement québécois en matière de développement durable. La pandémie a incité l'administration gouvernementale en place à promouvoir l'achat local auprès des citoyens. De nombreux acteurs implorent le gouvernement et les municipalités du Québec pour qu'ils fassent des marchés publics l'un des outils stratégiques d'un développement économique fondé sur l'innovation, la transition écologique, la circularité, la diversité et l'équité. Le ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec a donné le ton en lançant en septembre 2020 sa toute première stratégie favorisant l'achat d'aliments québécois dans les institutions publiques. La Ville de Montréal a mobilisé ses équipes en vue de faire des

[1] *https://www.un.org/sustainabledevelopment/fr/objectifs-de-developpement-durable/*
[2] *http://www3.weforum.org/docs/WEF_Global_Risk_Report_2020.pdf*
[3] *https://parl.ca/DocumentViewer/fr/43-1/projet-loi/S-211/premiere-lecture*

approvisionnements l'un des leviers d'une relance économique fondée sur la durabilité, en précisant que, si les lois sont une barrière pour ce faire, elles doivent être révisées. Ces engagements et prises de position représentent une source d'espoir.

Entre 2016 et 2020, l'ECPAR et ses membres ont quant à eux confirmé que l'approvisionnement responsable commence lorsqu'un besoin est formulé, et se termine lorsque le produit en question est réutilisé en tant que produit ou lorsque ses composants ou matériaux reçoivent une nouvelle application. L'approvisionnement doit donc être traité au sens le plus large du terme, en ne se limitant pas au moment de l'achat lui-même (la transaction) ni au moment où la demande est articulée. L'ECPAR a par ailleurs cherché à s'assurer que les grands donneurs d'ordre utilisent leur pouvoir d'achat pour générer une demande de marchés durables et circulaires au Québec et au Canada. Comme cela ne peut se faire que dans une optique de collaboration, l'organisation cherche dorénavant à mobiliser donneurs d'ordre et fournisseurs autour d'espaces neutres d'échange. Elle vise ainsi le codéveloppement des pratiques, critères ou certifications qui assureront l'accès aux marchés des produits, services et technologies durables.

Pour ce faire, la 3e édition du Baromètre de l'achat responsable se devait de rejoindre des organisations basées partout au Canada. Un financement du Gouvernement du Canada dans le cadre de la Stratégie nationale du Canada pour le Programme 2030 ayant rendu cela possible, des recommandations seront déposées pour faire en sorte que les stratégies d'approvisionnement des organisations canadiennes contribuent aux Objectifs de développement durable des Nations Unies. Une proposition sera offerte à nos partenaires de communication CCSP, CBSR, RCO et OPBA en vue de la mise en place d'un espace pan canadien de collaboration en approvisionnement responsable.

C'est dans ce contexte que la campagne pour la 3e édition du *Baromètre de l'achat responsable* s'est installée avec son message clé **L'ACHAT RESPONSABLE, PLUS PERTINENT QUE JAMAIS.**

LE BAROMÈTRE 2020

Le Baromètre 2020 permet aux organisations québécoises et canadiennes de se mesurer objectivement avec leurs pairs et dans le temps. En lien avec la volonté politique de contribuer à l'atteinte d'un développement durable, le Baromètre 2020 évalue également la contribution de l'achat responsable aux Objectifs de développement durable des Nations Unies sur la base des orientations du Programme des Nations Unies pour l'Environnement (PNUE). Grâce à nos partenaires de communication, le nombre de répondants a doublé. De plus, nous pouvons compter sur la participation d'un nombre considérable d'organisations canadiennes basées à l'extérieur du Québec (38 % des répondants sont basés à l'extérieur du Québec, tandis qu'en 2012 cette proportion n'était que de 12 %).

La première partie du rapport présente le Baromètre 2020, sa méthodologie et les indicateurs et composantes de l'achat responsable. La deuxième partie met de l'avant les résultats, ainsi que des analyses détaillées sur quatre aspects : la contribution de l'achat responsable aux Objectifs de développement durable des Nations Unies (section 2.1), le positionnement des organisations canadiennes en ce qui a trait à l'achat responsable (section 2.2), les changements apportés à la gouvernance des organisations pour encadrer l'achat responsable (section 2.3) et les approches et outils utilisés pour l'opérationnaliser (section 2.4).

MÉTHODOLOGIE

5 COMPOSANTES, 20 INDICATEURS, 5 NIVEAUX DE PERFORMANCE

Le Baromètre 2020 reprend la méthodologie développée pour le Baromètre 2016, avec la formule des 5 composantes, 20 indicateurs et 5 niveaux de performance.

Le Baromètre mesure la performance des organisations en matière d'achat responsable sur la base d'un classement des pratiques des organisations. Celles-ci sont évaluées à partir de 20 indicateurs, pondérés de façon égale. Chaque indicateur est associé à un nombre variable de réponses du questionnaire. Les 20 indicateurs du Baromètre sont regroupés en cinq composantes de l'achat responsable : **la vision, la politique et la gouvernance, la mobilisation des parties prenantes, l'opérationnalisation** et **la mesure** (voir Tableau 1 Présentation des composantes et des indicateurs). L'échelle de performance comporte cinq niveaux : **peu concerné, engagement, progression, maturité et exemplarité.** Notons que, cette année, tous les indicateurs comportent cinq niveaux.



Afin de déterminer la performance des organisations par rapport aux différents indicateurs, l'échelle de performance établie en 2016 a subi une mise à niveau dans un souci d'harmonisation. Cette mise à niveau a été effectuée sur la base de comparaisons avec d'autres référentiels et en tenant compte de l'évolution de la littérature scientifique. De plus, elle a fait l'objet d'une validation auprès d'experts et d'expertes en achat responsable. Le questionnaire a fait l'objet de consultations auprès de praticiens afin de s'assurer de sa cohérence avec leurs pratiques professionnelles. Ainsi, pour refléter les enjeux émergents de l'achat responsable, cette nouvelle édition du Baromètre intègre dans sa mesure de performance de nouvelles pratiques liées aux cinq thématiques clés suivantes : les coûts totaux de propriété, l'économie sociale, l'économie circulaire, les émissions de gaz à effet de serre et les Objectifs de développement durable des Nations Unies. De plus, pour cette édition du Baromètre, les organisations qui prétendent aux échelons « **maturité** » et « **exemplarité** » ont dû fournir des pièces justificatives de leurs pratiques d'achat.

Les résultats présentés dans ce rapport sont établis à partir de la moyenne des niveaux de maturité atteints par les organisations répondantes sur les différents sujets analysés. Ils sont présentés à la section 2 de ce rapport. De plus, chacune des organisations ayant répondu au questionnaire du Baromètre reçoit une fiche personnalisée présentant sa performance en achat responsable, par rapport à la performance moyenne des autres organisations répondantes, pour chaque composante et indicateur.

1.1 PRÉSENTATION DES COMPOSANTES ET INDICATEURS DE L'ACHAT RESPONSABLE

Comme le Baromètre 2016, le Baromètre 2020 part du principe que l'achat responsable suit une logique de gestion. Les organisations définissent dans un premier temps leur vision de l'achat responsable. Dans un deuxième temps, elles la formalisent en termes d'engagement dans leurs politiques et structures de gouvernance. Dans un troisième temps, elles intègrent ces engagements dans leurs activités. Dans un dernier temps, elles mesurent les avancements et les impacts. En parallèle, elles assurent d'une façon transversale une mobilisation de leurs parties prenantes afin que leur gestion des achats responsables corresponde aux attentes des parties prenantes et aux principaux impacts de leur activité.

Nous avons ainsi identifié cinq composantes de l'achat responsable : **la vision, la politique et gouvernance, la mobilisation des parties prenantes, l'opérationnalisation** et **la mesure.** Pour chacune de ces composantes, nous avons déterminé des indicateurs permettant de mesurer de façon précise les avancées. Ils sont présentés dans le tableau à la page suivante.





5 composantes de l'achat responsable : la vision, la politique et gouvernance, la mobilisation des parties prenantes, l'opérationnalisation et la mesure.

TABLEAU 1 Présentation des composantes et indicateurs de l'achat responsable

COMPOSANTES ET INDICATEURS DE L'ACHAT RESPONSABLE	
COMPOSANTES	**INDICATEURS**
Vision	▸ Enjeux du développement durable considérés pour identifier la responsabilité sociétale liées aux achats ▸ Méthodes d'identification des impacts (calcul des coûts totaux de propriété, cartographie de la chaîne d'approvisionnement, identification des risques, etc.) ▸ Objectifs de priorisation des pratiques (conformité réglementaire, intégration totale du développement durable au modèle d'achat, réduction des risques liés à l'image, etc.) ▸ Méthodes d'identification des critères d'achat (analyse des tendances sur le marché, consultations de guides ou fiches d'achats responsable, réalisation d'analyses de cycle de vie, etc.)
Politique et gouvernance	▸ Niveaux hiérarchiques imputables ▸ Formalisation et implantation des engagements (critères d'achat responsable, plan d'implantation, ressources affectées, etc.) ▸ Portée des engagements sur la chaîne d'approvisionnement (parties prenantes visées et portée de l'influence des engagements sur les fournisseurs et sous-traitants) ▸ Enjeux du développement durable mentionnés dans les engagements
Mobilisation des parties prenantes	▸ Parties prenantes mobilisées (clients, requérant, ONG, etc.) ▸ Actions de mobilisation réalisées (collaboration avec les parties prenantes, réalisation de projets communs, reddition de compte régulière, etc) ▸ Communication de la démarche et des résultats (rapport de responsabilité sociale, rapport annuel comportant une section sur l'achat responsable, reddition de compte publique, etc.)
Opérationnalisation	▸ Renforcement des compétences – actions réalisées (acquisition d'outils opérationnels, affectation de personnels spécialisés, participation à des réseaux de partage des meilleures pratiques, etc.) ▸ Renforcement des compétences – population couverte (haute direction, nouveaux employés, requérant, etc.) ▸ Étapes du processus d'approvisionnement visées (analyse du marché, qualification des fournisseurs, suivi des contrats, etc.) ▸ Types de pratiques implantées (location plutôt qu'achat, calcul des coûts totaux de propriété, intégration des systèmes circulaires (matières résiduelles des uns deviennent les intrants des autres, etc.) ▸ Pourcentage des produits/services touchés par l'achat responsable (Produits d'usage courant / Produits stratégiques) ▸ Portée des pratiques sur les chaînes d'approvisionnement (évaluation de la performance des fournisseurs, signature de code de conduite par les fournisseurs, stratégie en vue de favoriser les fournisseurs innovants, etc.) ▸ Portée des pratiques sur les enjeux du développement durable
Mesure	▸ Types d'indicateurs utilisés (émissions de GES liées au transport des produits, gains économiques liés à la réutilisation des biens disponibles à l'interne, nombre ou part de fournisseurs priorisés contrôlés à l'aide de critères sociaux, etc.) ▸ Types d'impacts mesurés (émissions de GES liées au transport des produits, gains économiques liés à la réutilisation des biens disponibles à l'interne, gains socioéconomiques liés aux achats auprès d'entreprises d'insertion)

1.2. PROFIL ET REPRÉSENTATIVITÉ DES RÉPONDANTS

Du 8 juin au 23 octobre 2020, le questionnaire du Baromètre de l'achat responsable 2020 a été soumis en ligne sur le site web de l'ECPAR. Grâce à nos partenaires canadiens, un grand nombre d'organisations canadiennes ont été approchées selon leurs réseaux de contacts respectifs. Des courriels ont été envoyés aux répondants potentiels à partir de listes constituées des précédentes éditions du Baromètre, des abonnés à l'infolettre et des associations sectorielles. Les membres de l'ECPAR demeurent un vecteur important de la diffusion de l'initiative dans leurs réseaux. Les réseaux sociaux, comme Facebook et LinkedIn, ont été également mobilisés. En 2016, 76 organisations avaient participé au Baromètre. Cette année, 142 organisations y ont pris part. 29 d'entre elles faisaient partie des répondants en 2016.

Au total, **142 organisations** ont participé à l'étude, selon la répartition suivante :

- **26 % entreprises; 26 % organismes ou ministères (gouvernements du Québec et du Canada); 26 % municipalités; 11 % établissements du réseau de l'éducation;**
- **38 % de ces organisations sont basées au Canada, à l'extérieur du Québec : 4 % en Alberta; 9 % en Colombie-Britannique; 20 % en Ontario;**
- **20 % des organisations sont membres de l'ECPAR.**

FIGURE 1 Profil des organisations répondantes par province (n = 142)

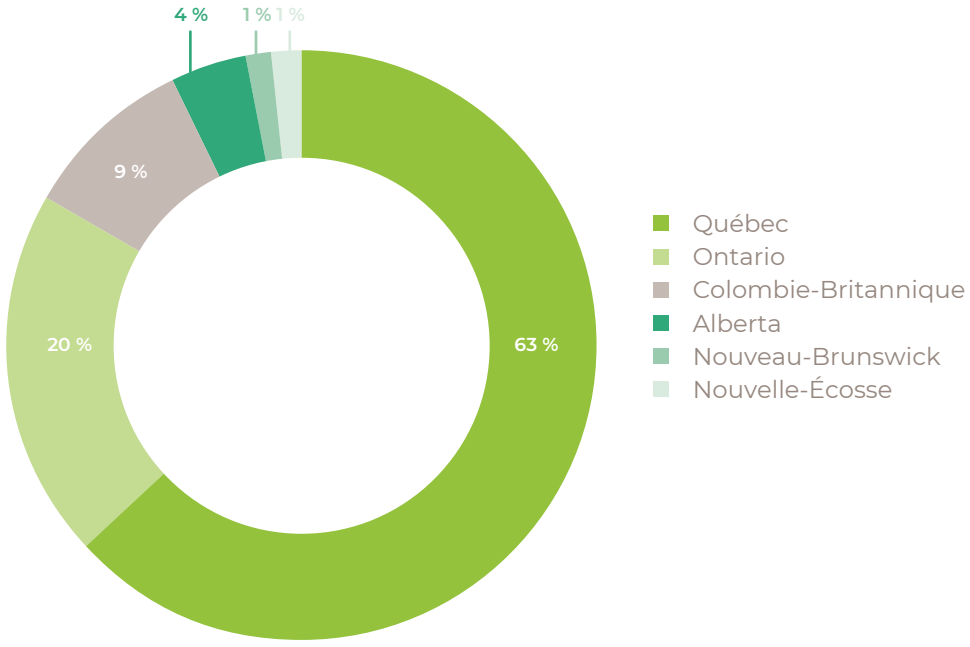


FIGURE 2 Profil des organisations répondantes par dénomination sociale (n = 142)

