



BILAN 2006-2008



+ 684 M€

**Augmentation des achats
attribués aux PME depuis
la signature, soit une
croissance de 100,6 %**



Pierre PELOUZET
SNCF
DIRECTEUR DES ACHATS

« En signant le Pacte PME dès 2004, la SNCF s'est engagée et depuis lors notre volonté d'accroître la part de nos achats confiés aux PME a été, à de multiples reprises, réitérée tant en interne vis-à-vis de la population de nos acheteurs que par notre participation active aux diverses manifestations et groupes de travail organisés par le Pacte PME. La croissance du chiffre d'affaires que nous réalisons avec les PME depuis la signature de notre engagement atteste de la réalité de ce que nous considérons comme une démarche d'Entreprise.

Créativité, innovation, réactivité, qui sont les traits caractéristiques de nombre de PME, sont autant d'atouts dans un univers du transport où la concurrence, y compris la concurrence intra modale, nous fait obligation d'être compétitif sur nos différents marchés et d'anticiper soit par rapport à des évolutions pressenties, soit par rapport à des besoins actuels non satisfaits, ou d'autres à venir en phase d'identification. La démarche innovante conduite avec des PME dans le cadre de TGV Lab est, en la matière, exemplaire.

Nous appréhendons les possibilités offertes par l'article 26 de la Loi de Modernisation de l'Economie en regard des PME innovantes comme préfiguratrices d'évolutions souhaitables pour franchir de nouveaux seuils dans nos relations d'affaires avec les PME.

Sans attendre celles-ci, en tant que grand donneur d'ordre public et à ce titre investi d'une responsabilité particulière, nous réaffirmons notre engagement au côté du Pacte PME. »

Achats France hors groupe.

SUCCESS STORY

La SNCF finance la validation des pièces sensibles produites par ses fournisseurs innovants.

Depuis 1988, FLERTEX conçoit et fabrique des matériaux de friction pour le freinage d'applications industrielles, ferroviaires et aéronautiques. « Ces pièces sont, après les roues, le deuxième poste d'achats de la SNCF, l'un des plus grands donneurs d'ordre du secteur ferroviaire au monde et notre premier client, explique Olivier Martin, son directeur marketing.

La SNCF nous demande de concevoir des matériaux innovants pour freiner ses nouveaux matériels ou d'optimiser ceux existants afin d'améliorer leur coût de possession ou leur impact sur l'environnement comme par exemple le bruit. Notre

métier nécessite de réaliser plusieurs essais pour valider l'efficacité de la formulation de nos matériaux composites. Nous avons bien sûr nos propres moyens de tests. Mais la validation a lieu aussi sur les bancs d'essais de la SNCF à sa charge, ce qui correspond à une enveloppe d'environ 35 000 à 50 000 euros. Ensuite, la SNCF réalise les essais sur train. Là encore, il s'agit de montants qui oscillent entre 150 000 à 200 000 euros. » Des investissements hors de la portée d'une PME innovante.

Outre ce support financier, Olivier Martin insiste sur la valeur des

relations avec les services techniques, qualité et achats : « La SNCF nous tire vers le haut et constitue une référence majeure de la qualité de nos produits auprès des autres grands réseaux ferroviaires. »