

4. Planification des demandes et des acquisitions, stratégie d'achat et définition des conditions

4.1 Planification des demandes et des acquisitions

La planification des acquisitions est une phase essentielle du processus global d'acquisition et une condition préalable nécessaire au processus d'achat. Elle vise à prévoir de manière efficace et systématique les besoins de l'Organisation, sur la base des plans de demande générés par l'utilisateur final/le demandeur. Elle permet de remplir les mandats de manière efficace et en temps voulu.

La planification des acquisitions comprend nécessairement des prévisions d'achats axées sur la livraison en temps voulu des biens et des services. Elle exige que l'on prenne en considération la gestion logistique, financière et des ressources. Les demandeurs sont chargés d'élaborer en temps utile des plans d'acquisition en coopération avec les responsables des achats. Idéalement, les plans d'acquisition devraient être élaborés avant chaque cycle budgétaire, afin de laisser au service des achats concerné le temps nécessaire pour élaborer ses stratégies d'achat, dont la consolidation des besoins pour tirer parti des économies d'échelle.

Les demandeurs peuvent effectuer une planification des achats à court terme pour les besoins à satisfaire dans le cadre de l'exercice budgétaire en cours. Afin de veiller à ce que l'ONU obtienne des biens et/ou des services de haute qualité à des prix compétitifs et dans les délais requis, les demandeurs doivent garantir l'utilisation optimale des fonds tout au long de l'exercice budgétaire.

En cas d'urgence, comme des catastrophes naturelles ou d'autres situations présentant un risque de blessure ou de décès, la programmation des activités d'achat peut être modifiée afin de faire face à la situation d'urgence (voir le [paragraphe 15.4 « Procédures d'achat d'urgence »](#)).

Les demandeurs et les responsables des achats se réunissent au moins une fois par an pour examiner les plans d'acquisition pour la ou les périodes budgétaires à venir, et mettent généralement à jour les plans d'acquisition sur une base trimestrielle, selon que de besoin. Dans certaines entités du Secrétariat de l'ONU, cet examen peut être mené par la Section de la gestion des acquisitions ou le Service de la planification de la chaîne d'approvisionnement du Siège de l'ONU conjointement avec le demandeur et le responsable des achats, dans le cadre de réunions régulières de planification intégrée des activités. Le service des achats compétent donne des conseils sur ce qui peut être planifié de manière réaliste pendant la période couverte par le plan d'acquisition.

Le plan de demande doit contenir les informations suivantes :

- a. le numéro de l'article demandé (c'est-à-dire un identifiant numérique) ;
- b. le type de biens ou de services, selon la Classification normalisée des produits et services des Nations Unies ;
- c. la quantité estimée (nombre d'unités) ou la durée estimée (nombre de mois ou d'années) ;
- d. la valeur estimée en dollars, la source de financement et le budget de référence ;
- e. la date ou le trimestre de livraison auxquels les biens doivent être livrés ou auxquels la fourniture des services doit commencer et prendre fin ;
- f. toute autre information pertinente, y compris les lieux où les biens ou les services sont requis s'ils sont différents de celui du demandeur.

Le personnel exerçant la fonction de planification d'une entité est chargé d'élaborer le plan d'acquisition consolidé et donne les instructions appropriées en vue de prendre les mesures voulues. En outre, il entame et facilite la planification des achats en établissant un modèle de planification. Le plan d'acquisition est basé sur des estimations des besoins d'achat pour les 12 mois suivants. Il est entendu que certains besoins d'achat ne peuvent être anticipés et que les plans peuvent parfois être inexacts. Néanmoins, les organismes sont tenus de fournir les meilleures estimations possibles sur la base des informations disponibles au moment où ils communiquent ces données.

