

MISE EN PLACE D'UNE CHARTE DE VALEUR

METEX NOOVISTAGO

60 rue Vaux
80000 AMIENS

PICARDIE-CHAMPAGNE-ARDENNE

2020

➤ Mots clés : charte de valeur, réduction des risques, qualité, démarche RSE, approche RC globale, développement d'outil



L'ENTREPRISE

L'entreprise produit des acides aminés pour l'alimentation animale par fermentation, qui permet de transformer des hydrates de carbone en protéine. Le site de production est installé à Amiens depuis 1976.



LE CONTEXTE

Le marché des acides aminés est un marché mondial fortement concurrentiel, en grande partie sous la pression de la production chinoise dont les parts de marché s'accroissent. L'entreprise est le seul producteur d'acides aminés pour l'alimentation animale encore établi en Europe. Produire des acides aminés par fermentation en France (et en Europe) s'accompagne d'un grand nombre d'exigences, notamment au niveau de la qualité des produits et de la performance environnementale. Sur certains aspects, Ajinomoto a même choisi **d'aller au-delà de ces exigences**.

Ils ont choisi de s'appuyer sur ces exigences, de les mettre en avant, afin d'en améliorer la visibilité et la perception par le marché et par leurs clients.



IDÉE ET OBJECTIFS

L'idée est d'introduire la **notion de valeur**, qui est plus large que la notion de prix qui domine actuellement le marché et qui ne décrit pas de façon complète les caractéristiques des produits. Leur charte de valeur concrétise les engagements pris, qui sont vérifiables, et qui constituent leur définition d'un producteur d'acides aminés responsable et durable, au cœur de l'Europe. Ces engagements sont rassemblés autour de 6 piliers :

- La haute qualité des produits
- La fiabilité en tant que fournisseur
- La garantie du respect des exigences réglementaires
- La haute performance environnementale des productions
- La propriété intellectuelle « authentique »
- L'innovation continue



L'objectif de la **charte de valeur** est de faire prendre conscience de l'importance pour les clients d'intégrer dans leur politique d'achats un certain nombre d'éléments mal capturés par le prix du produit, qui lui reflète une concurrence internationale très intense. Il s'agit d'établir une relation de partenariat durable sur le long terme avec ces clients, au-delà de la simple relation acheteur - vendeur. **La valeur peut être définie par le prix payé par le client, que divise le risque qu'il prend lors de son achat à différents niveaux (qualité, réglementaire, environnemental, ...)**. Cette charte de valeur vise à démontrer qu'en réduisant ces risques, la valeur augmente.

L'originalité consiste à rassembler dans une approche synthétique un ensemble d'engagements mis en œuvre au quotidien par différents services et départements au sein de l'entreprise, mais également pour lesquels les interactions ont lieu avec différents interlocuteurs chez les clients.



MISE EN OEUVRE

Les engagements pris dans cette charte de valeur sont dans une large mesure déjà vérifiés dans le cadre d'audits qui vérifient la conformité par rapport aux **standards suivants : ISO 9001, FAMI-QS, ISO 14001, ISO 50001 et OHSAS 18001**. La mise en œuvre du projet a été facilitée par la création d'une fonction de directeur du développement durable au sein de l'entreprise, responsable du projet. Les étapes sont les suivantes :

- 1) Identification des 6 piliers sur lesquels s'appuie la charte de valeur. Ce travail a associé les collaborateurs de l'entreprise et les agents commerciaux externes à l'entreprise sur l'ensemble du territoire européen.
- 2) Travail sur le contenu détaillé des 6 piliers précédemment identifiés : il s'est déroulé en alternant la collecte d'informations auprès des différents services de l'entreprise par le responsable du projet et deux réunions internes impliquant des collaborateurs ressource pour les différents piliers, de façon à faciliter les échanges entre départements et services au sein de l'entreprise.
- 3) Création du logo de la charte de valeur : pour transmettre sous forme graphique les messages principaux et favoriser l'identification et la reconnaissance par nos clients.
- 4) Rédaction du texte de la charte de valeur : brochure synthétique mise en forme avec l'appui d'une agence de communication, principalement illustrée par des photographies de l'usine et des portraits de collaborateurs ce qui permet de renforcer l'aspect concret de la démarche, mais également de valoriser les collaborateurs et faciliter l'appropriation de ce nouvel outil en interne.



RÉSULTATS

La charte de valeur a été finalisée au printemps 2019. Depuis, elle a été présentée à l'ensemble des collaborateurs de l'entreprise, mais également auprès des clients dans différents pays de l'Union Européenne. Même s'il est trop tôt pour établir une évaluation complète de la charte de valeur, les premières tendances se dégagent après quelques mois de mise en œuvre.

En interne, la charte de valeur a contribué à « décloisonner » les activités des différents services et départements et à faire prendre conscience des synergies au service des objectifs de l'entreprise.



BÉNÉFICES ET PERSPECTIVES

Auprès des clients, la charte de valeur a été généralement très bien reçue, même si le prix comme principal critère de décision est régulièrement rappelé. La charte de valeur se révèle être un outil efficace pour présenter de façon rapide (10-15 minutes) la valeur apportée aux clients et attirer l'attention sur des sujets importants pour la RSE comme la lutte contre l'antibiorésistance, la performance environnementale, la propriété intellectuelle ou encore le bien-être animal à travers des solutions nutritionnelles innovantes. La charte de valeur permet de mettre en avant la valeur ajoutée en tant que producteur français et européen et souligne la dimension stratégique du maintien d'une production d'acides aminés sur le territoire européen.



GLOBAL COMPACT : ODD



ODD 2 : Assurer la sécurité alimentaire, améliorer la nutrition et promouvoir l'agriculture durable

ODD 3 : Permettre à tous de vivre en bonne santé et promouvoir le bien-être de tous

ODD 12 : Etablir des modes de consommation et de production durables

ODD 15 : Préserver et restaurer les écosystèmes terrestres, enrayer le processus de dégradation des sols

ODD 17 : Partenariats pour la réalisation des objectifs