

FICHE: STRATÉGIE D'ACHAT PAR CATÉGORIE DE PRODUIT

En 4 tips:

- Faites une analyse des besoins approfondie
- Réalisez des études de marché
- Utilisez les labels et les normes dans votre demande d'offre
- Prévoyez des mécanismes de contrôle pour le suivi du contrat

On vous explique pourquoi en détail ci-dessous !

Dans cette fiche, nous répondons à la question : « *Quelles étapes dois-je suivre pour acheter un produit durable ?* ».

A) Aperçu

La stratégie d'achat est la même pour tous les groupes de produits et comprend les étapes suivantes :

- 1) analyse des besoins
- 2) étude de marché
- 3) description de vos besoins d'achat
- 4) négociation avec un ou plusieurs fournisseurs
- 5) suivi et vérification de la livraison et de l'exécution du marché

L'étude de marché et l'analyse des besoins vont souvent de pair. Les idées innovantes issues de l'étude de marché peuvent influencer l'analyse des besoins, et les résultats de l'analyse des besoins doivent être vérifiés à la lumière des possibilités du marché. Gardez donc à l'esprit que les deux phases ne se suivent pas nécessairement, mais peuvent aussi se dérouler en parallèle.

1. Analyse des besoins

L'analyse des besoins est nécessaire pour avoir une idée précise des produits ou services que vous souhaitez acheter. Il est important d'examiner les alternatives possibles telles que :

- remplacer les voitures de fonction par un budget mobilité
- stocker les données sous forme numérique plutôt que sur papier
- réduire le nombre de places dans un bureau paysager car le télétravail se développe
- commander moins d'imprimés car la communication est numérique
- ...

Une analyse des besoins peut vous aider à détecter les achats inefficaces, à éviter le gaspillage et donc à réduire les coûts.

Dans une analyse des besoins, il est très important d'écouter les utilisateurs des produits. Ceux-ci ont souvent de bons conseils ou peuvent indiquer à quels problèmes pratiques quotidiens ils sont confrontés.

Si vous souhaitez en savoir plus sur la manière de réaliser une bonne analyse des besoins, lisez notre fiche d'information "Analyse des besoins et études de marché".

2. Étude de marché

L'objectif d'une étude de marché est d'examiner les solutions que le marché peut vous offrir. En plus de vous confirmer les possibilités du secteur, elle vous aidera également à affiner les besoins du public cible.

Nous pouvons distinguer ici deux stratégies différentes.

D'une part, il existe des entreprises qui proposent des solutions plus durables que d'autres : elles travaillent avec des produits recyclés, réduisent la consommation d'énergie... Les études de marché vous aident à identifier tous ces produits avec leurs caractéristiques positives et négatives.

D'autre part, le marché peut fournir des produits et/ou des business models originaux et novateurs. Un exemple est la déconstruction : au lieu de démolir votre vieux bâtiment et de faire collecter les déchets, vous faites appel à des entreprises qui viennent collecter les éléments en bon état (parois en verre, sols, briques, ...) pour les réutiliser. Parmi les autres business models, citons le « product as a service », le partage de produits, ... Si vous n'êtes pas au courant de ces nouveaux business models, vous risquez de passer à côté de certaines innovations.

Vous trouverez de plus amples informations sur la manière de réaliser correctement une étude de marché dans la fiche « Analyse des besoins et étude de marché ».

3. Description des besoins d'achat

Grâce aux résultats des deux premières phases, il devient possible de donner une bonne description des produits et/ou services que vous souhaitez acheter. Afin de recevoir de bonnes offres, vous devez traduire la description des besoins d'achat en une demande d'offre qui répond aux exigences suivantes :

- description détaillée des produits ou services que vous souhaitez acheter :
 - description technique reposant sur des critères objectifs : des labels, des normes...
 - quantités précises
 - délais de livraison
 - ...
- description de la manière dont le contrôle des produits et/ou services sera effectué :
 - via des labels de produits
 - via des résultats de tests officiels
 - via des engagements de résultat détaillés (KPI, SLA...)
- description des conséquences (pénalités, résiliation du contrat, etc.) en cas de non-respect des conditions contractuelles.

Vous trouverez une explication détaillée de la formulation des critères de durabilité pour les produits dans notre fiche « Description des besoins d'achat ».

4. Négociations

Une fois que vos besoins d'achat sont suffisamment détaillés, vous pouvez contacter plusieurs fournisseurs qui pourront vous faire une offre. Pour l'achat de produits durables, la démarche est similaire à celle pour l'achat de produits traditionnels. C'est pourquoi nous n'accorderons plus d'attention à cette étape sur notre site.

5. Suivi

Une étape souvent oubliée de l'approvisionnement durable est le suivi des livraisons et/ou de l'exécution du contrat. Prévoyez suffisamment de temps pour cela (certainement au début du contrat) et suivez de près les livraisons et l'exécution.

En cas de problème, vous pouvez toujours vous appuyer sur la description de vos besoins d'achat. Il est donc très important qu'elle ne laisse aucune place à l'interprétation et qu'elle décrive clairement les conditions auxquelles les produits/services doivent se conformer et la manière dont cela sera contrôlé.

Exemple

Tous les produits en papier (papier pour imprimante, cahiers, etc.) doivent être fabriqués à partir de papier 100% recyclé.

Les preuves suivantes sont acceptées :

- Label Ange Bleu
- Label FSC recycled
- Autres preuves, si elles sont fournies par une tierce partie indépendante.

Veillez donc à prévoir suffisamment de temps lors de la préparation de la demande d'offres. Cela évitera de perdre du temps lors du suivi et constituera la base d'une bonne coopération.

Astuce

Effectuez régulièrement des études de marché et des analyses des besoins afin d'adapter votre politique d'achat. L'une des erreurs les plus courantes consiste à penser que votre fournisseur actuel vous convient parfaitement et qu'il n'y a pas de meilleure option.

Une politique d'achat intelligente est sans cesse en évolution : continuez votre recherche de nouvelles solutions.