Le Service de planification de la chaîne d'approvisionnement, qui relève de la Division de la logistique du Siège de l'ONU, et le personnel exerçant des fonctions équivalentes dans d'autres organismes des Nations Unies sont chargés : i) d'élaborer les orientations opérationnelles qui guident la formulation des plans de demande, de sélection des fournisseurs et de livraison, en déterminant les priorités en matière de ressources et les solutions d'approvisionnement adaptées aux besoins ; ii) de compiler et d'analyser les données afin de confirmer ou de déterminer des lignes de conduite optimales ; iii) de permettre l'examen de ces informations par les services des achats et les services demandeurs concernés et de prendre les mesures appropriées, en conformité avec la stratégie de gestion par catégorie des biens et services concernés. Afin d'informer la communauté des fournisseurs des besoins à venir en matière d'achat et de faire respecter les principes de base en la matière, le plan annuel consolidé d'acquisition est mis en ligne sur le site Web du Programme des Nations Unies pour le développement (PNUD).

4.2 Stratégie d'achat

L'élaboration d'une approche stratégique des achats est un élément clé pour l'acquisition fructueuse de biens et de services et est nécessaire pour mettre en œuvre en temps voulu les projets ou activités. Cela exige de connaître la nature des besoins, les capacités des prestataires, la complexité de l'environnement opérationnel, les risques encourus, ainsi que les capacités et ressources internes de l'ONU disponibles. Pour que le processus d'achat soit efficace, il convient de faire preuve de discernement professionnel et de comprendre les facteurs susmentionnés.

La planification des achats est le processus qui consiste à planifier les activités d'achat dans le cadre des stratégies d'achat définies et conformément à la stratégie de gestion de la catégorie concernée. À ce titre, la stratégie d'achat, l'élaboration de la stratégie par catégorie, la planification des acquisitions et la planification des achats sont étroitement liées.

4.3 Planification des achats et plan de sélection des fournisseurs

La planification de chaque activité d'achat comprend l'établissement des délais nécessaires pour réaliser chaque étape du processus d'achat selon la méthode d'appel à la concurrence et le type de contrat déterminés. Les avantages de la planification des achats sont, entre autres, les suivants :

STRATÉGIE D'ACHAT ET GESTION PAR CATÉGORIE

La gestion par catégorie se concentre sur les capacités du marché de l'offre afin d'améliorer le coût total de possession. L'approche stratégique par catégorie organise les ressources d'approvisionnement (et techniques) pour se concentrer sur des domaines spécifiques des marchés de dépenses et d'approvisionnement.

- a. amélioration de la sélection des fournisseurs, en veillant à sélectionner des fournisseurs qualifiés et en nombre suffisant, ce qui entraîne une concurrence accrue et des offres potentiellement plus solides à des prix plus bas ;
- b. diminution des ressources gaspillées pour des activités de dernière minute ;
- c. détermination précoce et gestion des risques ;
- d. réduction des retards et des délais grâce à la capacité d'exécuter des tâches de manière proactive ;
- e. meilleure planification et meilleur suivi des activités d'achat ;
- f. détermination des périodes pendant lesquelles il est nécessaire de mener à bien une grande proportion des opérations d'achat (ce qui peut être utile pour planifier et répartir la charge de travail) ;
- g. prise en compte précoce des aspects et des facteurs logistiques pour l'acquisition de biens et d'équipements.

La planification de chacune des activités d'achat, que soit employée une méthode formelle ou informelle, doit être reflétée dans le plan de sélection des fournisseurs correspondant. Le plan de sélection des fournisseurs décrit les éléments essentiels de la procédure de sélection des fournisseurs et justifie les décisions concernant la sélection afin d'obtenir un rapport qualité-prix optimal. Il permet en outre d'appliquer une approche objective de la méthode de sélection du fournisseur le plus en mesure de répondre au besoin défini. (Voir l'exemple de plan de sélection des fournisseurs à l'Annexe 5).

