**Recherche de fournisseurs et études de marché**

1. La recherche inclusive de fournisseurs pour les approvisionnements est essentielle à une mise en concurrence effective ainsi qu’à l’équité, à l’intégrité et à la transparence.

Les éléments clés sont les suivants :

1. Définir la méthode de recherche de fournisseurs ;
2. Mener une étude de marché ;
3. Identifier les fournisseurs ;
4. Évaluer et gérer les fournisseurs.

**Recherche de fournisseurs et études de marché**

1. Avant de commencer toute activité, il est important de bien comprendre les objectifs de la recherche de fournisseurs. Les questions qu’il convient de prendre en considération comprennent :
2. La recherche de fournisseurs est-elle destinée à une activité d’achat distincte ?
3. Voulons-nous établir un accord-cadre (également appelé accord à long terme) ?
4. Avons-nous besoin d’identifier des fournisseurs au niveau international, régional ou local ?
5. S’agit-il d’un marché international ou régional ?
6. Quel est le montant budgétisé pour les biens, les travaux ou les services ?
7. Quel est le risque associé au processus d’achat proposé ?
8. La préqualification est-elle l’approche la plus appropriée ?
9. Il est fortement recommandé d’établir des objectifs clairs pour déterminer le niveau d’analyse du marché et l’approche à adopter pour identifier un fournisseur, notamment déterminer s’il est plus approprié de suivre un processus de préqualification ou post-qualification

**Études de marché**

1. Le niveau d’étude de marché dépend du risque et du niveau d’exigences du projet :
   1. Activités d’approvisionnement de petit montant ou standard (par exemple, achat de biens disponibles dans le commerce) : limiter la recherche à l’identification des fournisseurs éligibles et établir un calendrier de livraison et une liste de prix réalistes ;
   2. Activités d’approvisionnement d´un montant élevé ou à haut risque : nécessite une recherche de fournisseurs élargie et une compréhension plus détaillée du marché. Mener une analyse approfondie du marché dans cinq domaines principaux, y compris, sans toutefois s’y limiter, la structure du marché, la concurrence, la gestion de la chaîne d’approvisionnement, les biens et services de substitution et la valeur de l’agence en tant que client.
2. Chacun des cinq domaines de l’analyse du marché peut être utilisé, en fonction des informations requises :
3. L’analyse de la structure du marché fournit des informations telles que :
   1. Le nombre de fournisseurs sur le marché ;
   2. La taille des fournisseurs en matière de capacité de production et de part de marché
   3. La répartition géographique des fournisseurs ;
   4. Le niveau de concentration du marché ;
   5. L’intégration horizontale ou verticale des fournisseurs ;
   6. L’identification des leaders et des suiveurs du marché ;
   7. Le niveau de différenciation des produits.
4. L’analyse de la concurrence fournit des informations telles que :
   1. Le niveau de concurrence entre les fournisseurs, et si ces derniers cherchent ou non à exceller en matière de qualité, de prix, de service ou d’autres domaines ;
   2. Les obstacles à l’entrée sur le marché ;
   3. Les obstacles à la sortie du marché ;
   4. L’avantage concurrentiel d’un fournisseur ;
   5. Les tendances du marché ;
   6. Les restrictions gouvernementales applicables.
5. L’analyse de la chaîne d’approvisionnement fournit des informations telles que :
   1. La complexité des chaînes d’approvisionnement ;
   2. La stabilité et vulnérabilité ;
   3. Le niveau de dépendance vis-à-vis d’autres fournisseurs pour des composantes essentielles ;
   4. La contribution de chaque membre au produit final ;
   5. Les modes de livraison et de transport.
6. L’analyse des biens et services de substitution fournit des informations telles que :
   1. La disponibilité actuelle des biens et des services répondant aux besoins de l’utilisateur final ;
   2. Les produits de substitution en cours de développement susceptibles de modifier le marché dans l´avenir.
7. L’analyse de la valeur de l’agence en tant que client fournit des informations telles que :
   1. La part de marché de l’agence en tant que client et sa pertinence en tant qu’acteur ;
   2. L’attractivité de l’agence en tant que client.
8. Outre ces cinq domaines, d’autres facteurs, tels que des considérations juridiques, politiques ou économiques liées, peuvent aussi faire partie de l’analyse.

