

**Schéma de Promotion des Achats Socialement et Ecologiquement Responsables**

**SPASER**

**2025-2026**

**EDITO**



Dans un monde en constante évolution, où les défis environnementaux et sociaux se multiplient, il est impératif que nos pratiques d’achat public s’adaptent et se transforment. Le premier Schéma de Promotion des Achats Publics Écologiquement et Socialement Responsables (SPASER) de la Ville de Roubaix incarne cette ambition.

Cet outil structurant doit permettre d’engager une dynamique globale qui positionnera la fonction achat au cœur des enjeux de développement territorial et de transition écologique et sociale.

Les objectifs sont nombreux : réduire notre empreinte carbone, favoriser l’économie circulaire, promouvoir l’insertion sociale et professionnelle des personnes éloignées de l’emploi ou encore faciliter l’accès des entreprises du territoire à la commande publique.

Les acteurs de l’achat adoptent de plus en plus des pratiques visant à réduire la consommation excessive de ressources et limiter les gaspillages. Il faut également rechercher la performance de l’achat. Dans une période budgétaire tendue, il est plus que jamais nécessaire de veiller au meilleur usage possible des deniers publics.

En adoptant ce schéma, nous affirmons notre volonté de contribuer activement à la transition écologique et à la cohésion sociale de Roubaix.

Ce SPASER est le fruit d’une réflexion collective et d’une volonté commune de faire toujours mieux pour notre ville. Il repose sur des objectifs ambitieux et réalisables, tels que la réduction des émissions de gaz à effet de serre, la diminution de la consommation d’énergie et de matériaux et l’intégration de clauses sociales dans nos marchés publics. Nous nous engageons également à former nos acheteurs et prescripteurs pour qu’ils soient pleinement outillés pour répondre à ces nouveaux défis.

Ensemble, nous pouvons faire la différence. En adoptant des pratiques d’achat responsables, nous contribuons à bâtir un avenir plus durable et plus équitable pour tous les Roubaisiens.

Frédéric Minard

1er adjoint en charge de la commande publique

**TABLE DES MATIERES**

[Axe 1 transversal – gouvernance du schéma 5](#_Toc179810684)

[❱ Cible 1.1 : assurer la gouvernance du SPASER 6](#_Toc179810685)

[Objectif 1.1.1 : maintenir en permanence la dynamique engagée 6](#_Toc179810686)

[Objectif 1.1.2 : procéder à une évaluation continue 6](#_Toc179810687)

[❱ Cible 1.2 : acculturer à l’achat durable 7](#_Toc179810688)

[Objectif 1.2.1 : sensibiliser les acteurs aux objectifs et perspectives du SPASER 7](#_Toc179810689)

[Objectif 1.2.2 : communiquer sur les achats responsables 7](#_Toc179810690)

[Objectif 1.2.3 : renforcer la communication sur les ambitions de la Ville auprès de ses partenaires 7](#_Toc179810691)

[Objectif 1.2.4 : aller vers les opérateurs économiques 8](#_Toc179810692)

[Indicateurs Axe 1 8](#_Toc179810694)

[Axe 2. Le déploiement d’une commande publique plus sobre et plus performante 9](#_Toc179810695)

[❱ Cible 2.1 : développer la logique de performance achat 10](#_Toc179810696)

[Objectif 2.1.1 : anticiper les achats sur la base d’une programmation fiable 10](#_Toc179810697)

[Objectif 2.1.2 : piloter les achats et identifier les leviers de performance grâce à la nomenclature des achats 10](#_Toc179810698)

[Objectif 2.1.3 : développer le sourçage 10](#_Toc179810699)

[Objectif 2.1.4 : analyser en coût global et en cycle de vie 11](#_Toc179810700)

[Objectif 2.1.5 : développer la relation avec les fournisseurs 11](#_Toc179810701)

[❱ Cible 2.2 : participer à la maîtrise des dépenses 12](#_Toc179810702)

[Objectif 2.2.1 : développer une culture de gain achat et d’économie 12](#_Toc179810703)

[Objectif 2.2.2 : exprimer le juste besoin pour obtenir des offres performantes 12](#_Toc179810704)

[Objectif 2.2.3 : améliorer l’attractivité et la lisibilité des consultations pour développer la concurrence et augmenter le nombre de candidatures 12](#_Toc179810705)