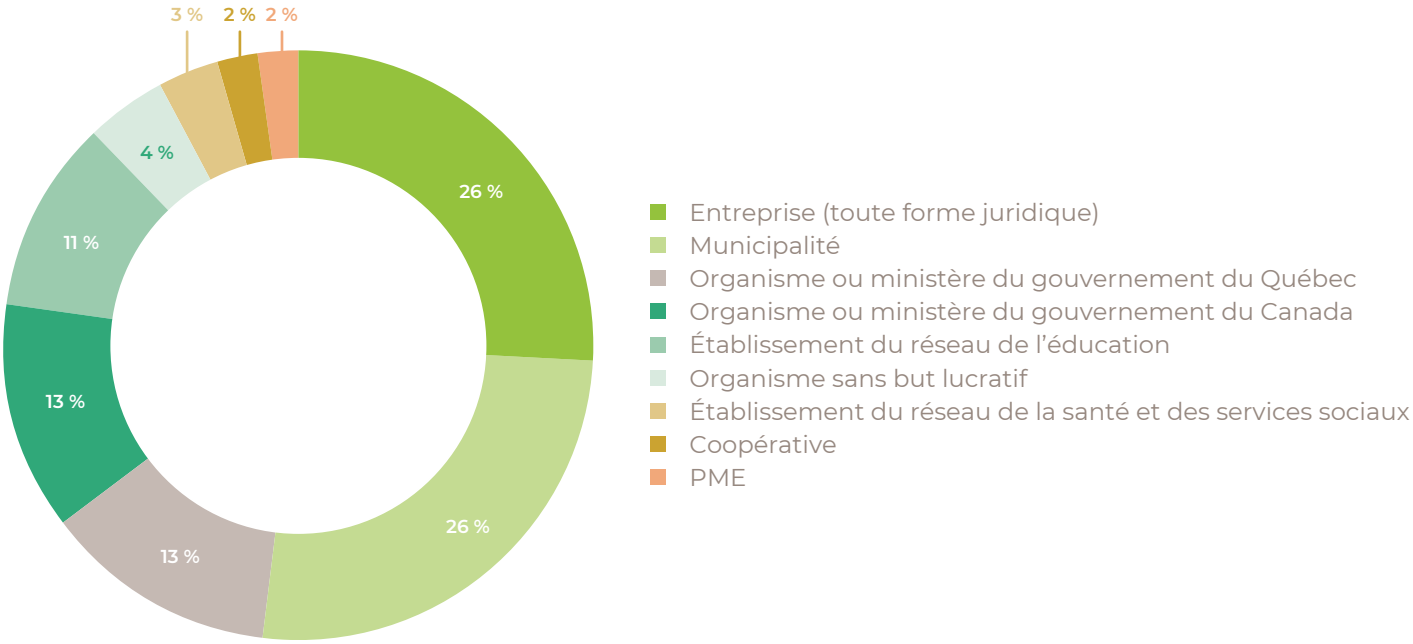
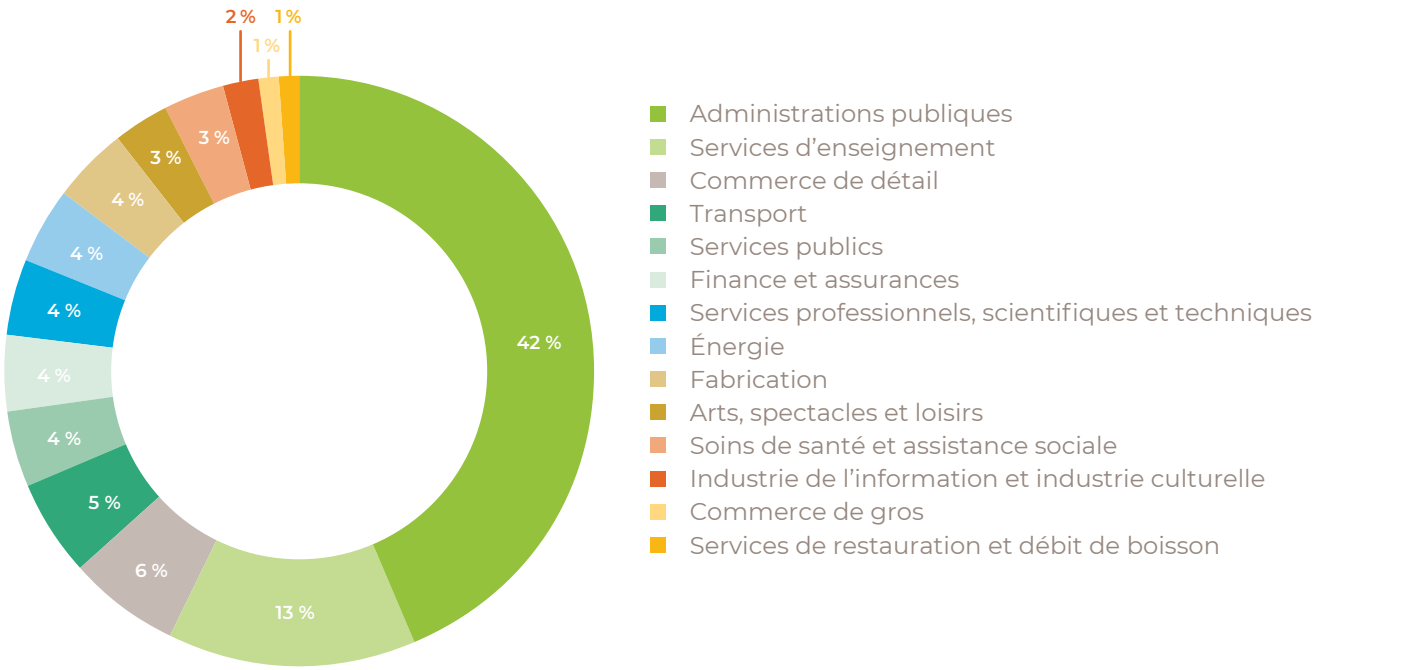


FIGURE 3 Profil des organisations répondantes par secteur d'activité (n = 142)



RÉSULTATS

Tous les résultats concernant les niveaux de performance présentés dans cette section du rapport émanent d'une moyenne des résultats obtenus par les répondants.

2.1. LA CONTRIBUTION DES APPROVISIONNEMENTS AUX OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE DES NATIONS UNIES

Les Objectifs de développement durable (ODD) des Nations Unies représentent un cadre incontournable pour comprendre et mettre en œuvre un agenda durable. Au nombre de 17, ils constituent « un appel universel à l'action pour mettre fin à la pauvreté, protéger la planète et faire en sorte que tous les peuples jouissent de la paix et prospérité d'ici 2030 »[4]. Ces 17 Objectifs globaux proposent 169 objectifs et 232 indicateurs mesurables permettant aux pays membres de l'ONU d'atteindre cet ambitieux agenda et d'avancer en matière de durabilité. Face à l'ampleur des défis, toutes les entreprises et organisations de la société civile ont été appelées à contribuer et à intégrer de manière opérationnelle les ODD[5] , particulièrement dans leur démarche d'achat[6].

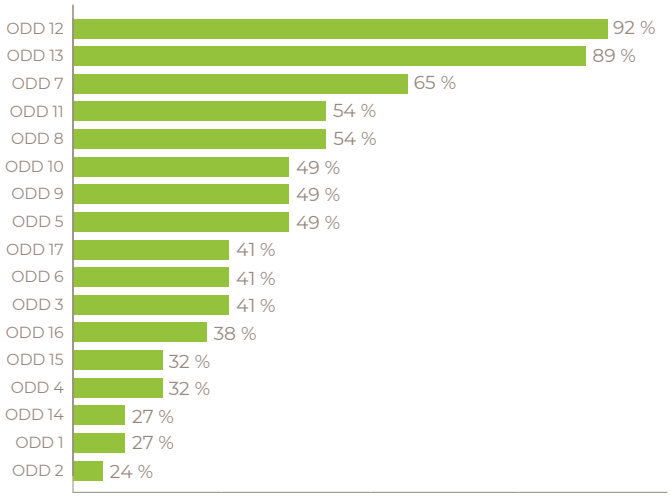


Au Canada, encore peu d'organisations intègrent explicitement les ODD à leur processus d'acquisitions. En effet, le Baromètre 2020 met en lumière que seuls 26% des répondants orientent leur stratégie d'achat responsable en considérant les Objectifs de développement durable des Nations Unies. Parmi ces 26%, plus de la moitié des répondants qui affirment prendre en compte les ODD sont des organismes gouvernementaux tels que des municipalités, des ministères et les sociétés d'État. En proportion, moins d'entreprises et d'organisations privées mettent en place des politiques d'achat orientées par les ODD. Néanmoins, les résultats du Baromètre montrent que les organisations, même lorsqu'elles ne les intègrent pas explicitement dans leur démarche d'achat responsable, contribuent déjà à plusieurs Objectifs de développement durable des Nations Unies à travers leurs pratiques d'achat responsable.

La figure 4 à la page 18 présente les ODD explicitement intégrés par les organisations dans le processus d'élaboration de leur stratégie d'achat responsable.

[4] *https://www.un.org/sustainabledevelopment/fr/objectifs-de-developpement-durable/*
[5] *https://sdgcompass.org/sdgs/*
[6] *https://www.oneplanetnetwork.org/sites/default/files/memo_spp_and_sdgs-opn_22_april-mhc.pdf*

FIGURE 4 Objectif de développement durable de l'ONU considérés (n=37)



Les ODD 12 et 13 ressortent dans le Baromètre comme étant les plus intégrés dans les démarches d'achat responsable des organisations.

L'ODD le plus fréquemment intégré par les organisations dans leurs démarches d'achat responsable est l'ODD 12 : Consommation et production responsables. Cet ODD est le seul ODD qui aborde la question des achats responsables de manière directe à travers le sous-objectif 12.7 : « Promouvoir des pratiques durables dans le cadre de la passation des marchés publics, conformément aux politiques et priorités nationales ». Les organisations gouvernementales fédérales se démarquent par une intégration significativement plus importante de l'ODD12 que le reste des organisations. De plus près d'un quart des répondants sont des entités publiques. L'engagement des organisations publiques avec l'ODD 12 est un point positif, étant donné l'ampleur des marchés publics, qui représentent entre 15 et 30% du produit intérieur brut (PIB) annuel des pays de l'OCDE[7]. En effet, l'achat public peut exercer une forte influence sur l'économie et les marchés.

Le deuxième ODD le plus fréquemment intégré par les organisations est l'ODD13: Mesures relatives à la lutte contre les changements climatiques. Le Rapport 2020 du Forum de Davos sur les risques globaux consacrait l'échec des politiques climatiques comme le premier risque mondial pour le futur selon les entreprises. Les résultats du Baromètre confirment l'importance grandissante de la lutte contre les changements climatiques aux yeux des organisations.

Bien que les organisations n'intègrent pas toujours explicitement les ODD dans leurs démarches d'achat responsable, les pratiques qu'elles mettent en œuvre dans ces démarches peuvent néanmoins contribuer à l'atteinte des ODD. Par exemple l'indicateur 18 du Baromètre 2020: « Portée des pratiques sur les enjeux du développement durable » analyse les labels, normes et certifications considérés dans la sélection de produits ou de fournisseurs. Certaines certifications sont directement reliées aux ODD, telles que le label « Marine Stewardship Council » qui vise à identifier les produits issus de la pêche durable en relation avec l'ODD 14 : Vie Aquatique. Ainsi, les organisations ayant répondu dans le Baromètre 2020 qu'elles prenaient en compte ce label contribuent à l'atteinte de l'ODD 14. Cependant, certains indicateurs du Baromètre n'ont aucun lien avec les ODD. Ces indicateurs sont plus liés au système de gestion, qu'aux enjeux du développement durable en tant que tels. Le tableau 2 présente les ODD pris en compte par chacun des indicateurs du Baromètre.

Parmi les indicateurs du Baromètre 2020, trois indicateurs ressortent comme étant fortement reliés aux ODD, soit les indicateurs 1, 8 et 18. Ces indicateurs couvrent les enjeux du développement durable associés à plusieurs ODD. Tout au long du rapport, des encadrés expliciteront les liens existants entre les indicateurs du Baromètre 2020 et les ODD.

[7] *https://www.oneplanetnetwork.org/sites/default/files/memo_spp_and_sdgs-opn_22_april-mhc.pdf*

TABLEAU 2 Récapitulatif de la prise en compte des ODD par les indicateurs du Baromètre

ODD	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
1. Enjeux de développement durable considérés	●	●	●		●	●	●	●	●	●	●	●	●	●		●	
2. Méthode d'identification des impacts																	
3. Objectifs de priorisation des pratiques																	
4. Méthodes d'identication des critères d'achat																	
5. Niveaux hierarchiques imputables																	
6. Formalisation et implantation des engagements												●					
7. Portée des engagements sur la chaîne d'approvisionnement																●	
8. Enjeux de développement durable dans les engagements	●	●	●		●	●	●	●	●	●	●	●	●	●		●	
9. Parties prenantes mobilisées																	
10. Actions de mobilisation réalisées																	●
11. Communication de la démarche et des résultats																	
12. Renforcement des compétences - actions réalisées				●													●
13. Renforcement des compétences - population couverte				●													●
14. Étapes du processus d'approvisionnement visées																	
15. Types de pratiques implantées											●	●					●
16. Pourcentage de produits/ services touchés																	
17. Portée des pratiques sur les chaînes d'approvisionnement touchées																	●
18. Portée des pratiques sur les enjeux du développement durable	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	
19. Types d'indicateurs utilisés												●					
20. Types d'impacts mesurés												●					

2.2. OÙ EN SONT LES ORGANISATIONS CANADIENNES EN MATIÈRE D'ACHAT RESPONSABLE?

2.2.1. Classement des organisations canadiennes

Sur le plan des résultats d'ensemble et en pondérant les 20 indicateurs du Baromètre de façon égale, les organisations canadiennes se situent au niveau 2 **« Engagement »** de notre échelle d'évaluation à cinq niveaux. En 2016, les organisations étaient au même niveau. Il est possible d'interpréter ce même résultat comme une stagnation en termes d'achat responsable, mais il faut tenir compte du fait que les niveaux de maturité ont été renforcés en 2020 selon les apports issus de la revue de la littérature scientifique et l'avancement des pratiques. Ainsi, des démarches d'achat responsable plus étoffées sont maintenant nécessaires pour atteindre les niveaux 4 et 5. Par ailleurs, pour la première fois, des pièces justificatives ont été demandées pour les niveaux 4 et 5, ce qui a fait passer plusieurs organisations à des niveaux inférieurs lorsque les justificatifs n'étaient pas fournis. Enfin, conformément à sa vocation de diffusion des pratiques, le Baromètre intègre dans cette édition un nombre plus important d'organisations qui débutent leurs démarches d'achat responsable. À la lumière de ces éléments, cette nouvelle édition montre certes qu'il existe des marges de progression en matière d'achat responsable, mais elle indique aussi un engagement croissant des organisations canadiennes.

- Cette année, les organisations se situent au niveau 3 **« Progression »** sur le plan de la **vision.**
- En ce qui concerne la **politique et la gouvernance,** les organisations se situent au niveau 2 **« Engagement »**, soit au même niveau qu'en 2016. Cette composante est détaillée à la page 31.
- En ce qui a trait à la **mobilisation des parties prenantes,** les organisations se situent au niveau 2 **« Engagement »** tout comme en 2016. Cette composante est traitée à la page 33.
- Sur le plan de **l'opérationnalisation de l'achat responsable,** la performance pour chaque indicateur est assez variable, mais le résultat global pour la composante se situe également au même niveau qu'en 2016, soit le niveau 2 **« Engagement ».** Cette composante est présentée plus en détail à la page 37.
- **La mesure de la performance** demeure un défi pour les organisations, mais les pratiques se développent et l'on observe une progression. Ainsi, par rapport à 2016, les organisations montent d'un niveau et se situent désormais au niveau 2 **« Engagement »** en ce qui concerne les différentes méthodes d'évaluation des retombées de l'achat responsable. Cette composante est présentée à la page 35.