**Identification des fournisseurs**

**Sources d’identification de fournisseurs**

1. Outre les études de marché qui faciliteront le processus d’identification des fournisseurs, les unités administratives peuvent utiliser d’autres sources internes et externes pour identifier les fournisseurs, y compris les listes existantes de fournisseurs enregistrés ou celles se trouvant sur le Portail mondial pour les fournisseurs des organismes des Nations Unies (UNGM) ou des séminaires d’affaires, le cas échéant ; une manifestation d’intérêt pour des biens ou des services courants, ou au moyen d’un processus de présélection.
2. Les ressources suivantes sont disponibles :
3. [Le Portail mondial pour les fournisseurs des organismes des Nations Unies](http://www.ungm.org/), une base de données de fournisseurs accessible à tout le personnel de l’Organisation des Nations Unies (ONU) chargé de l’approvisionnement ;
4. L’Unité de l’appui aux achats du Bureau des services de gestion du Programme des Nations Unies pour le développement (PNUD) ;
5. Le système [DACON](http://tenders.dgmarket.com/dacon/) (données sur les consultants), une base de données des sociétés de conseil gérée par la Banque Mondiale et la Banque Interaméricaine de Développement ;
6. Des consultations avec d’autres entités des Nations Unies ayant acheté des biens ou services similaires ;
7. [Thomas Register](http://www.thomasnet.com/), une ressource en ligne exhaustive sur les entreprises et les produits fabriqués en Amérique du Nord ;
8. [Kompass System](http://www.kompass.com/?_redirectState=false), une base de données avec plus de 23 millions de références sur les produits et services de plus de 1,8 million d’entreprises ;
9. [Prosavvy](http://www.psavvy.com/), une communauté en ligne de consultants et de fournisseurs de services professionnels ;
10. Des publications spécialisées, des répertoires, des catalogues de fournisseurs et des revues professionnelles ;
11. D’autres sites Web relatifs aux approvisionnements.
12. L’UNGM, anciennement connue sous le nom de Base de données commune des Nations Unies sur les fournisseurs, est la principale base de données des fournisseurs pour 15 entités des Nations Unies, y compris le PNUD. Il offre des informations complètes sur les fournisseurs, notamment les coordonnées et des renseignements sur l’entreprise, les informations financières, le volume d’exportation, l’expérience antérieure avec l’ONU, et les biens et services enregistrés. Des dispositifs de recherche améliorés permettent d’identifier plus précisément les fournisseurs appropriés en fonction des produits, des zones géographiques et du système de codes communs des Nations Unies, entre autres options. Les fonctionnalités comprennent la présélection et l’exportation de données, ainsi qu’un forum de discussion. Une liste d’inadmissibilité comprend les fournisseurs soumis à des sanctions qui ont une incidence sur leur admissibilité. Pour plus d’informations, voir le lien Section 7.
13. L’enregistrement des fournisseurs auprès de l’UNGM n’est pas obligatoire ; les contrats du PNUD peuvent être attribués à des fournisseurs non enregistrés. Dans les deux cas, chaque unité administrative du PNUD doit procéder à une vérification adéquate des antécédents en fonction de besoins concrets en matière d’approvisionnement.
14. Les bureaux sont encouragés à tenir une liste de fournisseurs qualifiés pour répondre à des besoins précis. Lors de l’identification des fournisseurs, le personnel chargé des achats doit faire preuve de diligence raisonnable pour assurer que la création d’une relation d’affaires avec un fournisseur est dans le meilleur intérêt du PNUD. Une première étape cruciale consiste à vérifier l’existence d’un fournisseur par une simple confirmation physique de l’adresse de son siège social.