[Objectif 2.2.4 : négocier avec les soumissionnaires afin d’améliorer les offres 13](#_Toc179810706)

[Indicateurs Axe 2 14](#_Toc179810707)

[Axe 3. L’achat public comme levier de transition écologique et environnementale 15](#_Toc179810708)

[❱ Cible 3.1 : promouvoir l’achat écologiquement responsable 16](#_Toc179810709)

[Objectif 3.1.1 : intégrer des dispositions en faveur de la protection ou de la mise en valeur de l’environnement 16](#_Toc179810710)

[Objectif 3.1.2 : valoriser les démarches d’exemplarité 16](#_Toc179810711)

[❱ Cible 3.2 : mettre la question environnementale au cœur des réflexions 17](#_Toc179810712)

[Objectif 3.2.1 : interroger les besoins et les pratiques d’utilisation 17](#_Toc179810713)

[Objectif 3.2.2 : rechercher des économies intelligentes au plus près du besoin 17](#_Toc179810714)

[Indicateurs Axe 3 18](#_Toc179810715)

[Axe 4. L'achat public comme levier de transformation sociale 19](#_Toc179810716)

[❱ Cible 4.1 : prendre en compte l’intérêt de l’ensemble des parties prenantes à l’acte d’achat 20](#_Toc179810718)

[Objectif 4.1.1 : analyser les intérêts, les attentes et les préoccupations des parties prenantes 20](#_Toc179810719)

[Objectif 4.1.2 : mettre en place des mécanismes de reconnaissance 20](#_Toc179810720)

[❱ Cible 4.2 : porter une attention particulière à l’insertion 21](#_Toc179810722)

[Objectif 4.2.1 : mettre en place des marchés d’insertion et de qualification professionnelle 21](#_Toc179810723)

[Objectif 4.2.2 : intégrer des clauses sociales dans les marchés 21](#_Toc179810724)

[Objectif 4.2.3 : réserver des marchés aux personnes en situation de handicap ou en insertion 21](#_Toc179810725)

[Objectif 4.2.4 : rechercher des activités interstitielles dans le cadre du projet Territoire zéro chômeur de longue durée 22](#_Toc179810726)

[❱ Cible 4.3 : développer une démarche de non-discrimination, de respect de la laïcité et de la neutralité 22](#_Toc179810727)

[Objectif 4.3.1 : adapter les documents de la consultation 22](#_Toc179810728)

[Objectif 4.3.2 : former et sensibiliser 23](#_Toc179810729)

[Objectif 4.3.3 : contrôler et évaluer 23](#_Toc179810730)

[Objectif 4.3.4 : promouvoir la diversité 23](#_Toc179810731)

[Indicateurs Axe 4 24](#_Toc179810732)

[Axe 5. La commande publique comme accélérateur du développement territorial et de l’innovation 25](#_Toc179810733)

[❱ Cible 5.1 : aller à la rencontre du tissu économique local et connaître les activités économiques sur Roubaix 26](#_Toc179810735)

[Objectif 5.1.1 : identifier les potentiels fournisseurs ou prestataires 26](#_Toc179810736)

[Objectif 5.1.2 : cartographier l’offre économique roubaisienne 26](#_Toc179810737)

[Objectif 5.1.3 : présenter les différents champs d'intervention de la Ville de Roubaix 26](#_Toc179810738)

[Objectif 5.1.4 : faciliter l'accès aux marchés publics pour les PME/PMI 27](#_Toc179810739)

[❱ Cible 5.2 : favoriser les solutions innovantes pour répondre aux besoins 27](#_Toc179810740)

[Objectif 5.2.1 : stimuler l’innovation 27](#_Toc179810741)

Axe 1 transversal – gouvernance du schéma

**Le SPASER est un outil stratégique qui pose la vision ambitieuse de la Ville en matière d’achats responsables.**

**Cette feuille de route nous ressemble et nous rassemble autour des enjeux de la transition économique, écologique et sociale.**

**Elle concerne tous les acteurs de la commande publique, avec en premier lieu les agents de la Ville et les entreprises du territoire, mais également l’ensemble des Roubaisiens au service desquels se déploient les actions.**

**Le SPASER se décline en objectifs et indicateurs qu’il faut faire vivre et partager.**

**C’est l’objet de cet Axe 1, mettre en place une gouvernance politique et technique pour piloter le schéma, veiller à la co-construction et à la transversalité des actions, s’assurer de l’atteinte des objectifs et communiquer sur la trajectoire vers une commande plus efficiente et des achats plus vertueux.**

