

3.2.2 LES CAPACITES INDUSTRIELLES

1. Analyse préalable des marchés fournisseurs

La question de l'**analyse préalable des marchés fournisseurs** revient souvent parmi les problèmes soulevés par les acheteurs publics. Ceux-ci doivent, en effet, connaître parfaitement le marché économique auquel ils s'adressent. Il existe pour ce faire de nombreuses publications périodiques qui doivent impérativement être consultées. Les contacts à l'occasion des salons professionnels et les échanges directs avec les fournisseurs permettent également d'atteindre cet objectif.

Sur ce dernier point, il convient de démystifier le sujet des contacts avec les fournisseurs. Certains acheteurs publics considèrent que rencontrer les fournisseurs potentiels est contraire aux principes qui fondent la commande publique. Cette « timidité » n'est pas justifiée. En effet, pour qu'il y ait favoritisme, il faut avoir communiqué des informations particulières à un fournisseur, et ce faisant le privilégier au détriment des autres. Or la démarche d'analyse préalable des marchés fournisseurs consiste juste à écouter, à poser des questions, mais en aucune façon à fournir des informations à des candidats potentiels.

Parmi les types d'informations que l'acheteur public doit connaître, on peut citer :

- le secteur d'activité des fournisseurs potentiels :
 - . sont-ils fabricants ou distributeurs sur le marché concerné ?
 - . quelle est leur taille : locale, régionale, nationale, internationale ?
 - . quels sont les seuils économiques à partir desquels il devient intéressant pour l'industriel de lancer une production ?
- la variété et l'étendue des gammes offertes ;
- les modalités de distribution ;
- le service après-vente ;
- les niveaux de prix et les coûts d'utilisation (analyse comparative¹).

Les informations recherchées doivent permettre à l'acheteur public de vérifier que les exigences environnementales qu'il fixe ne sont pas discriminatoires et qu'elles peuvent être satisfaites par plusieurs fournisseurs potentiels.

2. Effets d'échelle

Les industriels sont prêts à s'engager dans la production d'éco-produits dès lors que la **demande** atteint un volume suffisant permettant de proposer un prix acceptable. Ce volume varie en fonction du niveau des exigences environnementales fixées par l'acheteur public.

La collectivité, prise individuellement, n'a pas toujours la puissance d'achat suffisante pour susciter ou soutenir une offre d'éco-produit. Pour atteindre cet objectif, en application du titre II chapitre III du CMP, elle peut avoir recours à plusieurs solutions :

- coordonner la passation des marchés entre les services ;
- constituer des groupements de commandes ;
- faire appel à une centrale d'achat.

¹ En anglais : « Benchmarking ».