Pour les besoins complexes, la planification des achats devrait commencer au moins six mois avant que les biens ou les services ne soient requis. Par conséquent, les demandeurs et les responsables des achats doivent communiquer entre eux dès le début du processus de planification.

Le plan de sélection des fournisseurs est un document interne et collaboratif, qui décrit, sous la direction du responsable des achats, les éléments essentiels du processus d'achat et fournit une justification des décisions concernant la sélection des fournisseurs et les achats en vue d'obtenir un rapport qualité-prix optimal. Il étaye les prévisions, les décisions et les justifications, et permet d'appliquer une approche objective de la méthode de sélection du fournisseur le plus en mesure de répondre au besoin défini. Le responsable des achats et le demandeur participent conjointement à la préparation, à la finalisation et à l'obtention de toute approbation requise pour le plan de sélection des fournisseurs avant la publication du dossier d'appel à la concurrence. Le responsable des achats doit veiller à ce que le plan de sélection des fournisseurs soit approuvé avant l'émission de tout appel à la concurrence (sauf pour les achats de faible valeur). Les modifications ou changements apportés au plan de sélection des fournisseurs après la signature doivent être dûment justifiés et consignés dans le dossier correspondant.

En fonction de la complexité de l'achat, le plan de sélection des fournisseurs peut être résumé en quelques lignes ou consister en une description détaillée et précise des étapes de l'évaluation nécessaires pour garantir un rapport qualité-prix optimal. Certains facteurs peuvent donner une indication de la complexité de l'achat et justifier un plan de sélection des fournisseurs plus détaillé, notamment la valeur estimée, la complexité technique ou la nature du besoin. Voici les éléments qu'il convient d'inclure dans le plan de sélection des fournisseurs :

- a. la description du besoin (y compris les circonstances opérationnelles, le calendrier, etc.) ;
- b. la méthode d'appel à la concurrence et la justification de son utilisation ;
- c. la méthode d'identification des fournisseurs (il convient de veiller à attirer des fournisseurs de pays en développement et de pays en transition économique) et du type de biens/services offerts selon la Classification normalisée des produits et services des Nations Unies ;
- d. l'instrument contractuel à utiliser ;
- e. les comités d'évaluation chargés de l'évaluation commerciale et technique ;

- f. les critères d'évaluation commerciale et technique et les critères minimaux raisonnables, tels que la note minimale requise et les exigences obligatoires, ainsi que la manière dont les exigences facultatives seront évaluées ;
- g. la pondération (c'est-à-dire l'importance relative de chacun des critères d'évaluation), le cas échéant ;
- h. les conditions du marché ;
- i. la planification et le calendrier des activités d'achat ;
- j. le système d'évaluation et de notation ;
- k. le niveau d'expertise requis et la capacité en ressources du demandeur ;
- l. les facteurs de risque qui doivent être appréciés lors de l'évaluation et les solutions possibles ;
- m. toute information pertinente concernant la gestion du contrat à venir, la capacité et l'expertise, la formation du personnel, l'entretien des équipements, le service après-vente, l'élimination, etc.

Les critères d'évaluation du plan de sélection des fournisseurs ne doivent pas disqualifier indûment les fournisseurs des pays en développement et des pays en transition économique et doivent reposer sur les principes de justice et d'équité. Tout système de notation destiné à l'évaluation des offres, tant commerciales que techniques, doit inclure tous les détails pertinents jugés appropriés par le responsable des achats et le demandeur.

Le plan de sélection des fournisseurs, en tant que base d'une stratégie d'achat, est mis à la disposition du Comité d'examen des marchés du Siège et/ou du comité local d'examen des marchés compétent chaque fois qu'un cas est soumis à examen. Il est donc essentiel que les responsables des achats acquièrent une expertise dans la rédaction des plans de sélection des fournisseurs et qu'ils veillent à ce que le demandeur contribue pleinement à cet exercice. Un exemple de plan de sélection des fournisseurs est fourni à l'Annexe 5.