TABLEAU 3 Résultats globaux

	Niveau moyen des organisations canadiennes					
1. Vision	0	1	2	3	4	5
1. Enjeux de développement durable considérés	0	1	2	3	4	5
2. Méthode d'identication des impacts	0	1	2	3	4	5
3. Objectifs de priorisation des pratiques	0	1	2	3	4	5
4. Méthodes d'identication des critères d'achat	0	1	2	3	4	5
2. Politique et gouvernance	0	1	2	3	4	5
5. Niveaux hierarchiques imputables	0	1	2	3	4	5
6. Formalisation et implantation des engagements	0	1	2	3	4	5
7. Portée des engagements sur la chaîne d'approvisionnement	0	1	2	3	4	5
8. Enjeux de développement durable dans les engagements	0	1	2	3	4	5
3. Mobilisation des parties prenantes	0	1	2	3	4	5
9. Parties prenantes mobilisées	0	1	2	3	4	5
10. Actions de mobilisation réalisées	0	1	2	3	4	5
11. Communication de la démarche et des résultats	0	1	2	3	4	5
4. Opérationnalisation	0	1	2	3	4	5
12. Renforcement des compétences - actions réalisées	0	1	2	3	4	5
13. Renforcement des compétences - population couverte	0	1	2	3	4	5
14. Étapes du processus d'approvisionnement visées	0	1	2	3	4	5
15. Types de pratiques implantées	0	1	2	3	4	5
16. Pourcentage de produits/services touchés	0	1	2	3	4	5
17. Portée des pratiques sur les chaînes d'approvisionnement touchées	0	1	2	3	4	5
18. Portée des pratiques sur les enjeux du développement durable	0	1	2	3	4	5
5. Mesure	0	1	2	3	4	5
19. Types d'indicateurs utilisés	0	1	2	3	4	5
20. Types d'impacts mesurés	0	1	2	3	4	5
Niveau de maturité globale des organisations canadiennes	0	1	2	3	4	5

2.2.2. Motivations et freins

La motivation première des organisations pour adopter des pratiques d'achat responsable demeure leurs valeurs morales. L'engagement de la haute direction occupe la deuxième place. L'appartenance à un réseau / une organisation qui donne priorité à l'achat responsable tient également une place importante parmi les motivations des organisations et elle arrive au troisième rang. Ces résultats suggèrent que la démarche d'achat responsable est fondée avant tout sur des motivations bienveillantes et volontaristes. Ceci est par ailleurs de bon augure, étant donné que la littérature scientifique suggère qu'une politique d'achat responsable a plus de chance d'aboutir à des résultats tangibles lorsqu'elle provient de facteurs internes plutôt que de pressions externes, comme la nécessité de se conformer aux lois et réglementations.

Les objectifs de priorisation structurent et orientent les démarches d'approvisionnement responsable. L'objectif de priorisation le plus invoqué est l'alignement avec des objectifs de développement durable ou une démarche de responsabilité sociétale préexistante au sein de l'organisation. On trouve, en deuxième et troisième rang, l'alignement avec les lois, règlements et orientations gouvernementales s'appliquant aux organismes publics puis la gestion des risques environnementaux.

Cette année encore, la recherche du plus bas prix à l'achat plutôt que d'un rapport qualité-prix qui prend en considération le développement durable représente le frein le plus commun parmi les organisations répondantes. La difficulté à mettre en place un système de suivi des achats responsables et le manque de ressources internes sont les deuxièmes et troisièmes freins cités le plus fréquemment.

FIGURE 5 Motivations (n=142)

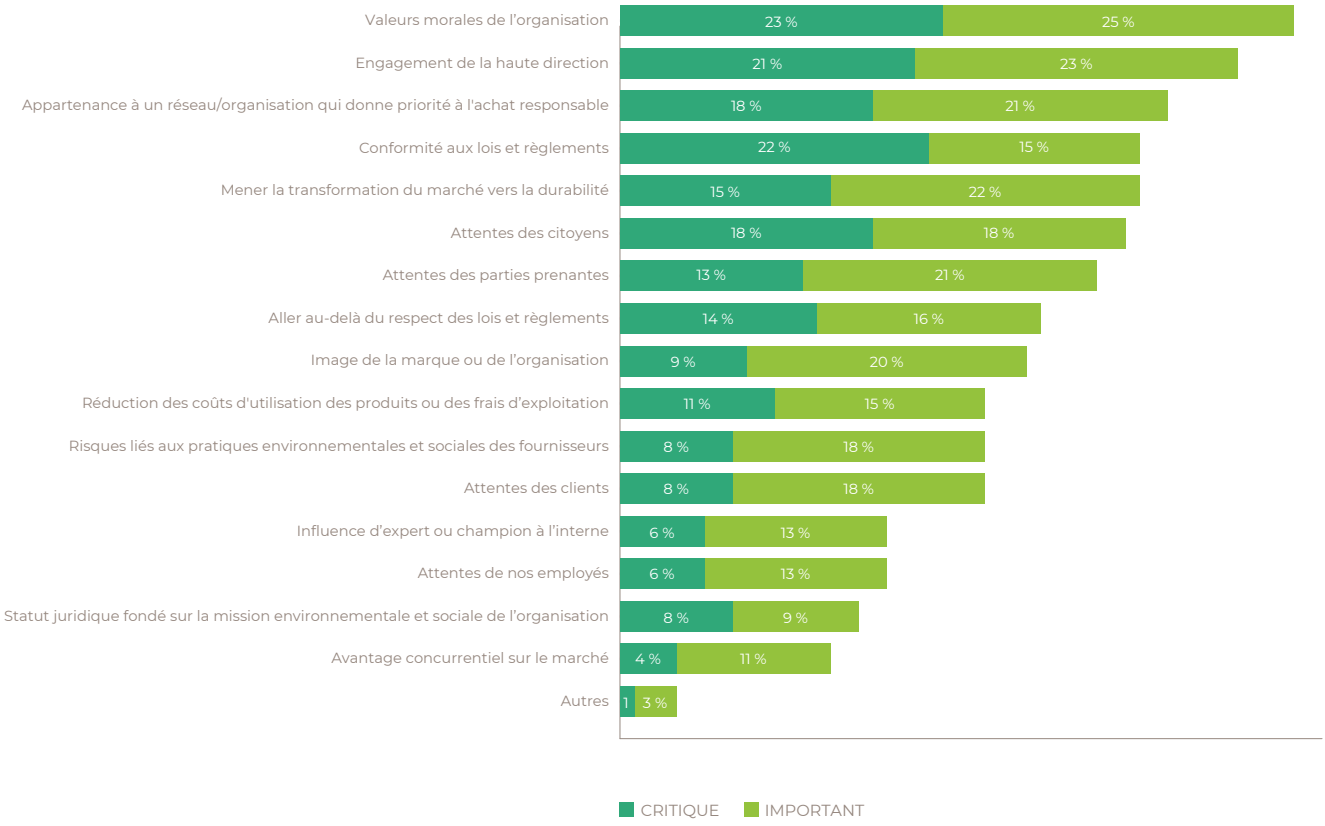


FIGURE 6 Objectifs de priorisation (n=142)

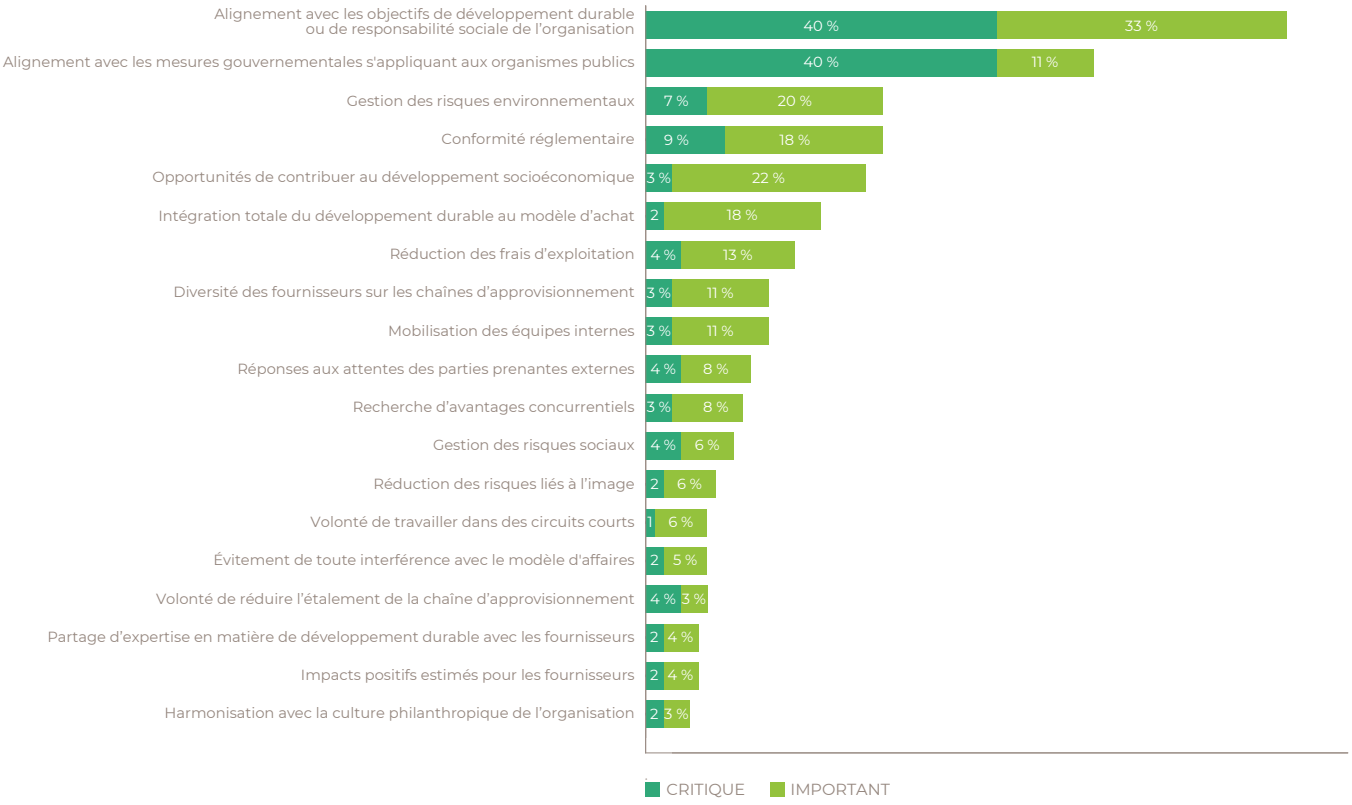
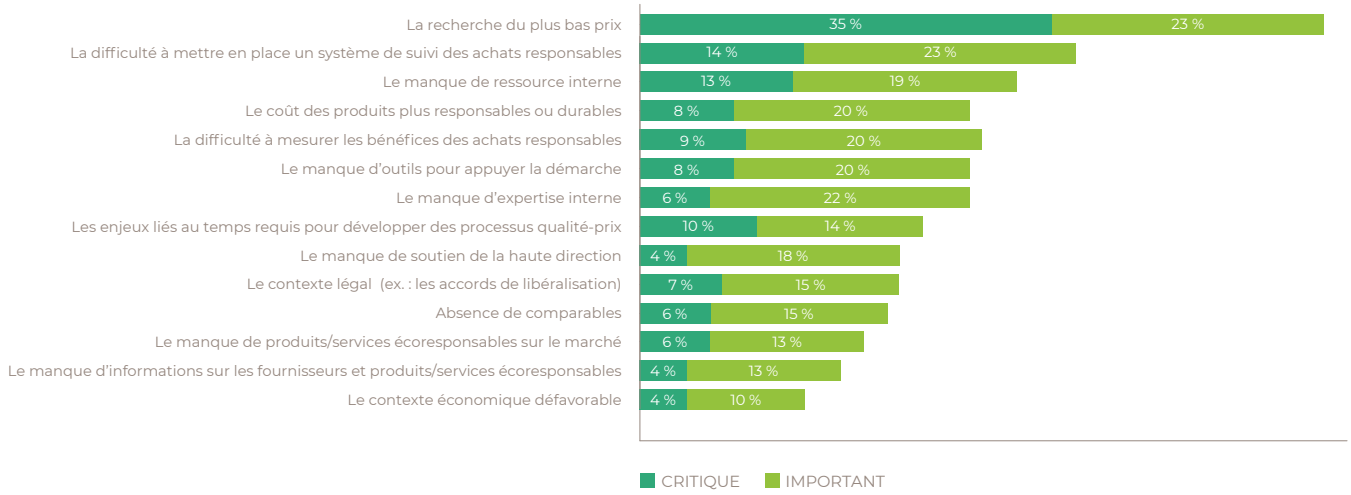


FIGURE 7 Freins (n=142)



2.2.3. Volumes d'achats touchés par l'achat responsable

Un des éléments fondamentaux pour évaluer l'implication des organisations en matière d'achat responsable est la part des achats touchés par les pratiques d'achat responsable. À cet égard, le Baromètre révèle les aspects suivants :

- En 2016, 53 % des répondants étaient en mesure d'indiquer le volume de leurs achats touché par leur stratégie d'achat responsable. Cette année, ce taux est de 57 %, soit une légère hausse de 4 %.
- Seuls 7 % des répondants intègrent l'achat responsable à 80 % ou plus du volume d'achat de leurs produits et services stratégiques et seuls 4 % d'entre eux l'intègrent à 80 % ou plus du volume d'achat de produits et services d'usage courant.

La mise en place de méthodes et de systèmes permettant de collecter et de suivre ces données est un défi central pour les organisations qui pratiquent actuellement l'achat responsable. À ce chapitre, les répondants se trouvent au niveau 2 **« Engagement »**.

FIGURE 8 Volumes touchés - Produits et services usage courant (n=140)

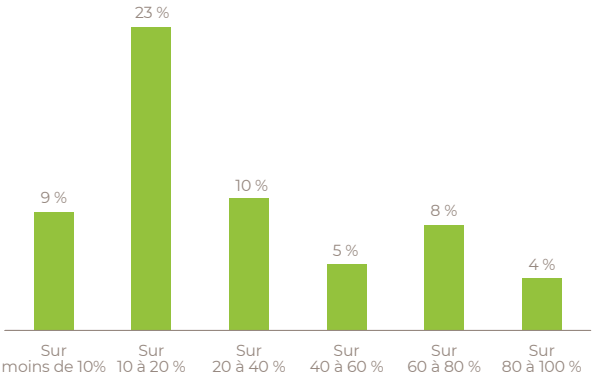
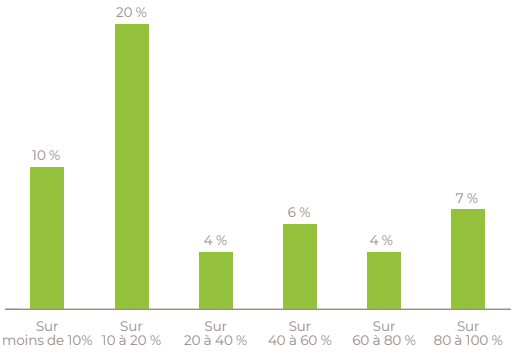


FIGURE 9 Volumes touchés - Produits et services stratégiques (n=140)



2.2.4. Portée des pratiques et engagements

La portée des pratiques et des engagements en matière d'achat responsable sur les chaînes d'approvisionnement est un bon indicateur pour mesurer l'implantation de l'achat responsable au sein d'une organisation. La littérature scientifique démontre que, plus une organisation est engagée avec les acteurs de sa chaîne d'approvisionnement, plus elle est performante en matière d'achat responsable. Le Baromètre propose deux indicateurs pour documenter l'implication des organisations auprès de leurs fournisseurs et de leurs parties prenantes : portée des pratiques sur les chaînes d'approvisionnement (indicateur 17) et portée des engagements sur les chaînes d'approvisionnement (indicateur 7). Ce dernier indicateur évalue la formalisation des engagements dans les documents à usage interne ou externe (ex. : codes de conduite destinés aux fournisseurs, directives d'achat, rapports de développement durable, etc.). L'indicateur 17, quant à lui, porte sur les pratiques visant les fournisseurs.

Portée des pratiques sur les chaînes d'approvisionnement

- La sensibilisation des fournisseurs reste l'activité la plus prisée pour engager les fournisseurs dans une démarche d'achat responsable (40 %). On trouve en deuxième position, le codéveloppement de plans d'amélioration destinés à améliorer la performance des fournisseurs (26 %) et, en troisième position, la collaboration pour le développement de produits, procédés et processus de production plus durables (24 %).
- En ce qui concerne la capacité des organisations à déterminer les risques associés à leurs fournisseurs (p.ex : dans le cadre d'une analyse de risque ou d'une cartographie de la chaîne d'approvisionnement), 30% des organisations relèvent les risques auprès de leurs fournisseurs de premier rang et 19 % les risques auprès de leurs fournisseurs de premier et second rang. Seulement 6 % des organisations sont capables de déterminer les risques auprès de leurs fournisseurs de troisième rang. Notons que les risques sociaux et environnementaux se retrouvent généralement chez les fournisseurs de troisième niveau[8].Pour avancer vers une durabilité accrue des chaînes d'approvisionnement, il est donc primordial d'atteindre les fournisseurs de troisième rang et plus, qui sont généralement localisés dans des pays à la réglementation sociale et environnementale moins exigeante.

