

Chapitre 2 - Meilleures pratiques

2.000 (1997-03-31) De nombreuses pratiques sont d'application courante et sont essentielles au maintien d'un haut niveau de service à la clientèle, aux fournisseurs et aux autres organismes gouvernementaux avec lesquels Travaux publics et Services gouvernementaux Canada (TPSGC) traite. Le présent chapitre regroupe l'ensemble de ces pratiques.

Rien ne peut remplacer le jugement et le bon sens.

Veiller à l'intégrité

2.001 (1997-03-31) Veiller à l'intégrité du processus d'approvisionnement. Si une mesure prise ou exigée par le client pouvait susciter un doute sur l'intégrité du processus d'approvisionnement, le processus devrait être suspendu jusqu'à ce que la question soit réglée. Les questions qui ne peuvent être réglées de façon satisfaisante par l'agent de négociation des contrats devraient être soumises à une autorité supérieure.

Tenue des dossiers

2.002 (1994-06-23) Tenez vos dossiers à jour. Il est important de tenir à jour les dossiers, étant donné qu'ils permettent de récapituler les événements, de procéder à une vérification précise en cas d'examen financier, de poursuites judiciaires ou de plaintes officielles. Ils sont aussi utiles aux personnes qui peuvent en avoir besoin pour une raison ou pour une autre, ou pour quiconque doit prendre le dossier en charge au cours du processus.

Confirmation

2.003 (1994-06-23) Obtenez confirmation par écrit des renseignements, ententes et discussions qui revêtent une importance particulière. Il faut par exemple faire confirmer, par le soumissionnaire, un prix exceptionnellement bas ou encore la prolongation de la période de validité d'une soumission. On protégera ainsi les intérêts de l'État et des autres parties concernées.

Consultation

2.004 (1994-06-23) Consultez vos collègues, particulièrement dans les situations qui ne sont pas courantes, par exemple dans le cas d'un nouveau produit. Leur expérience et leurs conseils peuvent aider à prendre une décision éclairée. Il pourrait être utile de consulter les dossiers antérieurs.

Liaison avec les clients

2.005 (1994-06-23) Gardez les clients informés et intéressés. Afin d'élaborer des stratégies d'achat créatives, souples et répondant aux besoins de nos clients, nous devons comprendre leurs besoins et travailler avec eux dans l'atteinte de leurs objectifs opérationnels.

Recours aux spécialistes

2.006 (1994-06-23) Tirez parti des connaissances des spécialistes, par exemple les avocats du Contentieux ou les agents de l'Accès à l'information et la protection des renseignements personnels, les analystes des coûts et les conseillers en gestion des risques. Ils sont là pour vous conseiller dans leur domaine de compétence, toutes les fois que cela est utile et pertinent pour faire une recommandation ou confirmer une décision.

Maintien de la confidentialité

- 2.007 (1994-06-23) Traitez tous les renseignements, par exemple ceux contenus dans les soumissions, selon les règles de sécurité et de confidentialité. Cela permet d'assurer l'intégrité du processus de négociation des contrats, de protéger les intérêts des fournisseurs et des clients et d'éviter les poursuites en justice contre l'État.

Connaissance du fournisseur

- 2.008 (1994-06-23) Connaître un fournisseur signifie être au courant des antécédents de rendement du fournisseur éventuel, de sa situation financière et de ses méthodes, avant de recommander l'attribution d'un marché. Cela signifie en outre qu'il faut se tenir au courant de sa situation tout au long de l'exécution du marché.

Analyse

- 2.009 (1994-06-23) Analysez à fond tous les aspects du dossier d'achat. Il convient de comparer les avantages et les désavantages de toutes les options, en tenant compte des répercussions à long terme de toute recommandation ou décision.

Communication efficace

- 2.010 (1994-06-23) Communiquez très clairement. Les instructions écrites, celles par exemple qui accompagnent chaque demande de soumissions, ne doivent pas être ambiguës ou entraîner des erreurs d'interprétation.

Implication dès le début

- 2.011 (1994-06-23) Le travail effectué d'avance avec le client, avant que ne soit reçue une commande, tel que l'aider à identifier et à définir ses besoins, à élaborer la stratégie d'achat, et préparer l'ébauche des documents d'invitation à soumissionner, peut faciliter le processus d'achat. On peut le faire en communiquant de façon continue ou en examinant les habitudes d'achats; il peut être amorcé suite à une simple demande d'aide faite par le client ou encore, faite de façon plus formelle.