Lorsque la planification des achats est consolidée pour plus d'une activité d'achat, d'autres initiatives stratégiques peuvent être mises en place dans le but de réaliser des économies d'échelle et de réduire les coûts de transaction, notamment :

- a. le regroupement de plusieurs besoins dans un seul appel d'offres ;
- b. l'établissement de commandes permanentes ou d'accords à long-terme ;
- c. une coopération pour des opérations communes d'achat avec d'autres organismes des Nations Unies, conformément à la règle de gestion financière 105.17, point a).

RESSOURCES

Annexe 5 – Exemple de plan de sélection des fournisseurs

4.4 Définition des conditions

La définition des conditions est une approche systématique visant à définir les besoins en matière d'achat inclus dans la demande d'achat et/ou le panier d'achat. Elle prend la forme d'un cahier des

charges/termes de référence et inclut des spécifications techniques décrivant les besoins de l'Organisation.

La définition des conditions constitue la première étape de la mise en œuvre de l'activité d'achat et une étape intégrée de la planification des achats. Toutefois, elle est souvent réalisée parallèlement à la recherche des fournisseurs et à l'étude du marché de l'offre, qui comprend l'évaluation des conditions du marché et des pratiques de l'industrie, afin de tenir compte de ces informations dans la définition des conditions. Les écarts importants par rapport aux pratiques courantes de l'industrie doivent être justifiés et consignés dans le dossier. La définition des conditions et les études et analyses de marché sont également connues comme les activités précédant l'appel à la concurrence.

Le demandeur est seul responsable de la définition des conditions, tandis que le responsable des achats assume la responsabilité du processus d'achat et de l'évaluation des conditions et des critères d'évaluation, afin de garantir que ceux-ci sont génériques et appropriés du point de vue de la concurrence, sauf dérogations (par exemple, une marque sans justification, un excès de spécifications, des dates de livraison irréalistes et une concurrence restreinte ne doivent pas être incluses dans le besoin). Le cas échéant, le responsable des achats indique clairement au demandeur de fournir un cahier des charges/des termes de référence adéquat(s) pour pouvoir procéder à l'appel à la concurrence. Le cas échéant, il informe le demandeur des meilleures solutions possibles pour répondre au besoin indiqué, grâce à l'approche de gestion par catégorie ou à d'autres modalités. Pour intégrer des considérations environnementales, le cas échéant, le demandeur consulte le responsable des questions relatives à l'environnement compétent au sein de son entité, ainsi que le Groupe de l'appui technique à la gestion de l'environnement du Centre de services mondial des Nations Unies, lors de la définition des spécifications techniques et des critères de sélection appropriés (voir le [paragraphe 15.2](#)). Afin d'offrir un environnement inclusif aux personnes handicapées, il doit veiller, dans les limites du raisonnable, à ce que les questions d'accessibilité soient prises en compte dans la définition des conditions et que les nouvelles acquisitions ne créent pas de nouveaux obstacles.

L'IMPORTANCE DE CONDITIONS BIEN DÉFINIES

La définition claire des conditions par les demandeurs est cruciale dans toute activité d'achat. Elle constitue la base de l'appel à la concurrence et fixe les objectifs de l'opération d'achat. Elle permet également aux fournisseurs potentiels de connaître les conditions que les produits doivent remplir pour répondre aux besoins de l'ONU. La définition des conditions a un effet durable et substantiel tout au long du processus d'achat.

En outre, si la procédure d'appel à la concurrence est lancée dans le but d'établir un accord à long-terme ou une commande permanente, il convient de l'expliquer dans le cahier des charges, les termes de référence, le plan de sélection des fournisseurs ou les instructions spéciales, selon le cas.