Portée des engagements sur la chaîne d'approvisionnement

- Les documents écrits formalisant les engagements des organisations en matière d'achat responsable visent généralement le personnel interne de l'organisation (68 %) et les fournisseurs et leurs sous-traitants (42 %).
- Presque la moitié des organisations formalisent leurs engagements au moyen de documents publics (44 %) dans une démarche de transparence accrue.

FIGURE 10 Portée des engagements (n=106)

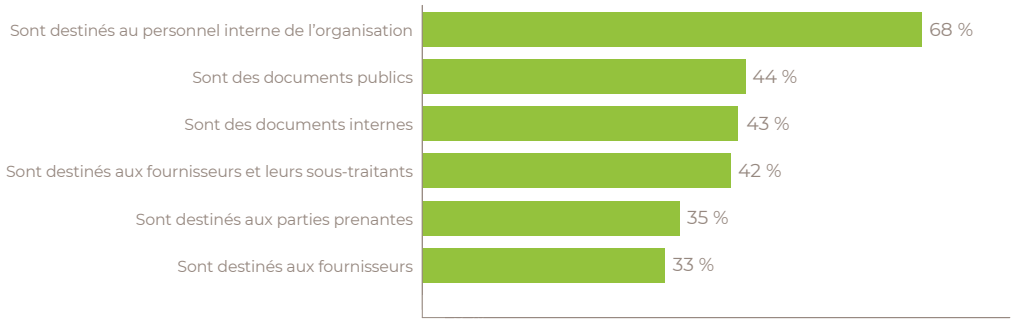
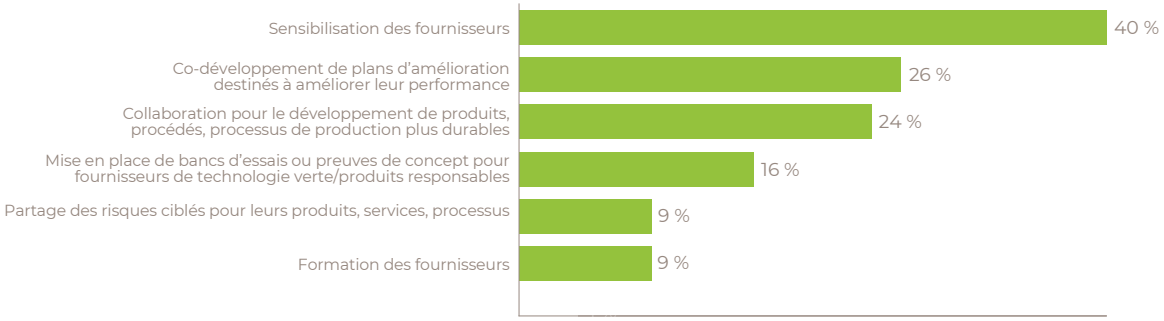


FIGURE 11 Collaboration avec les fournisseurs (n=70)



[8] *Villena, V. H., & Gioia, D. A. (2020). A more sustainable supply chain companies tend to focus on their top-tier suppliers, but the real risks come lower down. Harvard Business Review, 98(2), 84-93.*

2.2.5. Prise en compte des enjeux du développement durable

La démarche d'achat responsable vise à prendre en compte les trois catégories d'enjeux du développement durable : environnementaux, sociaux et économiques. Ces enjeux peuvent, par ailleurs, contribuer à plusieurs thématiques clés sur lesquelles le Baromètre 2020 s'est attardé, soient les coûts totaux de propriété, l'économie circulaire, l'économie sociale et la réduction des émissions de gaz à effet de serre, et touchent également les Objectifs de développement durable des Nations Unies.

À l'instar de l'édition 2016, le Baromètre 2020 détermine dans quelle mesure les trois catégories d'enjeux du développement durable sont abordées par les organisations. La prise en compte de ces enjeux est mesurée dans quatre des cinq composantes du Baromètre : **la vision**, l**a politique et gouvernance**, **l'opérationnalisation** et **la mesure**.



Contribution ODD

Objectif 16 : *Mettre en place des institutions efficaces, responsables et transparentes.*

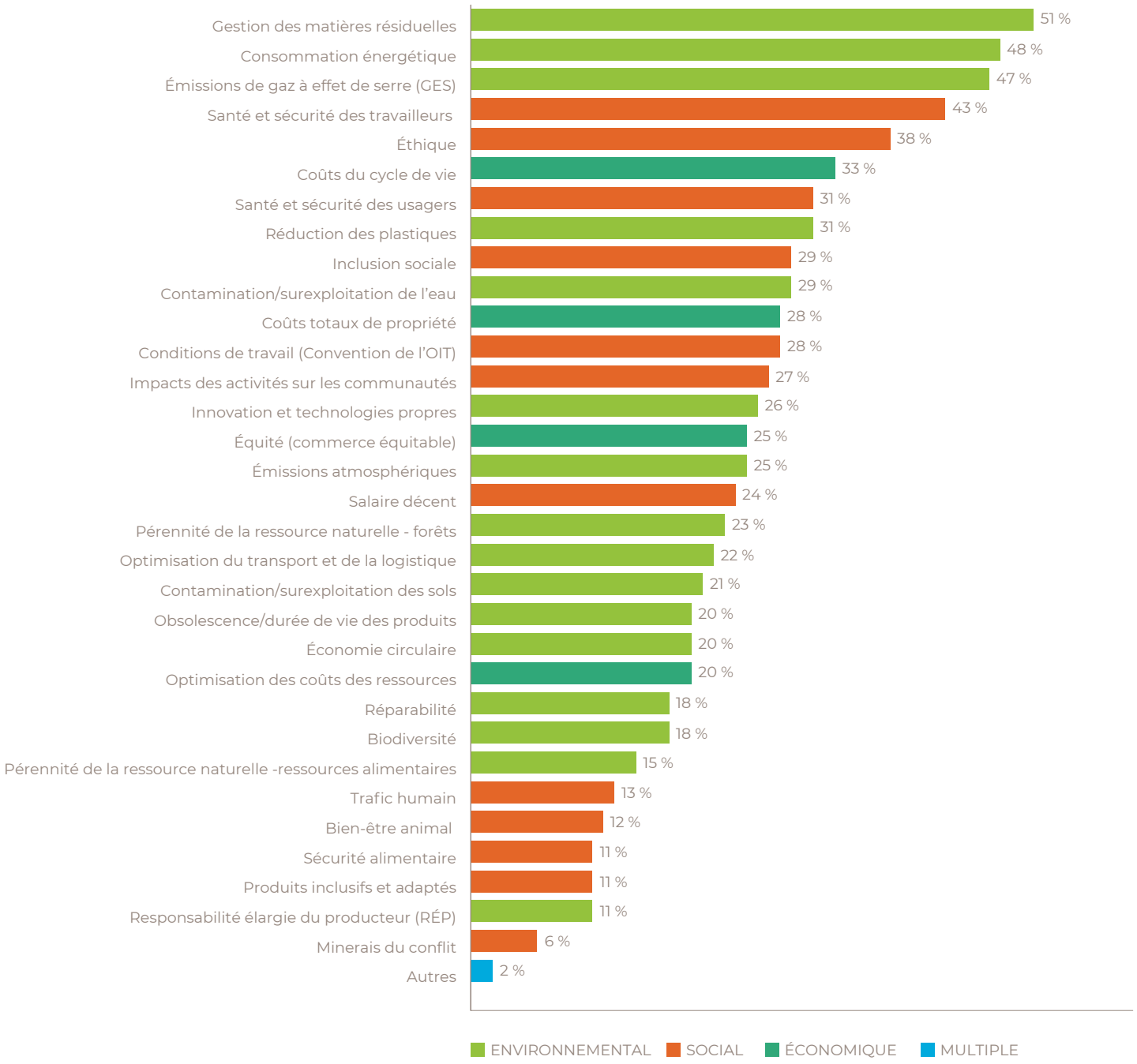
Objectif 17 : *Renforcer les partenariats multipartites permettant de mobiliser et de partager des savoirs, des connaissances spécialisées, des technologies et des ressources financières.*

Portée des engagements sur les enjeux du développement durable

- La prise en compte des enjeux relatifs aux trois volets du développement durable et aux thématiques-clés à l'étape de la définition de la politique d'achat responsable semble être un facteur important de réussite. En effet, les organisations procédant de cette manière ont généralement tendance à développer des politiques d'achat responsable plus complètes et efficaces que celles de leurs pairs. Sur ce point, les organisations se trouvent au niveau 3 **« Progression »**.
- Alors que les enjeux cités par les organisations sont sensiblement les mêmes à l'étape de **la vision** et de **la politique et gouvernance,** ils ne sont pas tous retenus lors de l'étape de priorisation des objectifs. Ainsi, les organisations se positionnent au niveau 2 **« Engagement »** en ce concerne la formalisation des enjeux dans les engagements.
- À la composante **politique et gouvernance,** les organisations prennent surtout en compte les enjeux qui portent sur le volet environnemental du développement durable (53 %). La gestion des matières résiduelles est l'enjeu intégré par le plus grand nombre d'organisations, suivi de la consommation énergétique et des émissions de gaz à effet de serre.

> ***« La démarche d'achat responsable vise à prendre en compte les trois catégories d'enjeux du développement durable : environnementaux, sociaux et économiques »***

FIGURE 12 Enjeux mentionnés dans les engagements (n=142)



Portée des pratiques sur les enjeux du développement durable

- Les enjeux environnementaux sont prépondérants parmi les enjeux couverts par les pratiques d'achat responsable, lorsqu'on s'intéresse aux certifications utilisées et aux critères/exigences d'achat responsable appliqués aux produits et services.
  - Les certifications Energy Star, Forest Stewardship Council (FSC) et Leadership in Energy and Environmental Design (LEED) sont les certifications les plus utilisées (32 %) par les organisations ayant répondu au Baromètre en 2020. C'était la même chose en 2016.
  - De même, la performance énergétique, la recyclabilité et les émissions de gaz à effet de serre sont les critères et exigences les plus souvent inclus par les organisations dans leurs politiques d'achat responsable (28 %).
- En ce qui a trait aux critères de performance des fournisseurs, le volet social est le plus mentionné dans les pratiques de sélection et de gestion des fournisseurs. Près de 53 % des répondants appliquent des critères qui concernent le volet social, alors que 25 % adoptent des critères environnementaux.
  - 32 % des répondants favorisent l'achat auprès de fournisseurs locaux, 27 % auprès d'entreprises d'économie sociale ou collective et 15 % auprès d'entreprises autochtones. On observe une forte progression de ce dernier critère puisqu'en 2016, seulement 1 % des organisations favorisaient l'achat auprès d'entreprises autochtones et 14 % auprès de fournisseurs locaux.
  - En ce qui a trait à la performance des fournisseurs, les critères d'évaluation les plus prisés sont la santé et la sécurité au travail (10 %), le respect des droits du travail (8 %) et l'éthique (8 %).

Comment l'achat responsable contribue-t-il aux thématiques clés?

- *Prendre en compte la durée de vie des produits et leur garantie, la pérennité des ressources naturelles, favoriser les produits composés de matières biodégradables, appliquer la règle des 3RV ou avoir recours à du matériel usagé sont autant de mesures d'achat responsable qui, appliquées lors de la sélection d'un produit ou d'un service, contribuent à* ***l'économie circulaire.***

- *Favoriser les achats auprès d'entreprises sociales ou collectives, s'assurer que les fournisseurs pratiquent l'inclusion sociale, l'équité à l'emploi et offrent un salaire décent à leurs employés, tout cela favorise le développement de* ***l'économie sociale.***

- *La prise en compte de la consommation d'énergie, de la gestion des GES et l'exigence que les fournisseurs respectent les modalités du Carbon Disclosure Project (CDP) permettent de contribuer à la réduction des* ***émissions de gaz à effet de serre.***

FIGURE 13 Certification - sélection produits et services (n=106)

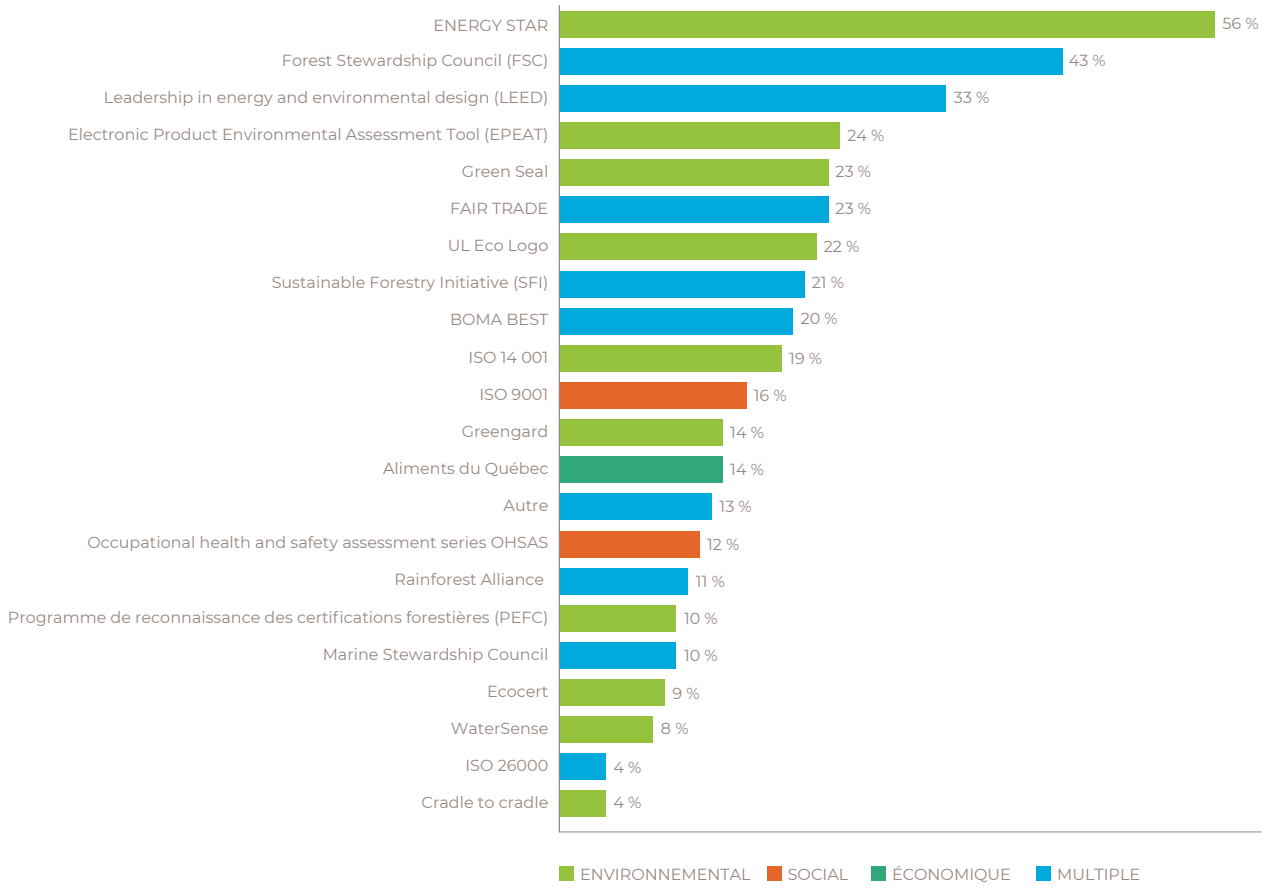


FIGURE 14 Critères/exigences - performance ou attributs de durabilité produits et services (n=102)

