

PUBLICITÉ


S'ENGAGER DANS UNE DÉMARCHÉ DE NETTOYAGE ÉCO-RESPONSABLE
resah
DÉCOUVREZ L'OFFRE

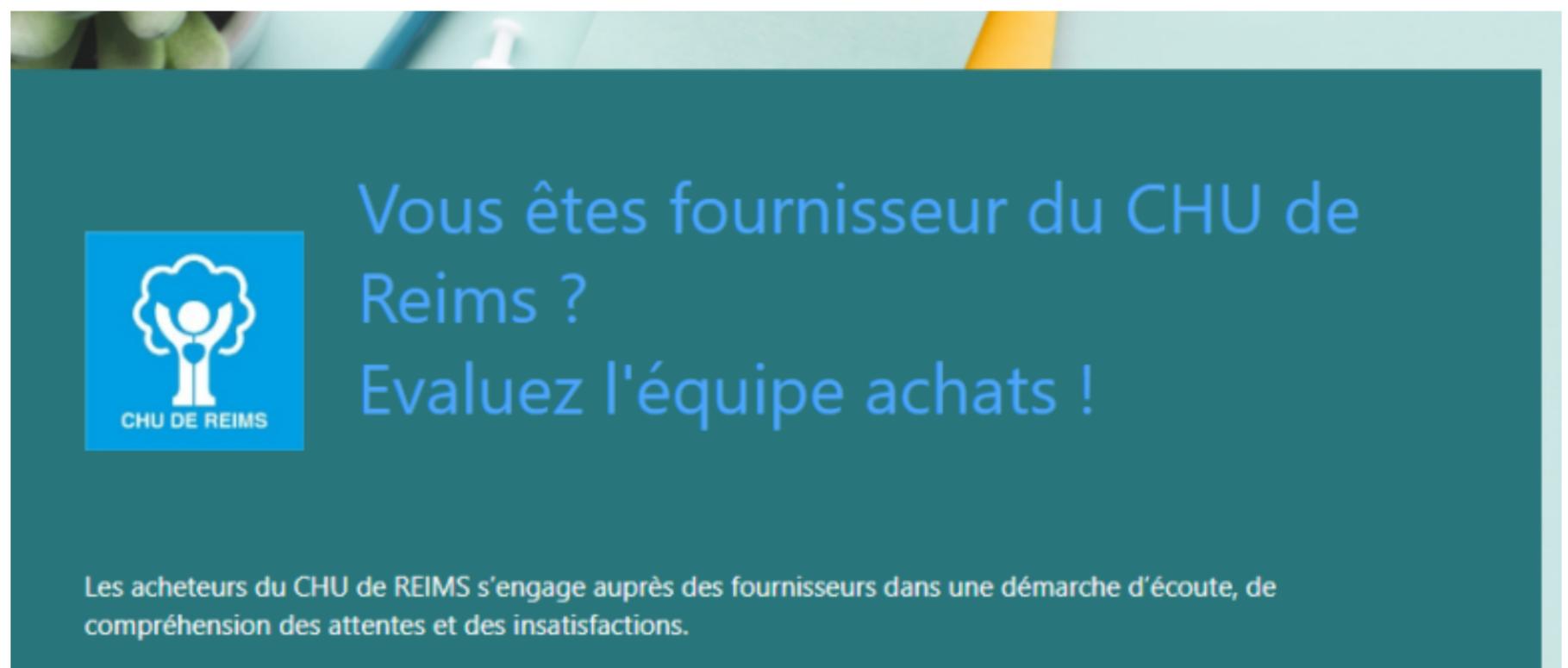
FONCTION ACHAT

FOURNISSEUR

LE CHU DE REIMS PREND LE POULS DES ENTREPRISES

 🕒 14 novembre 2022 | Jean-Marc Binot  0

Pendant un mois, le CHU de Reims va ausculter ses fournisseurs mais aussi les candidats potentiels à ses appels d'offres. Objectif : recueillir leur ressenti, écouter leurs attentes, afin d'améliorer les relations avec les prestataires et au final l'attractivité de l'établissement.



Ce 14 novembre, le CHU va envoyer, par mél et différents canaux, un questionnaire d'une vingtaine d'items, à tous ses fournisseurs (titulaires directs ou via une centrale d'achat), dont le nombre avoisine les 3000, ainsi qu'aux prestataires potentiels. « Il s'agit d'une démarche d'écoute et de compréhension des attentes et des insatisfactions des entreprises », explique Elodie Hémard, responsable des achats de l'établissement. « L'objectif, c'est de s'évaluer et de mesurer notre attractivité. Afin de s'améliorer », complète-t-elle.

Sont passés en revue aussi bien la pertinence des délais de réponses aux consultations, des délais entre la notification et le début des marchés, la qualité du suivi de l'exécution que la clarté et l'intelligibilité des cahiers des charges, la transparence des décisions, ou l'aspect RSE. « Dans ce domaine, cela va nous aider à identifier de nouvelles clauses ou critères de choix. Nous n'avons pas forcément connaissance de tout ce qui se passe chez nos fournisseurs », argue Elodie Hémard.

Le sujet du délai de paiement (actuellement de 42 jours au CHU de Reims, c'est-à-dire une semaine sous le seuil réglementaire pour les établissements de santé) n'a pas été oublié. « Nous suivons et nous connaissons nos délais. Mais ce que nous souhaitons, c'est d'avoir leur vécu et leur ressenti », précise David Rozé, directeur des achats du CHU, « ce questionnaire s'inscrit complètement dans notre démarche de labellisation relations fournisseurs et achats responsables (RFAR) ».

 **POUR RÉPONDRE À L'ENQUÊTE :**
 **FACEBOOK**  **TWITTER**  **LINKEDIN**