Le cahier des charges/la description des conditions peut inclure les éléments suivants :

- a. les spécifications techniques, les cahiers des charges et les termes de référence. Selon la nature de l'activité d'achat, les conditions sont énoncées sous la forme de spécifications techniques, de cahiers des charges et de termes de référence (pour des conseils sur la description des conditions, voir le [paragraphe 4.4.2 intitulé « Caractéristiques de conditions bien définies »](#)) ;
- b. afin de prévenir les malentendus et les désaccords avec les fournisseurs au moment de l'exécution du contrat, il importe d'énoncer et de décrire clairement les performances attendues du

fournisseur, y compris les indicateurs clés de performance qui seront contrôlés pendant l'exécution du contrat. L'ambiguïté des exigences de performance est également susceptible d'entraîner une augmentation des coûts, car les soumissionnaires peuvent avoir à tenir compte dans leur offre/proposition d'une réserve pour imprévus ou risques ;

- c. une date de livraison confirmée pour les biens ou des dates de début/fin/mobilisation pour la fourniture de services/travaux si des besoins fermes existent ou si le temps est compté ;
- d. pour l'acquisition de biens, l'indication de la ou des destinations et du ou des moyens de transport. Pour les services et les travaux, la précision de la destination/du lieu ;
- e. dans le cas de l'achat de biens, une copie des instructions d'emballage et d'expédition peut être jointe au dossier d'appel à la concurrence. Les instructions d'emballage et d'expédition sont importantes pour le fournisseur lorsqu'il soumet une offre, car elles comprennent des instructions sur l'emballage, sur le marquage et le numéro de suivi de l'expédition, sur l'avis d'expédition, sur les documents requis pour le dédouanement et le paiement, et sur la facturation. Lorsque l'appel à la concurrence porte sur des biens de taille et de forme différentes, il est demandé au fournisseur d'indiquer le poids, les dimensions et le volume de chaque article ne nécessitant pas d'emballage. Il convient aussi de leur demander d'indiquer le nombre d'articles et le poids total pouvant être chargé dans un conteneur de 20 pieds. Pour les articles emballés, le fournisseur doit indiquer le poids, les dimensions et le volume de l'emballage extérieur. Les détails relatifs à la mise en conteneurs, au volume et au poids doivent ensuite être consignés dans le contrat afin de pouvoir estimer facilement les besoins en matière de fret ;
- f. conditions de livraison : les Incoterms 2010 doivent être utilisés pour préciser les responsabilités concernant la livraison des biens achetés par l'ONU (voir le [chapitre 12 intitulé « Logistique »](#)).

4.4.1 Objectif de la définition des conditions

Toutes les conditions qui constituent des facteurs déterminants dans l'évaluation des offres doivent être clairement énoncées dans le dossier d'appel à la concurrence.

Tous les facteurs techniques, financiers, commerciaux, juridiques et opérationnels applicables doivent être indiqués dans le dossier d'appel à la concurrence et doivent être conformes au plan de sélection des fournisseurs, tel qu'il a été approuvé.

4.4.2 Caractéristiques de conditions bien définies

Afin de définir les conditions, il convient d'analyser les biens et les services à acquérir, ainsi que leur finalité, les exigences de performance, les caractéristiques, les objectifs et/ou les résultats attendus.

Toutes les définitions des conditions doivent décrire les besoins sans excès de spécifications. Un excès de spécifications peut entraîner une augmentation des prix et/ou une diminution du nombre d'offres, car il conduit à des offres pour des produits plus élaborés que ceux dont on a besoin. L'inverse est vrai avec les spécifications insuffisantes ; il est donc essentiel, pour une utilisation rentable des fonds, que les conditions définissent les exigences minimales considérées comme essentielles, de façon à fournir une certitude aux fournisseurs potentiels et à maximiser la concurrence.