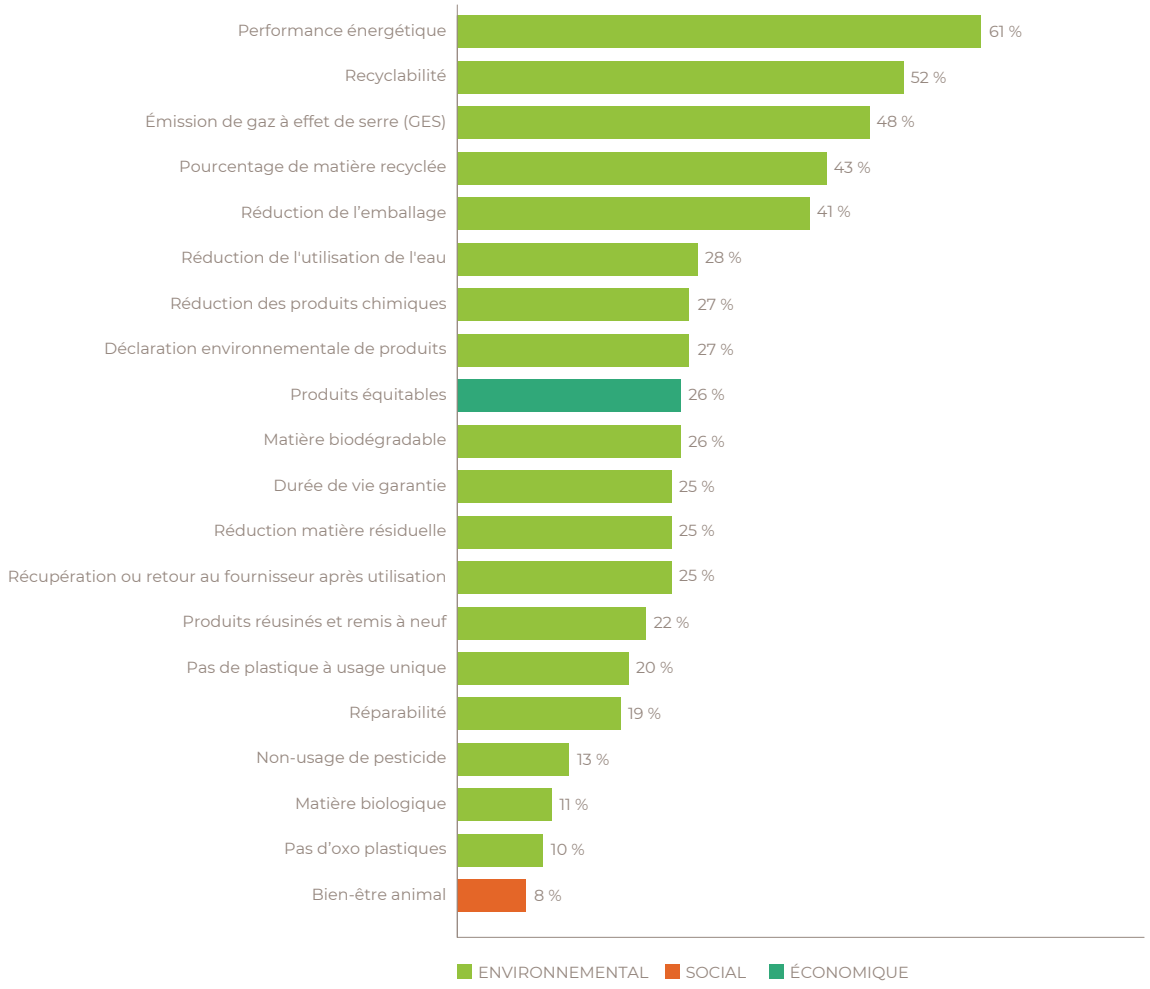


FIGURE 15 Critères - fournisseurs spécifiques (n=75)

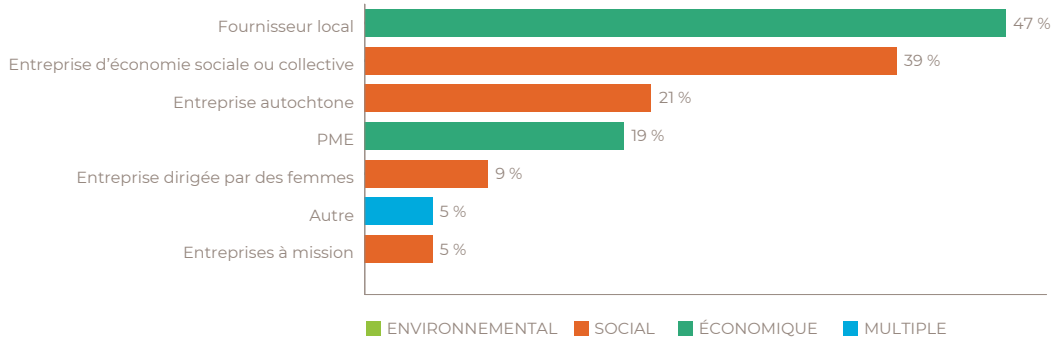
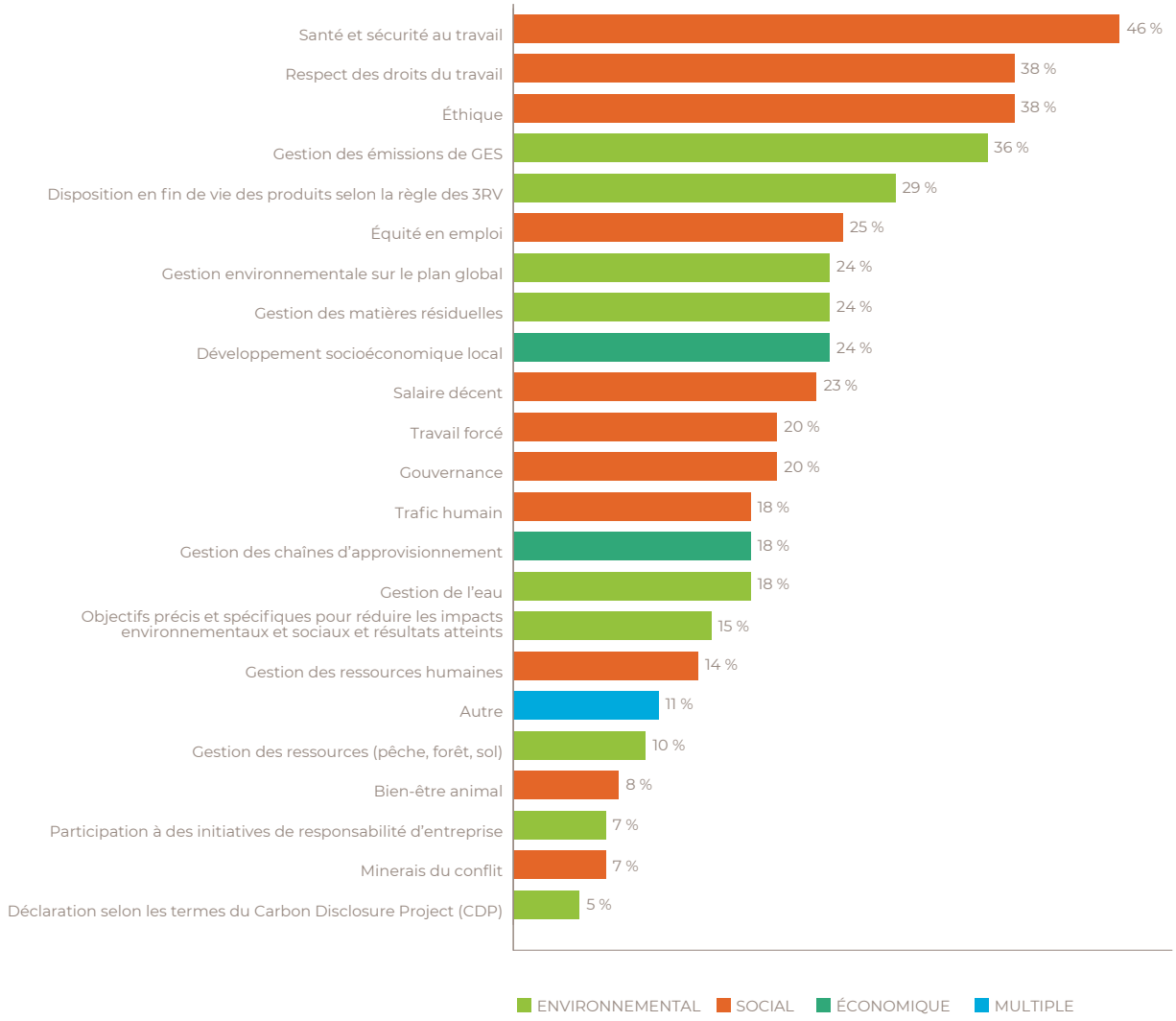


FIGURE 16 Critères/exigences - performance ou caractéristiques de durabilité des fournisseurs (n=84)

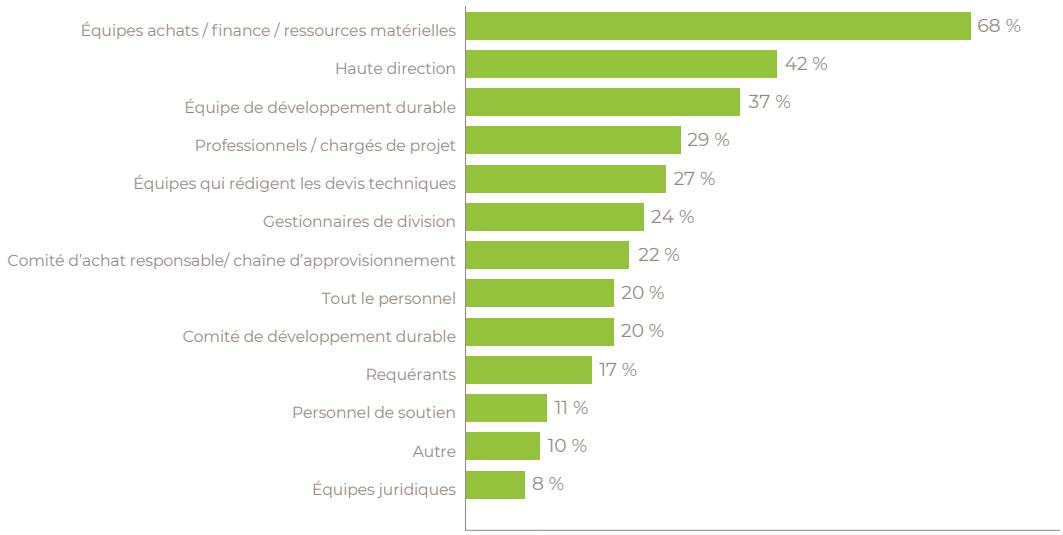


2.3. LA GOUVERNANCE DE L'ACHAT RESPONSABLE

2.3.1. Imputabilité

L'engagement de la hiérarchie au sein des organisations se renforce de manière notable : en 2016, 36 % des organisations imputaient la haute direction de l'achat responsable. Cette année, ce chiffre s'élève à 42 %. La politique d'achat responsable est généralement plus performante lorsqu'elle relève de la responsabilité des cadres supérieurs de l'organisation. En effet, la politique d'achat responsable est alors perçue comme un sujet important et prioritaire. Par ailleurs, les cadres supérieurs ont le pouvoir de soutenir les équipes qui mettent en œuvre l'achat responsable et d'appuyer leurs stratégies afin de leur permettre d'atteindre les objectifs. L'imputabilité est le seul indicateur du Baromètre 2020 qui se classe au niveau 4 **« Maturité »**.

FIGURE 17 Fonctions/divisions imputables de l'achat responsable (n=142)



2.3.2. Engagements

En 2020, près de 70 % des organisations formalisent leur démarche dans des documents écrits, une proportion similaire à celle obtenue en 2016. 40 % des répondants présentent des documents avec des engagements et 30 % sans engagements. Selon la littérature scientifique, les documents présentant clairement les objectifs à atteindre, l'échéancier, le mécanisme de suivi et les indicateurs afin de mesurer l'atteinte des objectifs sont fondamentaux pour mettre sur pied une politique d'achat responsable crédible. Les organisations se situent en moyenne au niveau 1 **« Peu concerné »** pour cet indicateur.

- Les informations-clés les plus mentionnées par les répondants dans leurs documents sont la référence aux orientations stratégiques et de développement durable de l'organisation (58 %) et les principes généraux du développement durable sur la base desquels les achats doivent être réalisés (52 %).
- Selon le Baromètre 2020, 26 % des organisations établissent des cibles à atteindre, 18 % intègrent un échéancier, 26 % formalisent des mécanismes de suivi et 28 % énoncent des indicateurs de mesure.
- 16 % des répondants font référence aux Objectifs de développement durable des Nations Unies dans leurs documents de formalisation des engagements.
- Pour assurer la mise en œuvre des engagements, 50 % des répondants priorisent le suivi par la haute direction qui se retrouve au premier rang. L'affectation de ressources financières spécifiques est mentionnée par 19 % des répondants. Il s'agit en effet d'une mesure très importante pour assurer une mise en œuvre efficace.

FIGURE 18 Informations clés contenues dans les engagements (n=106)

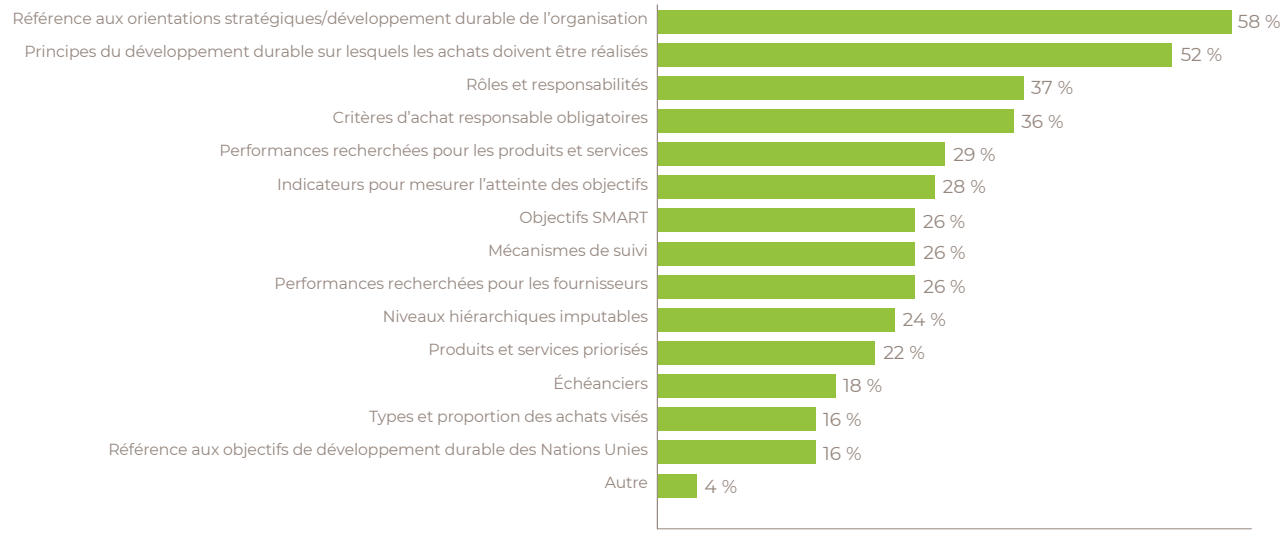
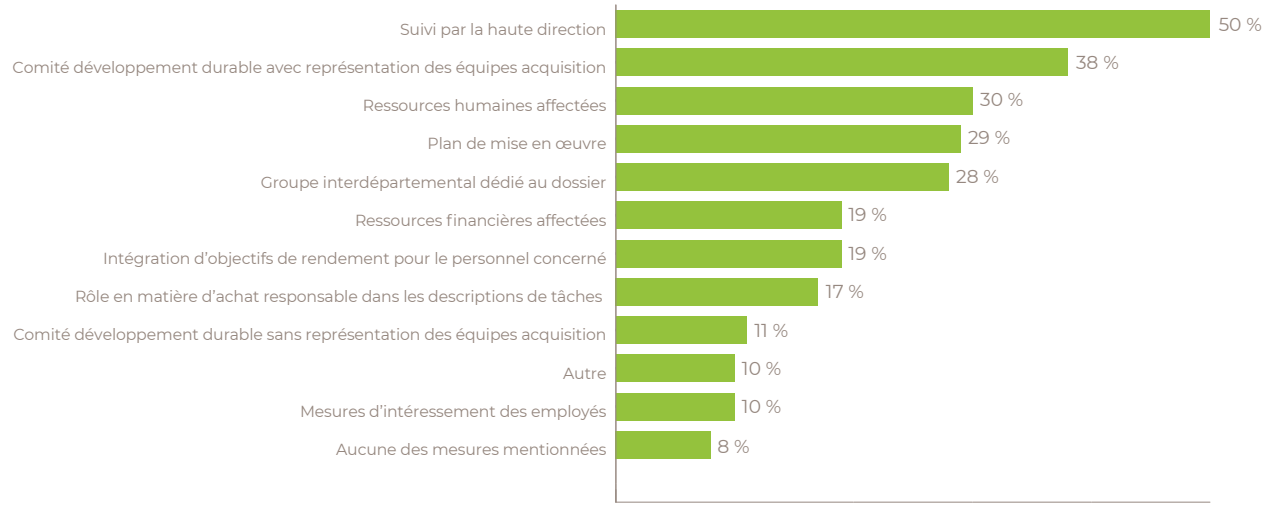


FIGURE 19 Mesures assurant la mise en œuvre des engagements (n=106)



2.3.3. Mobilisation des parties prenantes

La mobilisation des parties prenantes est mesurée sous trois aspects dans le Baromètre : les parties prenantes impliquées, les actions réalisées avec les parties prenantes et les moyens de communication de la démarche d'achat responsable. Pour cette composante, les organisations se situent au niveau 2 **« Engagement »**.