**Publicité pour les opportunités commerciales**

1. La publicité désigne la diffusion d’informations sur les appels à la concurrence à venir au moyen d’une demande de renseignements, d’un appel à manifestation d’intérêt, d’une annonce de présélection ou d’une annonce ouverte pour encourager la concurrence.
2. **Demande de renseignements**
3. Une demande de renseignements est une méthode rentable pour actualiser régulièrement la base de données des fournisseurs d’un bureau du PNUD et pour approfondir la compréhension des marchés et des technologies existantes. Les communications écrites du fournisseur donnent le profil de l’entreprise et des informations sur les produits, les services, les ressources, les qualifications et l’expérience.
4. **Manifestation d’intérêt**
5. L’appel à manifestation d’intérêt est une notification utilisée pour évaluer l’intérêt d’un appel d’offres à venir pour des biens, des travaux ou des services. Les fournisseurs sont invités à manifester leur intérêt et à fournir des informations sur les produits, les services, les ressources, les qualifications et leur expérience avant une date limite fixée. Cette méthode peut être utilisée pour actualiser régulièrement la base de données des fournisseurs d’un bureau du PNUD, où la planification des approvisionnements a permis de prévoir les besoins futurs en biens, services ou travaux de génie civil spécifiques. Les informations fournies par les prestataires intéressés sont évaluées et, selon la complexité du besoin, peuvent mener à l’une ou l’autre des situations suivantes : a) une longue liste de fournisseurs pouvant faire l’objet d’un examen détaillé de leur admissibilité et de leurs qualifications au moment de l’appel d’offre ; ou b) si les documents requis sont très précis et détaillés, une liste restreinte de fournisseurs considérés comme présélectionnés et donc invités à soumettre des offres détaillées ultérieurement.
6. **Préqualification des fournisseurs**
7. En particulier pour les opérations d’approvisionnement pour des montants élevés ou complexes, un appel à la concurrence peut être limité aux fournisseurs qui répondent à des critères établis en matière de capacité et de ressources, selon un processus de présélection. Le processus de présélection vise à garantir que les dossiers d’invitation à soumissionner ne soient diffusés qu’aux personnes ayant les capacités et les ressources nécessaires pour fournir les biens, les services ou les travaux de génie civil requis.
8. Étant donné que le processus d’appel à la concurrence sera limité aux seuls fournisseurs préqualifiés , il est important que les annonces de préqualification soient ouvertes à un public international, de fournir une brève description des biens, travaux de génie civil ou services à acquérir, de décrire les termes du contrat, y compris les conditions générales applicables du PNUD, et préciser les conditions d’éligibilité. Les bureaux du PNUD doivent laisser suffisamment de temps pour que les fournisseurs potentiels puissent préparer des soumissions conformes au processus d’approvisionnement spécifique.
9. Il est conseillé d’exiger des documents tels que des documents d’enregistrement, des états financiers vérifiés, de l´expérience passée, des listes de clients, des rapports annuels, des catalogues, des échantillons ou toute autre preuve tangible qui permettrait d’établir que les demandeurs sont des fournisseurs fiables.
10. Une fois qu’une liste de fournisseurs présélectionnés a été établie, les unités administratives doivent informer les fournisseurs et leur demander de confirmer leur intention de soumettre des offres.
11. **Annonce ouverte**
12. Cette méthode de recherche de fournisseurs sensibilise les milieux d’affaires à une perspective liée à un projet spécifique, et nécessite une diffusion sur un support approprié (y compris, mais sans s’y limiter, le site web mondial du PNUD) en fonction de la nature de du processus d’achat. Dans le cadre d’un processus ouvert d’appel à la concurrence, il n’y aura pas de sociétés présélectionnées ; par conséquent, tous les fournisseurs souhaitant participer au processus sont invités à le faire.
13. Les annonces d’un processus ouvert d’appel à la concurrence entraînent souvent une procédure d’évaluation plus exhaustive en raison du grand nombre d’offres reçues, mais elles ont l’avantage d’offrir une concurrence plus large.