Les conditions doivent être génériques et définies dans le but de favoriser la concurrence ; aucune marque spécifique, sauf à des fins de normalisation, ni d'autres restrictions inutiles ne peuvent être demandées. Toutefois, si un nom de marque est nécessaire pour définir des conditions fonctionnelles, de performance et/ou de conformité, il ne doit être utilisé que pour indiquer la norme de produit requise. En outre, les noms de marque ne doivent jamais être utilisés sans que soient également précisées les exigences minimales de la marque. Enfin, les spécifications doivent clairement inviter à proposer des produits équivalents, c'est-à-dire des produits répondant à des normes fonctionnelles, de performance et/ou

techniques similaires. Dans le cas où une marque particulière constitue une condition à des fins de normalisation ou pour un besoin de pièces de rechange pour des équipements existants, la justification de cette condition doit être brièvement exposée dans le dossier d'appel à la concurrence, afin d'éviter toute perception négative de partialité de la part de l'ONU.

Dans la mesure du possible, les conditions doivent inclure les indicateurs clés de performance à contrôler pendant la phase de gestion du contrat (voir le [chapitre 13 intitulé « Gestion et administration des contrats »](#)). Les indicateurs clés de performance et/ou les accords de niveau de service sont des outils essentiels pour exprimer et mesurer les performances par rapport aux objectifs convenus. Il est particulièrement recommandé de les utiliser dans le cadre de marchés complexes de biens et de services, y compris les accords à long terme. Ils doivent être déterminés lors de la définition des conditions, afin d'être incorporés dans le dossier d'appel à la concurrence et, ensuite, dans le contrat. Cela permettra de contrôler les indicateurs clés de performance au stade de la gestion des contrats.

Voici quelques exemples d'indicateurs clés de performance pour les biens et services :

Exécution/performance

- a. livraison des biens/services dans les délais ;
- b. livraison de biens/services dans leur intégralité ;

Qualité

- a. qualité des biens/services fournis (conformément aux spécifications/termes de référence) ;
- b. compétence technique ;
- c. respect des dispositions en matière de garantie ;

Communication

- a. réactivité du fournisseur (demandes, plaintes, etc.) ;
- b. traitement approprié et présentation en temps utile des documents (rapports, factures, documents d'expédition, etc.) ;
- c. introduction de solutions innovantes ;
- d. économies de coûts pour l'ONU à l'initiative du prestataire ;

Respect des conditions du contrat

- a. indicateurs environnementaux (par exemple, respect des principes environnementaux afin de maximiser l'efficacité des ressources et de minimiser les risques, déchets détournés de la mise en décharge par la réduction du volume des déchets, contrôles périodiques des produits chimiques utilisés et tenue de registres, réduction des emballages et utilisation limitée des emballages en plastique, proportion de contenu recyclé/recyclable/réutilisable, réutilisation ou reprise des produits, utilisation minimale de substances dangereuses, réduction des émissions atmosphériques, etc.) ;
- b. indicateurs du travail (par exemple, respect du salaire minimum, etc.).

Quelques bonnes pratiques pour la mise en place des indicateurs clés de performance :

- a. le demandeur, en consultation avec le responsable des achats, détermine les indicateurs clés de performance pendant la phase de définition des conditions ;

- b. le demandeur, en consultation avec le responsable des achats, veille à ce que les indicateurs clés de performance soient spécifiques, mesurables, réalisables, pertinents et limités dans le temps (indicateurs SMART) ;
- c. lors de l'émission du contrat, le responsable des achats veille à l'inclusion des valeurs cibles des indicateurs clés de performance, ainsi que des crédits de performance associés (si possible) à ces indicateurs ;
- d. l'élaboration des indicateurs clés de performance est propre à un appel à la concurrence, et le contrat est aligné sur le dispositif global de gestion de la performance de la chaîne d'approvisionnement, tel qu'élaboré et mis en œuvre par le Service de la facilitation des opérations et de la communication du Bureau de la gestion de la chaîne d'approvisionnement.