En ce qui concerne les parties prenantes mobilisées, la démarche d'achat responsable s'adresse tout d'abord aux équipes achats (73 %). Elle touche ensuite les clients internes (38 %) et les fournisseurs de premier niveau (25 %). Par ailleurs, les organisations ont tendance à mobiliser davantage les parties prenantes internes (56 %) qu'externes (44 %).

Pour cet indicateur, les répondants sont au niveau 2 **« Engagement »**, ce qui s'explique notamment par le fait qu'encore trop peu d'acteurs externes soient mobilisés.



Contribution ODD

Objectif 12 : *Mettre en œuvre des politiques et plans d'action en faveur des pratiques durables. Encourager les entreprises, à adopter des pratiques viables et à intégrer des informations sur la viabilité dans les rapports qu'elles établissent.*

Objectif 16 : *Mettre en place des institutions efficaces, responsables et transparentes.*

Sur le plan des actions réalisées avec les parties prenantes, près de 51 % des organisations répondantes établissent une collaboration avec les parties prenantes. Selon la littérature scientifique, la collaboration est très efficace pour améliorer la performance en développement durable des fournisseurs.

Sur le plan des moyens de communication utilisés pour communiquer la démarche d'achat responsable :

- 56 % des organisations partagent leurs informations par des actions non systématiques de communication interne.
- Près de 49 % des répondants communiquent leur démarche au moyen de rapports publics ou d'une reddition de comptes publics selon les lignes directrices du GRI.
- Seulement 3 % des organisations diffusent les risques particuliers liés aux produits, services et fournisseurs à l'extérieur de l'organisation.

> ***La démarche d'achat responsable s'adresse tout d'abord aux équipes achats. Les organisations ont tendance à mobiliser davantage les parties prenantes internes.***

FIGURE 20 Parties prenantes impliquées (n=142)

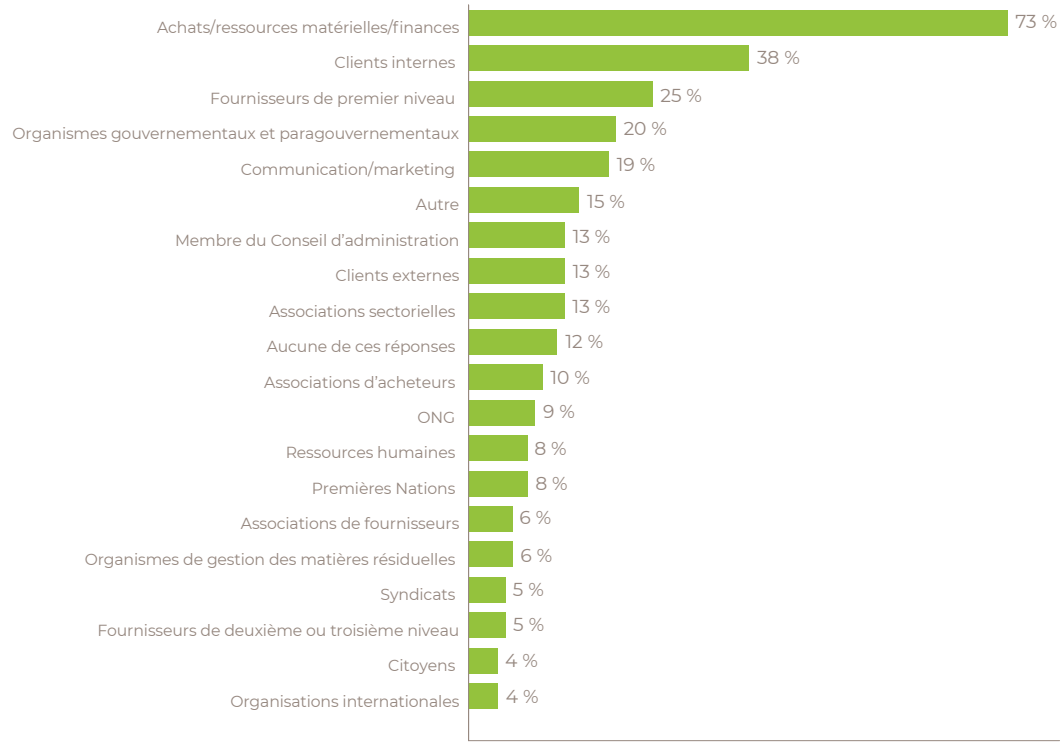


FIGURE 21 Actions réalisées avec les parties prenantes (n=142)

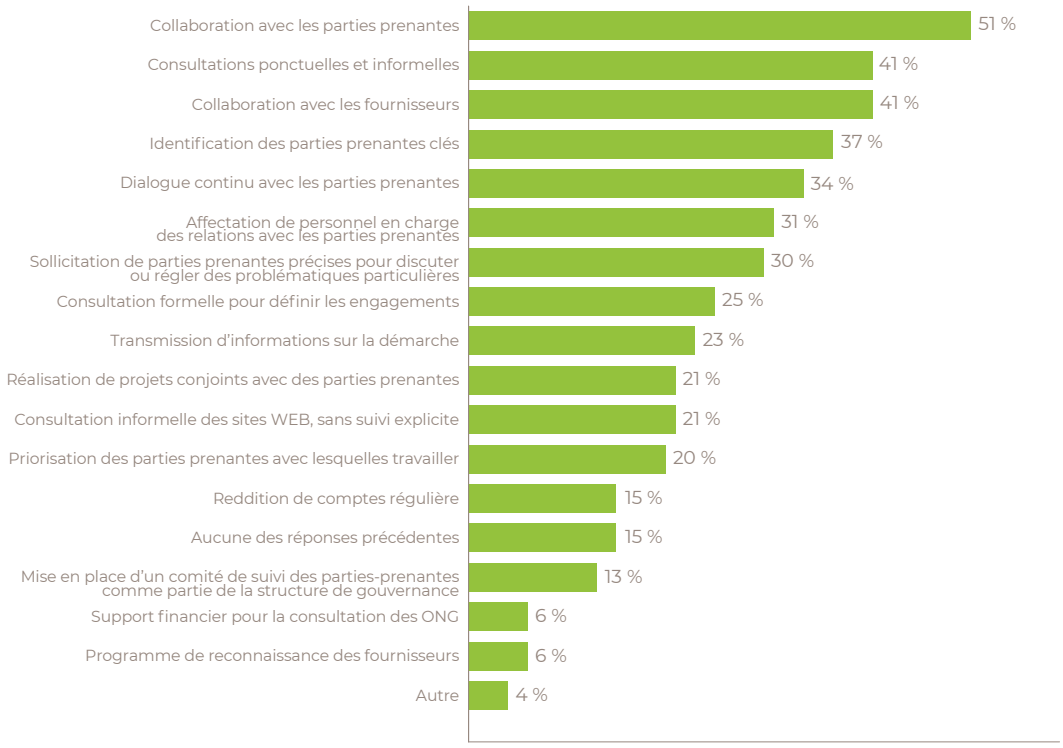
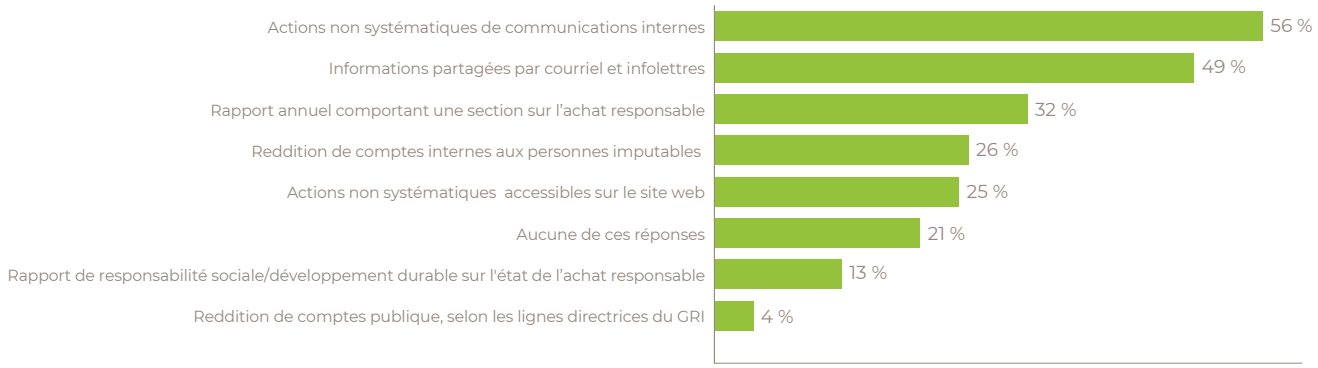


FIGURE 22 Moyens de communication de la démarche (n=140)



2.3.4. Mesure

La mesure de l'achat responsable est une dimension de la démarche d'achat responsable qui a longtemps été mise de côté. Or, la seule façon de procéder à une évaluation approfondie des retombées réelles de l'achat responsable est de mettre en place des indicateurs de mesure précis par rapport aux pratiques mises en œuvre dans la démarche d'achat responsable. Cela permet d'apporter des améliorations ciblées, de stimuler les parties prenantes et de quantifier les politiques d'achat responsable. Au chapitre de la mesure, en 2016, les organisations se trouvaient au niveau 1 **« Peu concerné »**. On observe une progression des organisations en 2020, car elles passent au niveau 2 **« Engagement »**.

17 PARTENARIATS POUR LA RÉALISATION DES OBJECTIFS

Contribution ODD

Objectif 17 : *Renforcer les partenariats multipartites permettant de mobiliser et de partager des savoirs, des connaissances spécialisées, des technologies et des ressources financières.*

- Les organisations ont tendance à mesurer davantage les indicateurs de mise en œuvre interne aux dépens des indicateurs d'impact.
- L'indicateur de mise en œuvre interne le plus mesuré par les répondants est le nombre ou le pourcentage de produits/services pour lesquels des exigences de durabilité sont développées.
- Dans le questionnaire du Baromètre, six indicateurs portaient sur les gains liés à la réduction des gaz à effet de serre et plus de 68 % des organisations utilisent au moins un de ces indicateurs.
- Les indicateurs d'impact auxquels font appel les organisations sont essentiellement axés sur les gains environnementaux et économiques.

FIGURE 23 Indicateurs de mise en œuvre (n=142)

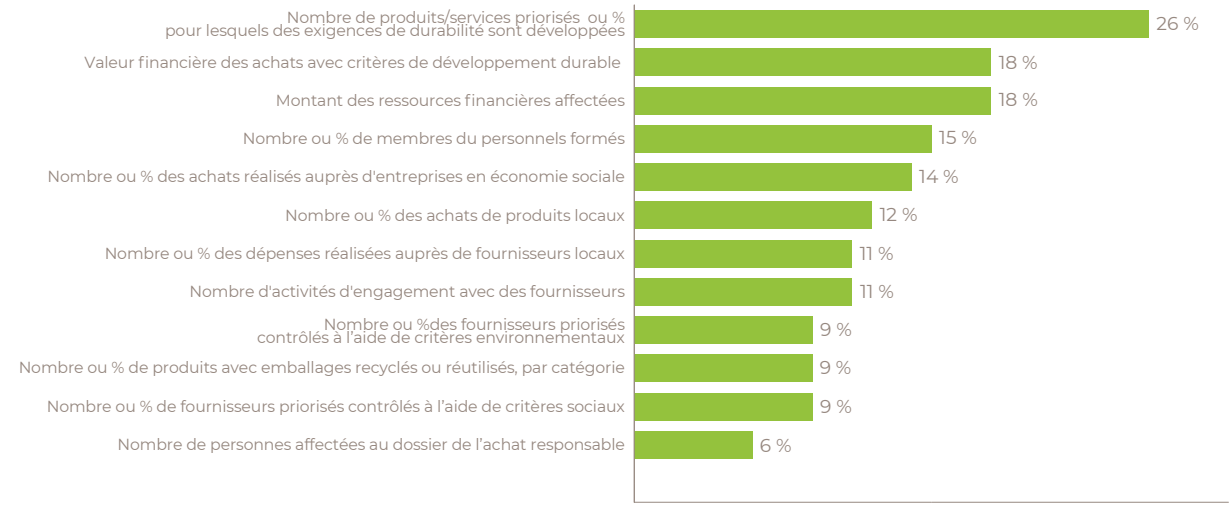
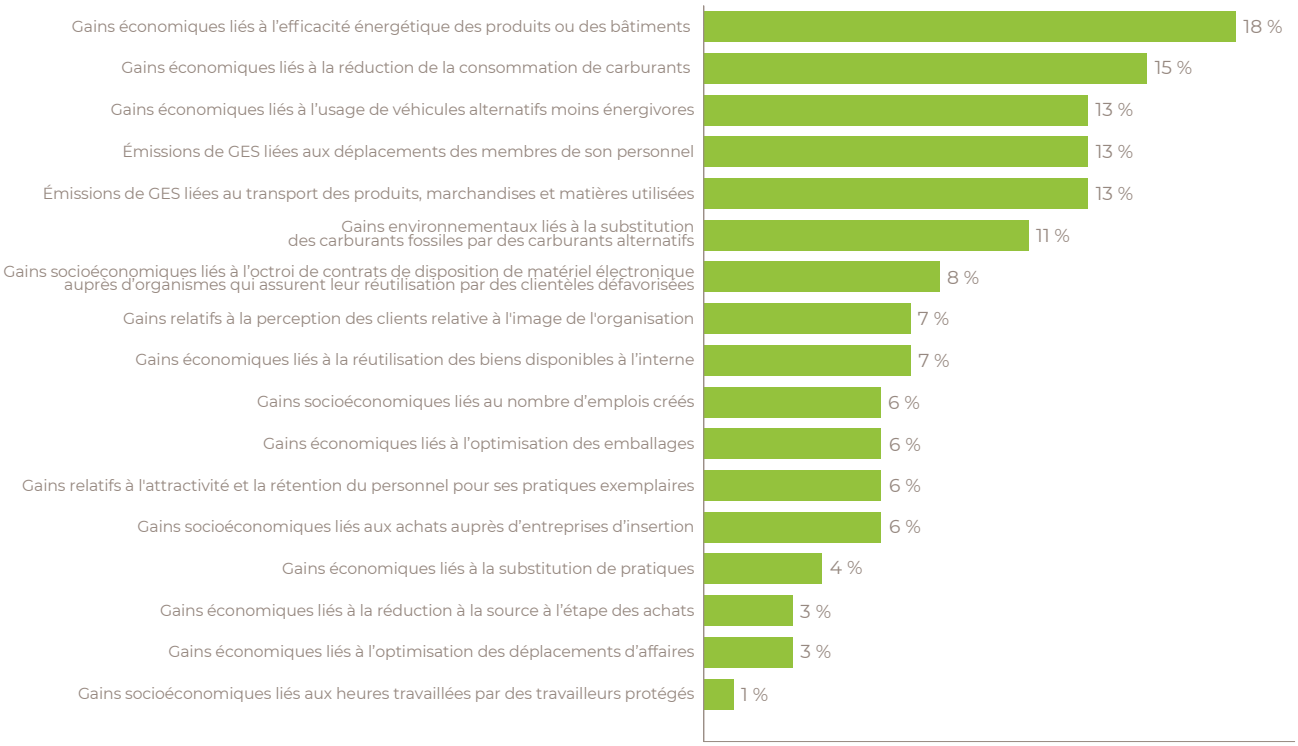


FIGURE 24 Indicateurs d'impact (n=142)



À la suite du processus de mise en œuvre de la démarche d'achat responsable, 51 % des organisations évaluent la situation au moins une fois par an. 2 % d'entre elles le font aux deux ans et 2 % aux cinq ans. Près de 28 % des répondants n'examinent jamais les résultats et 17 % ne disposent pas d'indicateur leur permettant de mesurer la fréquence d'évaluation des résultats de leurs politiques d'achat responsable.