**Évaluation des fournisseurs**

1. Pour que les fournisseurs soient qualifiés à soumettre une offre et se voient potentiellement attribuer un contrat, ils doivent démontrer et, dans certains cas, certifier qu’ils peuvent répondre aux critères suivants :
2. Avoir la capacité technique de répondre de façon satisfaisante aux exigences requises lors du processus ;
3. Avoir des ressources financières suffisantes pour exécuter le contrat ou être en mesure de les obtenir, comme le prouvent les états financiers vérifiés pour les années d’exploitation précédentes ;
4. Avoir des ressources matérielles suffisantes et d’autres ressources non financières pour satisfaire tous les engagements commerciaux existants ;
5. Être en mesure de se conformer pleinement et efficacement aux conditions générales du PNUD ;
6. Disposer des installations, de l’expérience, des contrôles comptables et opérationnels, des assurances et des compétences techniques nécessaires (y compris, au besoin, pour le contrôle de la qualité, le contrôle des propriétés et de la production, ou les normes et les programmes de sécurité applicables aux marchandises produites ou aux services fournis) ;
7. Avoir des expériences passées satisfaisantes avec d´ancien clients , y compris le PNUD éventuellement ;
8. Avoir une excellente cote de crédit attestée par des agences d’évaluation réputées (par exemple Dunn & Bradstreet, Moody’s Investor Services) dans les rapports portant sur les installations de production de l’entreprise, ainsi que sur sa situation financière et son statut en matière de gestion ;
9. Être conforme aux normes de qualité nationales ou internationales pour le produit offert, ou pouvoir prouver l’acceptation de ses services aux niveaux national et international ;
10. Adhérer aux pratiques de durabilité environnementale attestées par des certifications (par exemple, certification ISO 14000).

**Eligibilité des fournisseurs**

1. Un fournisseur est présumé être éligible à moins qu’il ne figure sur la liste d’inadmissibilité administrée par l’UNGM en vertu des sanctions imposées par le PNUD ou une autre entité des Nations Unies participante et que les sanctions n’ont pas été révisées ou révoquées.
2. Lorsque le fournisseur est un consortium, une société holding ou une société mère, tous ses membres ou filiales doivent satisfaire à cette exigence.

**Liste de fournisseurs éligibles**

1. Les bureaux ou les unités administratives peuvent trouver utile de tenir une liste de fournisseurs éligibles. Les listes de l’UNGM et du bureau du PNUD peuvent être utilisées pour trouver des fournisseurs locaux et internationaux.

**Évaluation de la performance**

1. La performance des fournisseurs doit être évaluée de façon continue et les mauvais résultats doivent être communiqués à l’UNGM ou consignés dans les base de données existantes du PNUD, selon le cas.
2. Les critères d’évaluation doivent inclure, sans toutefois s’y limiter :
   1. La qualité des biens et services ;
   2. Le respect des délais de livraison et du calendrier ;
   3. Le service après-vente fourni ;
   4. L’exactitude de la documentation ;
   5. La coopération générale et la rapidité de réponse.
3. L’évaluation de la performance des services peut être compliquée et nécessite l’identification d’indicateurs de performances mesurables significatifs. Pour plus d’informations sur l’élaboration de critères d’évaluation spécifiques et le suivi de la performance, voir le chapitre intitulé Gestion des contrats.

*Disclaimer: This document was translated from English into French. In the event of any discrepancy between this translation and the original English document, the original English document shall prevail.*

*Avertissement: Ce document a été traduit de l'anglais vers le français. En cas de divergence entre cette traduction et le document anglais original, le document anglais original prévaudra.*