4.4.3 Spécifications techniques

Les spécifications techniques sont principalement utilisées pour l'acquisition de biens, mais peuvent également s'appliquer à des services simples et quantifiables. Elles prennent généralement la forme d'une description des conditions techniques pour un matériau ou un produit. Elles concernent généralement des conditions définies pour des matériaux ou des produits, mais, dans certains cas, elles peuvent également porter sur des conditions de services. Elles décrivent ce que l'Organisation veut acheter et ce que le fournisseur est tenu de fournir. Elles peuvent être simples ou complexes, selon le besoin.

Les spécifications apparaissent dans l'appel d'offres, dans l'invitation à soumissionner ou dans la demande de prix.

Trois types de définition des besoins (ou une combinaison des trois) peuvent être inclus dans les spécifications :

- a. les spécifications fonctionnelles, qui définissent ce que les biens/services doivent faire ;
- b. les spécifications de performance, qui définissent le résultat des biens/services ; ou
- c. les spécifications de conformité, qui définissent les caractéristiques physiques et les dimensions des biens.

4.4.4 Termes de référence

Les termes de référence sont une description de l'étendue des prestations en ce qui concerne des services, qui indiquent généralement la prestation à effectuer, le niveau de qualité et d'effort, le calendrier et les résultats attendus. Ils sont principalement utilisés pour définir les exigences de performance des services d'expertise et de conseil, qui ne sont pas facilement quantifiables, par exemple lorsqu'une solution est proposée pour répondre à un besoin.

Les termes de référence sont souvent la première et la principale introduction des fournisseurs aux conditions. Des termes de référence clairs et non contradictoires limitent les risques pour le fournisseur et lui permettent de préparer une proposition claire et détaillée, ce qui favorise en principe l'exécution fructueuse des projets et limite les risques de litiges ou de réclamations.

Les termes de référence comprennent généralement les informations suivantes :

- a. le contexte de la demande de service ;
- b. l'objectif du service et son incidence globale ;
- c. le résultat attendu et clairement défini du service ;
- d. les activités nécessaires pour atteindre ce résultat ;
- e. les ressources nécessaires à la réalisation des activités ;
- f. les résultats attendus ;

- g. le calendrier.

4.4.5 Cahier des charges

Le cahier des charges contient les spécifications des conditions en ce qui concerne les tâches assignées et décrit les services et/ou les biens spécifiques qu'un prestataire est censé fournir. Il précise généralement le type, le niveau et la qualité du service, ainsi que le calendrier. Il comprend généralement des conditions détaillées concernant les biens et les services à fournir.

4.5 Panier d'achat

Un panier d'achat est une demande écrite ou saisie dans UMOJA d'un utilisateur/client interne en vue de l'acquisition de biens et/ou de la fourniture de services. Il est obligatoire d'entamer toutes les activités d'achat avec un panier d'achat, à moins que le responsable des achats investi d'une délégation de pouvoirs n'accorde une dérogation spéciale au cas par cas afin de lancer l'appel à la concurrence pour une raison justifiée (situation d'urgence, etc.).

Une demande d'achat/un panier d'achat doit au moins inclure :

- a. une description détaillée des biens ou des services recherchés ;
- b. l'identification du produit (ce qui est essentiel pour garantir la qualité des données et des rapports) ;
- c. la confirmation de la disponibilité des fonds pour l'achat demandé ;
- d. la quantité à fournir ;
- e. la date de livraison requise ou la date de démarrage/de fin ;
- f. le lieu de livraison ou le lieu d'exécution des services ;
- g. le prix estimatif ;
- h. toute information supplémentaire pertinente (par exemple, la normalisation ou la méthode d'expédition préférée).

Il incombe au demandeur de demander des identifiants UMOJA pour des nouveaux produits. Veuillez cliquer sur ce lien (https://iseek-external.un.org/departmental_page/master-data-maintenance-0) pour obtenir des informations supplémentaires concernant la soumission de demandes d'identifiants pour les nouveaux produits, et pour savoir dans quels cas une indication de catégories de produits suffit.