* Cible 1.1 : assurer la gouvernance du SPASER

Objectif 1.1.1 : maintenir en permanence la dynamique engagée

**Action 1.1.1A Mettre en place les instances de pilotage**

* + - * Installer un Comité de pilotage (COPIL) présidé par l’élu à la Commande publique et composé des élus en charge du Développement économique, de l’Insertion, de la Transition écologique et des directeurs généraux.
      * Installer un comité technique (COTECH) piloté par la Commande publique et composé d’agents des directions de la Ville.
      * Réunir semestriellement le COPIL et trimestriellement le COTECH pour suivre la mise en œuvre du SPASER et la performance globale des achats.

**Action 1.1.1B Fixer un plan d’action annuel**

* + - * Définir annuellement les actions stratégiques et correctives sur une feuille de route définie en COTECH et validée en COPIL, sur la base du bilan de l'année écoulée, en fonction des besoins recensés et des échéances des contrats.

**Indicateurs**

Pourcentage des cibles atteintes en année N+1

**Action 1.1.1C Coordonner et animer la démarche**

* + - * Recruter un chef de projet SPASER au sein de la Direction Commande publique Moyens Généraux, chargé d'animer la mise en œuvre et le suivi des indicateurs SPASER, en lien avec le COPIL et le COTECH.
      * Mettre en place un réseau de référents SPASER au sein des quatre Pôles, en lien avec la Direction Générale des Services.
      * S’appuyer sur les ambassadeurs internes de la transition écologique pour animer le SPASER au plus près des services.

**Indicateurs**

Nombre de marchés et d’avenants notifiés en lien avec l’achat responsable

Montant des dépenses en lien avec l’achat responsable

Nombre de data visualisations

Objectif 1.1.2 : procéder à une évaluation continue

**Action 1.1.2A Mesurer et suivre les ambitions du SPASER**

* + - * Mettre en place des outils collaboratifs et un tableau de bord de suivi des indicateurs afin de centraliser, analyser et partager les données existantes.
      * Produire un bilan annuel du SPASER et proposer des data visualisations des données liées aux marchés publics et au SPASER.
* Cible 1.2 : acculturer à l’achat durable

Objectif 1.2.1 : sensibiliser les acteurs aux objectifs et perspectives du SPASER

**Action 1.2.1A Former les élus et les agents**

**Indicateurs**

Nombre de formations dispensées par an

Nombre d’élus/agents formés par an

Nombre d’ateliers/évènements organisés par an

* + - * Mettre en place des modules de formations internes en lien avec le Service Formation, la Direction de la Transition Ecologique (notamment sur la notion de coût global, analyse du cycle de vie, de la négociation…), le CNFPT et l’INET.
      * Accompagner les changements de pratiques avec le soutien du laboratoire d’innovation interne.
      * Prévoir des ateliers thématiques / cafés-forums dédiés à la mise en œuvre opérationnelle du SPASER et profiter de ces moments conviviaux afin de communiquer et de diffuser les éléments issus du bilan annuel SPASER, informer sur les prochaines étapes clés, etc.

Objectif 1.2.2 : communiquer sur les achats responsables

**Action 1.2.2A Réaliser un plan de communication interne et externe**

* + - * Mettre à disposition l’ensemble des données sur le site Open Data de la Ville.
      * Publier le bilan annuel SPASER sur le Fil de Roubaix et sur le site de la Ville (notamment la publication des résultats sur les indicateurs SPASER).
      * Intégrer les indicateurs SPASER concernés dans les rapports annuels Egalité hommes-femmes et Développement durable.
      * Communiquer sur le Fil de Roubaix pour faciliter le partage des bonnes pratiques et l'accès aux actualités achats responsables (retours d'expériences des services en interne et des partenaires externes ; actualités juridiques, etc.).

Objectif 1.2.3 : renforcer la communication sur les ambitions de la Ville auprès de ses partenaires

**Action 1.2.3A Communiquer sur les spécificités ou projets phares et valoriser les résultats de la Ville de Roubaix sur le territoire**

* + - * Participer aux évènements des réseaux d'acteurs SPASER (APURE, CERDD, CD2E, Guichet vert, France urbaine, RAPIDD...) afin de communiquer sur la démarche SPASER de la Ville de Roubaix.
      * Valoriser la démarche SPASER portée par la Ville auprès des partenaires (institutionnels, acteurs économiques…) engagés dans une démarche environnementale, sociale et solidaire.

