

FICHE : DESCRIPTION DES BESOINS D'ACHAT

In 3 tips:

- Décidez comment vous allez décrire vos besoins d'achat.
- Décrivez le plus clairement possible les caractéristiques durables de votre achat.
- Appuyez-vous sur des critères vérifiables tels que des labels ou des normes.

On vous explique pourquoi en détail ci-dessous !

Dans cette fiche, nous répondons à la question : « *Comment décrire mes besoins d'achat de manière à ce qu'ils soient clairs pour tous les soumissionnaires ?* ».

A) Description des besoins d'achat

En partant de l'étude de marché, vous pouvez définir vos besoins d'achat de deux manières. La première possibilité est de donner un aperçu détaillé des produits et services que vous souhaitez acheter. Ainsi, les informations sont claires pour tous les fournisseurs potentiels et la vérification des critères est facilitée. L'inconvénient est que les solutions innovantes que vous n'avez pas détectées lors de l'étude de marché risquent de ne pas être proposées. C'est pourquoi une étude de marché approfondie est absolument nécessaire.

Une deuxième solution consiste à communiquer les résultats de votre analyse des besoins aux fournisseurs potentiels. De cette façon, vous devez réaliser moins d'études de marché et ne devez pas traduire votre analyse des besoins en une description détaillée d'une gamme de produits ou de services. En outre, les entreprises peuvent proposer des solutions innovantes. L'inconvénient est qu'il peut être difficile de comparer les offres, car elles proposent souvent des solutions très différentes.

Il est impossible de dire quel est le meilleur choix : cela dépend fortement des produits ou services que vous allez acheter. Pour les achats dans un secteur à faible innovation, la première option est la meilleure, car elle permet de comparer plus facilement les offres. Si l'innovation devient plus importante, il peut être utile de passer à la deuxième solution, mais gardez alors à l'esprit que les offres seront probablement plus difficiles à comparer.

Dans les deux cas, vous devrez définir objectivement les critères de durabilité qui sont importants pour votre organisation, ainsi que la manière dont ils sont mesurés.

B) Description objective

Si vous n'êtes pas familier avec les achats durables, il peut sembler très compliqué au premier abord de donner une description objective des produits ou services que vous souhaitez acheter. Mais vous pouvez comparer la démarche à la description des exigences en matière de qualité ou de sécurité des produits. Pour cela, vous utilisez des normes internationalement reconnues.

Les critères de durabilité utilisent des normes et des labels similaires pour comparer objectivement les produits. Ils décrivent en détail les méthodes d'essai des produits, ce qui permet une comparaison objective très aisée. C'est également de cette manière que fonctionnent les écolabels indépendants.

Vous pouvez donc utiliser ces labels et normes pour décrire le produit que vous souhaitez acheter. Vous disposez de trois options (classées de facile à difficile) :

- 1) Référez-vous aux écolabels pour la description des produits à acheter ou à utiliser.
- 2) S'il n'existe pas d'écolabels sur le marché, contactez les organisations du secteur pour savoir quelles normes minimales vous pouvez appliquer (par exemple : consommation d'énergie maximale, biodégradabilité...). Si nécessaire, traduisez ces normes en KPI (Key performance indicators) ou SLA (Service level agreements).
- 3) Effectuez vos propres tests de produits pour comparer des produits entre eux.

Conditions d'un label

Toute indication sur un produit n'est pas forcément un label. Il s'agit souvent de simples messages publicitaires.

Un label se reconnaît aux caractéristiques suivantes :

- les critères du label sont clairement définis et faciles à consulter,
- tout le monde peut demander le label (si les produits répondent aux critères),
- les critères sont vérifiés par une organisation de contrôle indépendante.

N'utilisez que des labels qui répondent aux trois conditions.

Vous trouverez une description détaillée de plus de 106 labels sur www.labelinfo.be

Ne vous en faites pas, la troisième option ne se présente que dans des cas très exceptionnels. Il existe sur le marché des écolabels et/ou des normes environnementales pour de nombreux produits : extincteurs, ascenseurs, huile de tronçonneuse, sèche-mains...

Évitez les concepts vagues

Dans les descriptions d'achat, on trouve souvent des termes tels que "*produits respectueux de l'environnement*", "*caractéristiques durables*" et d'autres concepts vagues qui ne sont pas suffisamment définis. Évitez toujours ces termes dans vos descriptions d'achat. Ils n'offrent aucune valeur ajoutée.

Choisissez toujours des descriptions qui vous permettent de comparer les produits et/ou services de manière objective. Pour cela, vous pouvez vous référer aux labels, aux normes de produits ou à d'autres paramètres objectifs.

Exemple de mauvaise formulation : « *Le véhicule doit être respectueux de l'environnement par rapport aux véhicules du même segment* ».

Exemple de bonne formulation : « *Le véhicule doit avoir un Ecoscore minimum de 79. Pour plus d'informations concernant le calcul de l'Ecoscore, veuillez consulter www.ecoscore.be* ».