À la suite de l'évaluation du processus de mise en œuvre, près de 43 % des organisations révisent leurs objectifs et leur stratégie systématiquement ou souvent. 22 % indiquent apporter parfois des changements, alors que 36 % en apportent rarement ou aucun.

2.4. APPROCHES ET OUTILS POUR OPÉRATIONNALISER

2.4.1. Renforcement des compétences organisationnelles

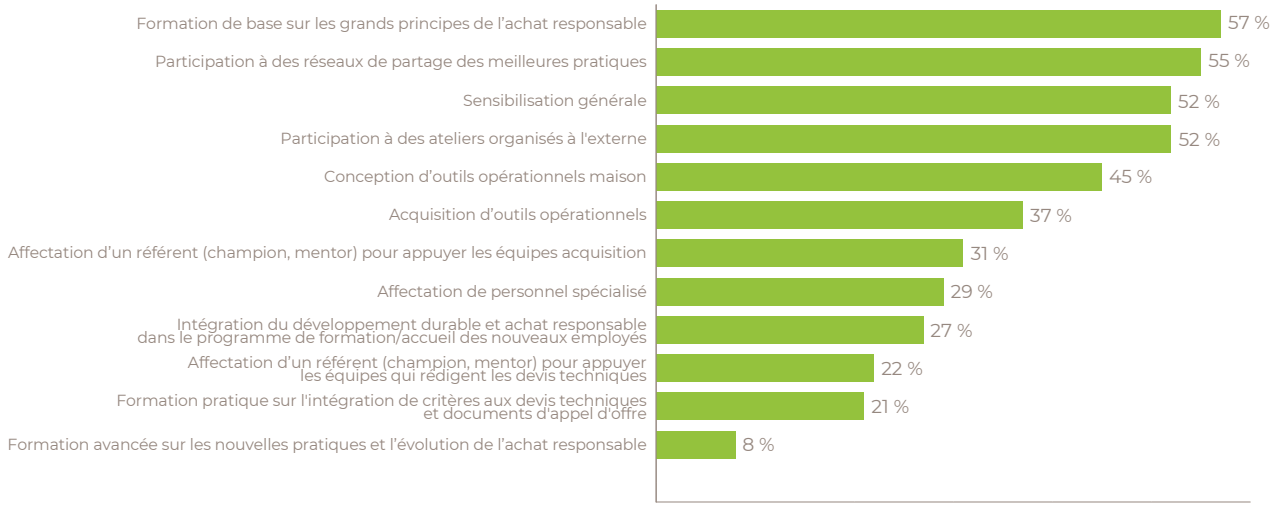
En ce qui concerne le renforcement des compétences organisationnelles, les organisations sont au niveau 2 « **Engagement** ». Plus de 84 % des organisations effectuent des actions en ce sens.

Contribution ODD

Objectif 12.7 : *Mettre en œuvre des politiques et plans d'action en faveur des pratiques durables.*

- Près de 68 % des répondants offrent des formations à leurs employés afin de renforcer les compétences organisationnelles. 20 % d'entre eux les proposent annuellement. À peine 8 % des organisations donnent des formations entre 2 et 4 fois par an, alors que 9 % le font en fonction de l'émergence des besoins.
- 51 % des organisations consacrent moins de 4 heures par année à la formation, 15 % entre 4 et 8 heures et seulement 4 % plus de 8 heures.
- La réalisation de formations de base sur les grands principes de l'achat responsable est l'activité de formation la plus répandue parmi les répondants (57 %). 27 % des organisations répondantes les dispensent dans le cadre de la formation des nouveaux employés. Les formations pratiques et les formations avancées (21 % et 8 %) constituent les activités de formation les moins utilisées.
- En ce qui a trait aux soutiens à la formation, près de 88 % des répondants acquièrent des outils opérationnels ou les conçoivent eux-mêmes; ce qui indique une tendance à internaliser les compétences en matière de formation sur les achats responsables.

FIGURE 25 Renforcement des compétences organisationneles - actions réalisées (n=119)



2.4.2. Types de pratiques d'achat responsable implantées

En ce qui concerne le type de pratiques d'achat responsable implantées, les répondants se trouvent en moyenne au niveau 3 **« Progression »**. Les pratiques visant les produits et services sont bien plus répandues que celles qui visent les fournisseurs.

- La sélection de produits et services basée sur des certifications demeure une pratique dominante depuis la première édition du Baromètre. Plus de 61 % des organisations affirment avoir recours à ce type de pratiques.
- En ce qui concerne les pratiques ciblant les fournisseurs, on remarque que les stratégies en vue de favoriser les fournisseurs innovants (38 %) ou de faire signer un code de conduite aux fournisseurs (35 %) sont les pratiques les plus courantes. Près de 32 % des répondants favorisent l'achat auprès d'un ou plusieurs type(s) de fournisseur(s) particulier(s), comme les fournisseurs locaux ou issus du secteur de l'économie sociale.





Contribution ODD

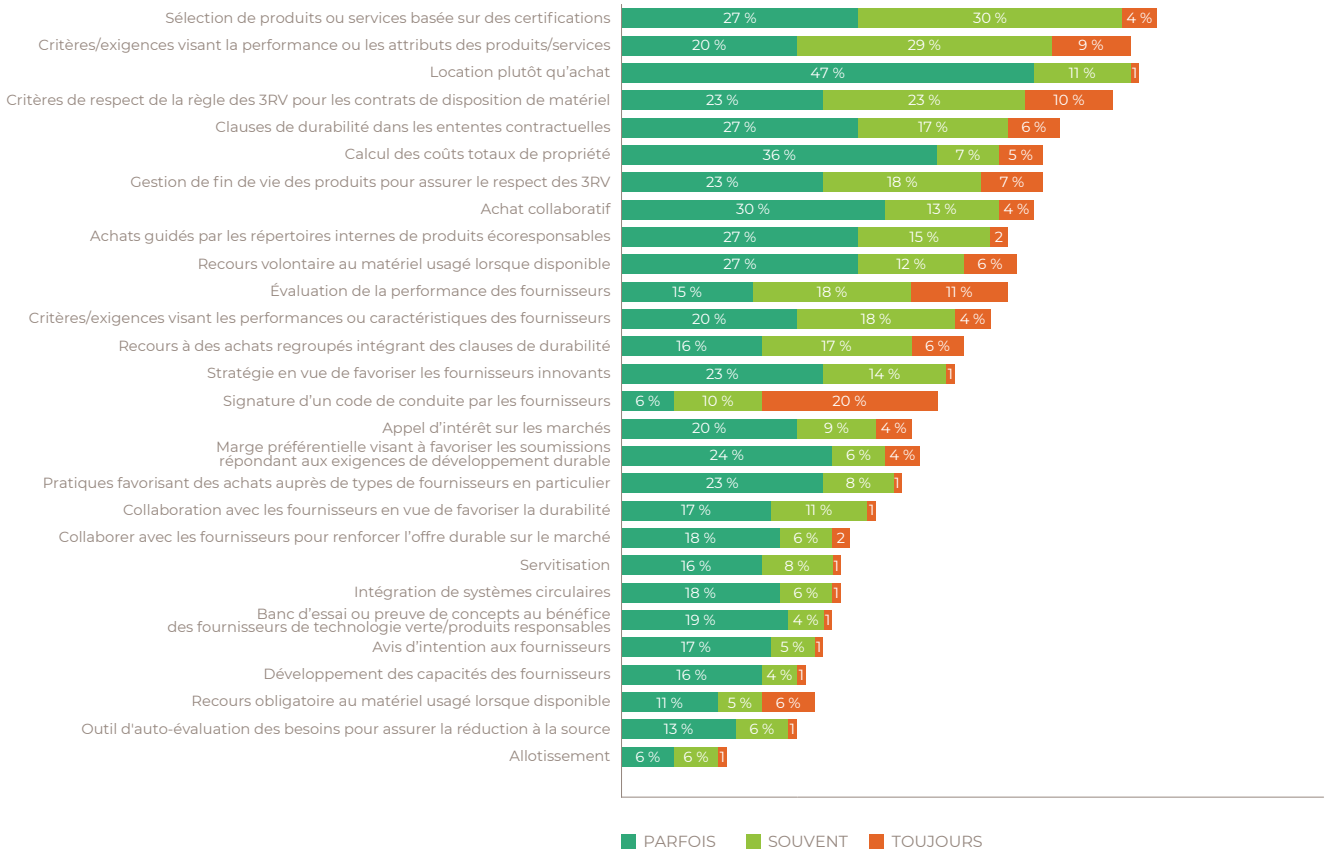
Objectif 4 : *Acquisition des connaissances et des compétences nécessaires pour promouvoir le développement durable [...] notamment en faveur du développement et de modes de vie durables. .*

Objectif 17 : *Renforcer les partenariats multipartites permettant de mobiliser et de partager des savoirs, des connaissances spécialisées, des technologies et des ressources financières.*

- Les pratiques propres à l'économie circulaire sont peu répandues. Ceci peut s'expliquer par le fait que l'économie circulaire est un concept encore peu développé au Canada. 25 % des répondants pratiquent l'intégration des systèmes circulaires et 20 % ont des outils d'auto-évaluation des besoins pour éviter les achats inutiles et ainsi assurer la réduction des besoins à la source.
- L'allotissement consiste à diviser les appels d'offres en plus petits contrats pour les octroyer à de plus petits fournisseurs (ex. : entreprises d'économie sociale). Présenté comme une pratique émergente au sein de la littérature scientifique, l'allotissement est cependant déjà mis en œuvre dans 12 % des organisations.

> ***« Les pratiques visant les produits et services sont bien plus répandues que celles qui visent les fournisseurs. »***

FIGURE 26 Types de pratiques d'achat responsable implantées (n=142)



2.4.3. Produits et services visés par les pratiques d'achat responsable

Plus de 40 % des répondants affirment utiliser des critères d'achat responsable pour des produits et services particuliers. Les produits sont davantage visés par les pratiques d'achat responsable que les services.

Le type de service le plus touché est le service de nettoyage et d'entretien (17 %). Ce service était également prédominant (19 %) en 2016. Les produits d'usage courant qui demeurent les plus touchés sont le papier (28 %), l'équipement informatique (24 %), les produits nettoyants (22 %) et les cartouches d'encre (22 %).

TABLEAU 4 Produits et services d'usage courant les plus et les moins touchés par l'achat responsable

8 PRODUITS/SERVICES LES PLUS TOUCHÉS	8 PRODUITS/SERVICES LES MOINS TOUCHÉS
Énergie	Services de messagerie
Fourniture de bureau	Acier
Papier hygiénique	Aluminium
Emballages	Service de communication et d'édition
Cartouches d'encre	Services d'hébergement
Produits nettoyants	Services de déménagement
Équipements informatiques	Services de livraison
Papier	Services événementiels

Cette année, les thématiques clés (économie circulaire, économie sociale, émissions de GES et les coûts totaux de propriété) appliquées sur les produits et services ont été répertoriées.

- Les produits et services les plus touchés par des critères visant **la réduction d'émissions de gaz à effet de serre** sont : l'énergie, les équipements informatiques, les éclairages et luminaires, les véhicules légers et le papier.
- Le papier, les services de livraison et de messagerie, l'énergie et les produits nettoyants sont les produits et services pour lesquels les organisations émettent des critères visant la performance des fournisseurs en matière de **réduction des émissions de GES.**
- Les pratiques favorisant **l'achat auprès d'entreprises d'économie sociale** concernent principalement les services de traiteurs, de nettoyage et d'entretien, les concessions alimentaires, les fournitures de bureau ou les vêtements de travail.
- **Les calculs de coûts totaux de propriété** sont principalement appliqués aux produits comme l'énergie, les éclairages et luminaires, les véhicules légers et lourds ainsi que les équipements informatiques.
- Les cartouches d'encre, le papier, le plastique, les emballages et les fournitures de bureau sont les produits les plus touchés par des critères visant **la circularité de la matière.**

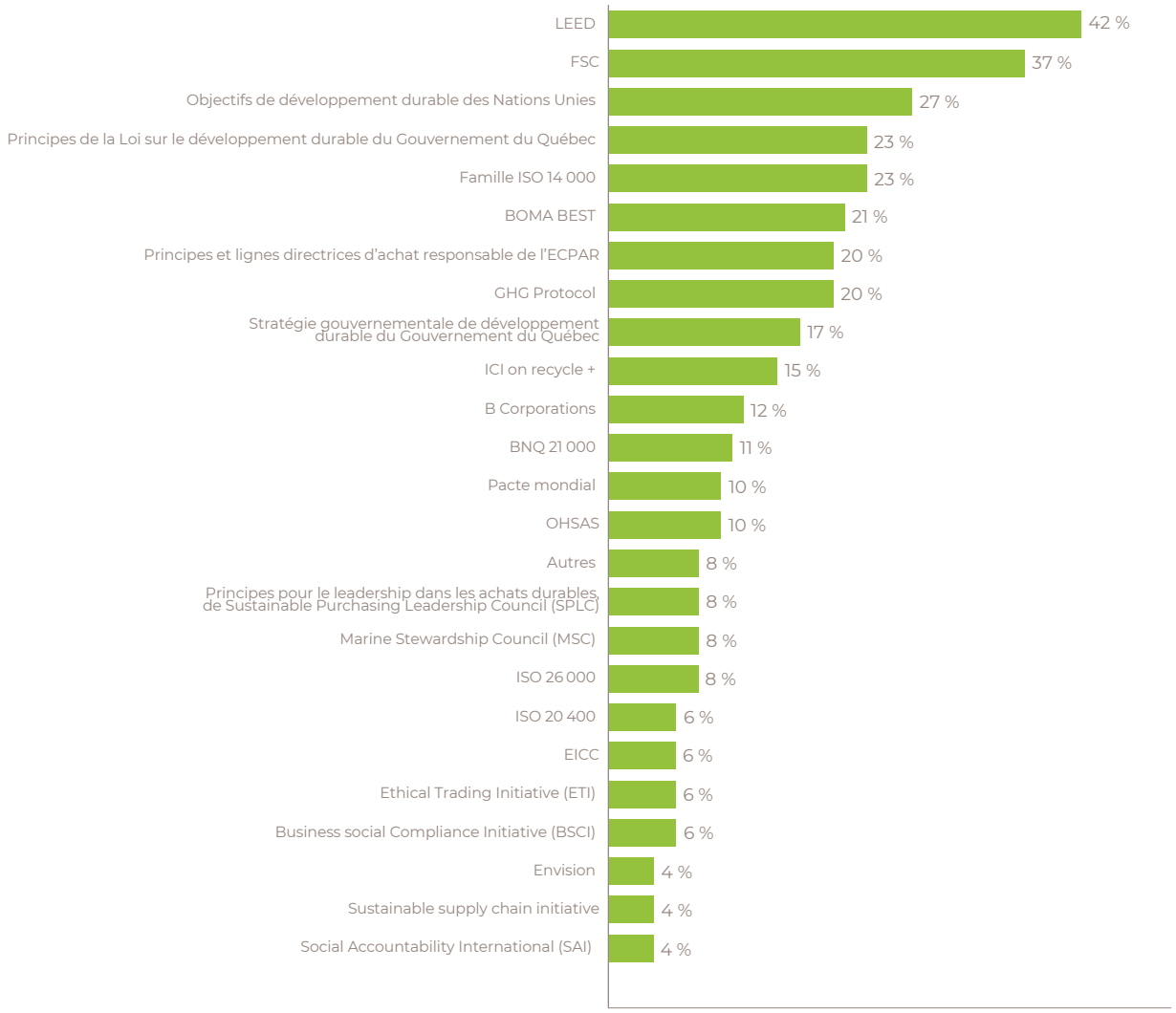
2.4.4. Certifications, normes et lignes directrices utilisées

Les certifications, normes et lignes directrices constituent des outils de sélection et d'application de l'achat responsable plébiscités par les répondants. Les certifications sont par ailleurs un excellent moyen pour contribuer aux Objectifs de développement durable des Nations Unies. Cette tendance se maintient par rapport à celle de 2016, alors que 54 % des répondants disaient utiliser ces outils.