Objectif 1.2.4 : aller vers les opérateurs économiques

**Action 1.2.4A Rassembler, donner de l'information, créer des événements pour présenter les sujets d’actualité (la programmation, les objectifs…) du SPASER.**

* + - * Fusionner ou compléter les rencontres proposées par les services Développement économique et Transition écologique afin d'animer le tissu entrepreneurial roubaisien.

|  |  |
| --- | --- |
| **Indicateurs Axe 1** | |
| Objectif |  |
| 1.1.1 | Pourcentage des cibles atteintes en année N+1 |
| 1.1.2 | Nombre de marchés et d’avenants notifiés en lien avec l’achat responsable |
| 1.1.2 | Montant des dépenses en lien avec l’achat responsable |
| 1.1.2 | Nombre de data visualisations |
| 1.2.1 | Nombre de formations dispensées par an |
| 1.2.1 | Nombre d’élus/agents formés par an |
| 1.2.1 | Nombre d’ateliers/évènements organisés par an |

Axe 2. Le déploiement d’une commande publique plus sobre et plus performante

**A l’échelle globale, les besoins augmentent et les ressources sont limitées. Dans une prise de conscience générale, de nombreux acteurs revoient leur fonctionnement pour ralentir la surexploitation et éviter l’épuisement des richesses.**

**Localement, la Ville de Roubaix partage cette ambition de devenir plus sobre et performante tout en continuant d’offrir un haut niveau de service à la population.**

**Convaincue qu'acheter mieux sera une réponse à une capacité budgétaire chaque année plus tendue, la commande publique se modernise et porte ses efforts sur la recherche d’efficience.**

* Cible 2.1 : développer la logique de performance achat

Objectif 2.1.1 : anticiper les achats sur la base d’une programmation fiable

**Action 2.1.1A Faire de la programmation un outil de fluidification**

**Indicateurs**

Part (en nombre et en €) des marchés programmés vs non programmés

* + - * Exploiter la programmation pour préparer en amont les procédures et anticiper la charge de travail (notamment par la communication d’un rétro planning pour le renouvellement des marchés).
      * Travailler les échéances des marchés pour échelonner et lisser la charge sur l’année.

**Action 2.1.1B Renforcer la visibilité sur les marchés à venir**

**Indicateurs**

Nombre d’avenants de prolongation sur des marchés récurrents

* + - * Renforcer la visibilité sur les marchés à venir en lien avec la programmation budgétaire.
      * Fixer une durée de préavis pour des rendez-vous obligatoires avec les services prescripteurs lors des renouvellements de contrat afin d’anticiper leur passation et limiter la survenance des prolongations.

Objectif 2.1.2 : piloter les achats et identifier les leviers de performance grâce à la nomenclature des achats

**Action 2.1.2A Clarifier le pilotage des marchés**

* + - * Identifier un agent dédié sur chaque problématique (service prescripteur, service Commande publique, service Finances) pour faciliter l’achat et rendre l’exécution plus lisible/facile, en l'intégrant notamment dans la fiche de projet achat.

**Indicateurs**

Part (en nombre et en €) des commandes hors marché

Part (en nombre et en €) des dépenses sans nomenclature achat

**Action 2.1.2B Faire de la nomenclature des achats un outil de performance**

* + - * Généraliser et fiabiliser l’utilisation de la nomenclature.
      * Faire de la nomenclature un outil de pilotage pour identifier les leviers de performance et lutter contre les commandes hors marché, par l'analyse des données issues de la nomenclature et la réalisation des actions de sensibilisation des services.

Objectif 2.1.3 : développer le sourçage

**Indicateurs**

Nombre de marché ayant fait l’objet d’un sourçage ou parangonnage

**Action 2.1.3A Généraliser le sourçage des marchés**

* + - * Généraliser le sourçage des marchés en association avec les services prescripteurs afin d’améliorer la connaissance de l'offre des fournisseurs.
      * Développer et sécuriser les méthodes et outils de consultation, de réalisation d’études de marché, de sollicitation des avis ou d’information des opérateurs économiques (RFI, RFP, avis de préinformation, AMI…).