- Parmi les certifications, celles étant les plus utilisées en 2020 sont les certifications LEED (42 %) et FSC (37 %). Ces résultats sont semblables à ceux de 2016, alors que 43% et 36% des organisations répondantes faisaient appel respectivement à Energy Star et FSC. La certification LEED, pour sa part, a grandement gagné en popularité puisque 27 % des répondants déclaraient l'utiliser il y a quatre ans.
- Comme lors de l'édition 2016 du Baromètre, on constate que les certifications, normes ou lignes directrices à mission sociale sont beaucoup moins utilisées que celles qui portent sur l'environnement.
- Les Objectifs de développement durable des Nations Unies se retrouvent au 3e rang des normes les plus utilisées, près de 27 % des répondants déclarant y adhérer.
- 19 % des répondants affirment suivre les Lignes directrices de l'achat responsable de l'ECPAR.
- Encore très peu d'organisations (6 %) appliquent la norme ISO 20 400 qui est dédiée à l'achat responsable.

Nous vous invitons à suivre la proposition pancanadienne qui sera mise de l'avant en vue de progresser, en consultant le site de la campagne barometre2020.org

FIGURE 27 Certifications, normes ou lignes directrices utilisées (n=142)



CONCLUSION

Le Baromètre de l'achat responsable 2020 révèle que l'achat responsable continue de gagner en importance, aussi bien auprès des institutions publiques que des entreprises. L'augmentation du nombre des répondants s'accélère passant de 61 dans l'édition 2012 du Baromètre, à 76 en 2016, pour atteindre 142 dans la présente édition. Cette augmentation traduit non seulement un intérêt croissant de la part des organisations canadiennes, mais aussi la forte implication des gouvernements et des réseaux en achat responsable qui ont contribué à cette édition : CCSP, RCO, CBSR et OPBA.

Plusieurs tendances se confirment par rapport aux deux précédentes éditions : les valeurs morales de l'organisation demeurent la première motivation pour entamer une démarche d'achat responsable. Les impératifs économiques comme la recherche du plus bas prix ou les coûts engendrés par la démarche demeurent les principaux freins à l'achat responsable. La gestion du suivi de l'achat responsable au sein des organisations demeure le maillon faible. De nouveaux éléments apparaissent également dans cette édition : l'importance de la conformité aux lois recule aussi bien comme facteur de motivation que comme méthode de priorisation, alors que l'importance d'appartenir à un réseau ou à une organisation qui donne priorité à l'achat responsable apparaît pour la première fois comme l'un des trois principaux facteurs de motivation.

En ce qui concerne les trois catégories d'enjeux du développement durable touchées par l'achat responsable, on constate qu'elles prennent de plus en plus d'importance. Les organisations mettent davantage l'accent sur les enjeux environnementaux que sur les enjeux sociaux. Néanmoins, les enjeux sociaux suscitent un plus grand intérêt auprès des organisations que lors de l'édition 2016 du Baromètre.

L'édition 2020 du Baromètre souligne l'apport de l'achat responsable aux Objectifs de développement durable des Nations Unies. Les données recueillies indiquent que peu d'organisations incluent explicitement les ODD dans la définition et le développement de leur processus d'achat responsable. Toutefois, le Baromètre 2020 permet de voir comment les organisations contribuent aux ODD par le biais des pratiques mises en œuvre dans leurs politiques d'achat responsable.

En apparence, la performance globale des organisations stagne par rapport à 2016. Parmi les cinq composantes de l'achat responsable **(Vision, Politique et gouvernance, Mobilisation des parties prenantes, Opérationnalisation, Mesure),** c'est toujours dans **la vision** que les organisations ayant participé à cette nouvelle édition sont les plus avancées. Quant aux autres composantes, les organisations y sont engagées, mais les résultats du Baromètre indiquent qu'il reste beaucoup de place à l'amélioration pour renforcer les pratiques et progresser en matière d'achat responsable. Toutefois, ce constat mérite quelques nuances si l'on considère l'augmentation notable du nombre de répondants en 2020, la mise à jour des critères d'évaluation sur la base des pratiques d'achat responsable les plus récentes et l'obligation de fournir des pièces justificatives pour les niveaux 4 et 5 (qui rendent le Baromètre plus exigeant). Dans ce contexte, même si le résultat global du Baromètre 2020 est en apparence similaire à celui de 2016, il montre tout de même une progression de l'engagement des différents acteurs autour de l'achat responsable dans un contexte plus exigeant.

CONCLUSION

Ce Baromètre a été produit pendant la crise de la Covid19. Comme pour le reste de la société, la Covid19 pose bien sûr des défis de taille pour les achats. Cette crise a montré en particulier que les enjeux d'approvisionnement sont aussi des enjeux de souveraineté nationale notamment pour les secteurs alimentaire ou pharmaceutique. La crise secoue également des pans entiers de l'économie comme le commerce de détail, la restauration ou encore les services. À ce titre, on observe une forte congruence entre les solutions développées dans le cadre de l'achat responsable et les défis posés par cette crise. Ainsi, le Baromètre montre une forte augmentation de l'importance accordée aux choix de fournisseurs locaux. En 2016, 14 % seulement des organisations répondantes intégraient des critères en ce sens dans leur démarche d'achat responsable, alors que 35 % d'entre elles le font désormais.

Il faut noter que l'édition 2020 du Baromètre comporte certaines limites. D'un point de vue méthodologique, l'échantillon de 142 organisations canadiennes est multisectoriel. Il est toutefois peu représentatif de l'ensemble des organisations canadiennes; ce qui restreint les possibilités de généralisation des résultats obtenus. Par ailleurs, le Baromètre est un outil qui se veut généraliste et qui, par conséquent, ne tient pas compte des spécificités des pratiques de chaque entreprise ou organisation qui diffèrent parfois selon le secteur, l'industrie ou encore la taille. Bien que, dans cette édition du Baromètre, le volume d'achat reste le principal déterminant de la performance des organisations en matière d'achat responsable, on voit émerger de nombreux guides et outils à l'intention des plus petites organisations qui démocratisent l'achat responsable. Ceci nous invite à approfondir la réflexion sur les pratiques d'achats responsables au sein de plus petites structures.

Cette 3e édition du Baromètre de l'achat responsable fait un état de la situation des organisations canadiennes en matière d'achat responsable et offre plusieurs pistes de réflexion afin d'en poursuivre le développement. Grâce aux réseaux qui se sont mobilisés autour de cette édition du Baromètre et aux nombreux répondants, nous avons pu recueillir un important volume de données. Ainsi, nous serons en mesure de produire des analyses complémentaires sur des profils particuliers d'organisation et de continuer à travailler à améliorer la mesure de l'achat responsable.

Ces informations précieuses permettront à l'ECPAR et à ses partenaires d'adapter leur offre, en vue notamment de proposer la mise en place d'un réseau canadien en achat responsable. Troisième facteur de motivation pour la mise en place de l'achat responsable, c'est un moyen solide pour répondre aux besoins des organisations canadiennes et assurer leur progression.

LEXIQUE

Achat/approvisionnement écologique : Les achats écologiques consistent à obtenir des produits et des services ayant un impact réduit sur l'environnement. Les achats écologiques permettent de protéger l'environnement en réduisant les émissions de gaz à effet de serre, l'utilisation de substances dangereuses et toxiques et la pollution, y compris les déchets plastiques.

Achat/approvisionnement local : Absence de définition formelle et consensuelle. Exprime une volonté de se procurer des biens et services à proximité des lieux de production, de transformation ou d'utilisation. Les critères utilisés pour définir l'achat local sont généralement la région géographique, la distance par rapport au lieu de production (de 50 à 160 km selon les définitions), l'origine de l'entreprise (soit le pourcentage de capitaux détenus localement, le lieu d'immatriculation, la composition du personnel clé, le volume des achats, des investissements et des taxes locaux).

Achat/ approvisionnement responsable : Consiste à s'assurer que les produits et services qu'une organisation achète représentent la meilleure valeur pour l'argent investi et génèrent des bénéfices pour l'organisation, pour l'environnement, la société et l'économie. Se réalise par l'intégration de critères environnementaux, sociaux et économiques aux processus d'achat des biens et services, en tenant compte des impacts tout au long du cycle de vie des produits et services. L'achat responsable englobe « achat écologique » et « achat socialement responsable ». Il est aussi nommé approvisionnement durable, achat durable ou encore «sustainable procurement » en anglais.

Achat/approvisionnement circulaire : Connu comme une façon différente d'acquérir des biens et des services qui favorise la prise en compte de l'ensemble du cycle de vie des produits tout au long de leur chaîne d'approvisionnement. En mettant l'accent sur l'utilisation et les services fournis par un produit plutôt que sur la propriété, on catalyse le développement des nouveaux modèles commerciaux qui sont nécessaires pour promouvoir une économie circulaire.

L'approvisionnement durable et circulaire est également utilisé par les organisations du secteur public et privé pour s'assurer que leurs achats reflètent des objectifs plus étendus liés à l'efficacité des ressources, au changement climatique, à la responsabilité sociale et à la résilience économique, par exemple.

Analyse des achats/dépenses : Segmenter les achats ou les dépenses par catégories de produits et services et déterminer les volumes en dollars pour chaque catégorie.

Analyse de risque : Analyser de façon proactive les enjeux liés au risque environnemental et social afin de déterminer le degré de vulnérabilité d'une organisation.

Biens/services stratégiques : Représente un bien nécessaire à l'accomplissement de la mission de base de l'organisation.

Cartographie de la chaîne d'approvisionnement : Segmenter ses achats par catégories de produits et services. Faire le portrait des fournisseurs qui forment cette chaîne afin de déceler ses forces et ses faiblesses ainsi que les possibilités d'amélioration en matière de développement durable et de responsabilité d'entreprise.

Clauses de durabilité dans les ententes contractuelles : Clauses qui assurent le suivi ou l'amélioration de la performance environnementale ou sociale pour la durée d'un contrat.

Composante environnementale : Réfère à l'importance de maintenir le système naturel sur lequel s'appuient les êtres vivants dans un état stable maintenant et dans le futur. Les facteurs environnementaux incluent les émissions dans l'air, dans les sols et dans l'eau, les changements climatiques, la biodiversité, l'utilisation des ressources naturelles et la rareté de l'eau à travers le cycle de vie des produits.

Composante sociale : Concerne l'importance de maintenir dans un état stable le système sur lequel s'appuie la société maintenant et dans le futur. Les facteurs sociaux incluent la justice et l'équité sociale, la santé-sécurité, les droits humains (et notamment les droits du travail), les conditions d'emploi et les impacts sur les communautés.

Composante économique : Concerne l'importance de maintenir dans un état stable le système économique sur lequel s'appuie le système financier dans un souci d'efficience économique. Les facteurs économiques incluent les coûts totaux des produits et services sur l'ensemble de leur cycle de vie, mais également une gestion financière adéquate (le découragement des monopoles, l'ouverture de processus de soumissions concurrentielles, l'élimination des conflits d'intérêts, la résilience économique locale et l'assurance que les systèmes économiques ne sont pas sapés par des pratiques de corruption).

LEXIQUE

Coût total de possession (en anglais : total cost of ownership ou TCO) : Désigne le coût global qu'une organisation doit prendre en charge pour un bien ou un service, à partir de son achat, pour la durée de son utilisation et jusqu'à ce qu'elle s'en départe en fin de vie utile.

Coûts du cycle de vie (en anglais Life cycle cost ou LCC) : En plus du coût total de possession, désigne la liste plus étendue des couts liés aux externalités (environnementales ou sociales) tout au long du cycle de vie du produit ou service.

Critères favorisant la circularité de la matière: Pourcentage de matière recyclée, durabilité, réparabilité, recours à des produits réusinés ou remis à neuf, récupération ou retour d'un bien ou des emballages au fournisseur après utilisation.

Développement durable: Développement qui répond aux besoins du présent sans compromettre la capacité des générations futures à répondre aux leurs. Le développement durable s'appuie sur une vision à long terme qui prend en compte le caractère indissociable des dimensions environnementale, sociale et économique des activités de développement.

Documents qui formalisent l'achat responsable: Politiques, codes de conduite, directives, etc.

Entreprise d'économie sociale : Entreprise dont les activités consistent notamment à vendre ou à échanger des biens ou des services et qui est exploitée, conformément aux principes énoncés [...], par une coopérative, une mutuelle ou une association dotée de la personnalité juridique d'organisation sans but lucratif (OBNL). Les entreprises d'insertion, les entreprises adaptées, les coopératives sont des entreprises d'économie sociale.

Entreprise sociale : Une entreprise génératrice de revenus ayant le double objectif de réaliser un profit et d'atteindre un but ou un résultat social, culturel, communautaire, économique et/ou environnemental spécifique. Il existe de nombreux types d'entreprises sociales au Canada.

Produit d'usage courant : Biens d'utilité générale que la plupart des organisations acquièrent sur une base régulière pour assurer leur fonctionnement.

Requérant : Membre du personnel d'une organisation qui prend l'initiative d'engager une procédure d'achat.

BAROMÈTRE 2020
DE L'ACHAT RESPONSABLE

LA CONTRIBUTION DE L'ACHAT RESPONSABLE
AUX OBJECTIFS DE DÉVELOPEMENT DURABLE

Le Baromètre de l'achat responsable 2020 mesure la progression en matière d'achat responsable des organisations québécoises et canadiennes. Il s'agit de la 3e édition de cet outil de mesure, la première datant de 2012 et la seconde de 2016.

Le projet a été réalisé par l'ECPAR en collaboration avec Laboratoire interdisciplinaire de la responsabilité sociale des entreprises (LIRSE) et au Centre international de référence sur le cycle de vie des produits, procédés et services (CIRAIG).

Un énorme merci aux organisations qui ont participé à cette étude, à 2024 !

L'Espace de concertation sur les pratiques d'approvisionnement responsables (ECPAR) est un réseau de leaders en approvisionnement responsable. Sa mission est d'accroître la compétitivité, l'efficacité et la résilience des organisations par l'achat responsable et le développement durable sur les chaînes d'approvisionnement.

En plus de favoriser le partage d'expertise entre les représentants de ses membres, une centaine d'experts de l'achat responsable et du développement durable, l'ECPAR donne accès à des modèles, des outils et de l'accompagnement qui rendent l'achat responsable accessible et rentable. L'organisation est connue pour sa mesure des avancées en matière d'achat responsable : le Baromètre de l'achat responsable - édition 2012, édition 2016 et cette édition 2020.

ecpar.org
info@ecpar.org