**Action 2.1.3B Réaliser une veille des nouveautés du marché**

* + - * Etre en veille des nouveautés et innovations du marché, par la participation à des moments d’échanges avec les fournisseurs (participation aux salons, manifestations…) en amont du lancement des consultations.

Objectif 2.1.4 : analyser en coût global et en cycle de vie

**Action 2.1.4A Développer et sensibiliser à l’intégration du coût global et de l’analyse du cycle de vie dans les marchés**

**Indicateurs**

Nombre de marché ou le coût global ou l’Analyse du Cycle de Vie ont été intégrés

* + - * Intégrer la notion de coût global et l'analyse du cycle de vie dans les marchés par la réalisation d’une démarche d’évaluation dès le cadrage budgétaire.
      * Réaliser des actions de sensibilisation à la prise en compte du coût global et de l’analyse du cycle de vie.

Objectif 2.1.5 : développer la relation avec les fournisseurs

**Action 2.1.5A Veiller à la qualité de la relation fournisseur**

**Indicateurs**

% de marchés qui respectent la procédure qualité de la relation fournisseur

Nombre de réunions de cadrage et bilans

* + - * Mettre en place un processus de déroulement des marchés, unique et partagé par l’ensemble des services, rendant obligatoire :
        + la réunion de cadrage en début de marché ;
        + les réunions de bilans à mi contrat et à la fin du contrat avec les fournisseurs.
      * Mettre en place une Charte achats responsables à horizon 2026 pour affirmer l’engagement de la collectivité dans une relation fournisseur durable.

**Action 2.1.5B Fluidifier la relation fournisseur**

* + - * Identifier et réduire les freins administratifs et financiers.
      * Renforcer le partage d'informations entre les services prescripteurs et les fournisseurs dans une logique de compréhension et d’apprentissage mutuels des problématiques techniques.

**Indicateurs**

Délai moyen de paiement

* + - * Améliorer les délais de paiement pour rendre plus attractive la réponse aux appels d’offres.
* Cible 2.2 : participer à la maîtrise des dépenses

Objectif 2.2.1 : développer une culture de gain achat et d’économie

**Action 2.2.1A Mettre au défi les marchés en cours d’exécution en termes de qualité et de tarification**

* + - * Réinterroger le besoin et se questionner sur le non-achat.
      * Systématiser l’interrogation des offres des centrales d’achat.
      * Optimiser l’achat notamment par la suppression de certaines prestations et leur massification et réinterroger la forme du marché.

Objectif 2.2.2 : exprimer le juste besoin pour obtenir des offres performantes

**Action 2.2.2A Renforcer la collaboration inter services à l’occasion de la construction des marchés**

* + - * Renforcer le travail collaboratif entre les services (opérationnels, Commande publique, Transition Ecologique…) sur la construction des critères de sélection des offres, tant techniques qu'environnementaux.

**Indicateurs**

Montant des achats hors BPU

* + - * Renforcer la réflexion sur la construction des pièces financières : travailler en particulier les bordereaux des prix et les détails quantitatifs estimatifs de manière à limiter au maximum la commande de prestations hors bordereau ou hors marché et obtenir des offres plus performantes et économiques.

**Action 2.2.2B Renforcer les espaces de rencontres entre le besoin et les offres présentées**

* + - * Intégrer et encadrer dans les marchés la possibilité de réaliser la visite des sites, des tests, des dégustations ou des essais.

Objectif 2.2.3 : améliorer l’attractivité et la lisibilité des consultations pour développer la concurrence et augmenter le nombre de candidatures

**Indicateurs**

Nombre de soumissionnaires/consultation

**Action 2.2.3A Simplifier la rédaction des pièces**

* + - * Créer des modèles de contrats intelligibles et faciles à compléter.

**Action 2.2.3B Limiter les exigences aux pièces strictement nécessaires**

* + - * Diminuer le nombre de pièces demandées aux candidats pour se limiter à celles réellement nécessaires.

**Action 2.2.3C Accompagner les opérateurs économiques dans leur réponse aux appels d’offres**

* + - * Mettre en place (en partenariat avec d’autres collectivités, si possible) des outils de communication externe envers les entreprises pour une meilleure diffusion de l’information.

Objectif 2.2.4 : négocier avec les soumissionnaires afin d’améliorer les offres

**Action 2.2.4A Développer la culture de la négociation et en professionnaliser la pratique**

**Indicateurs**

Nombre de dossiers négociés

Montant du gain financier obtenu en négociation

Pourcentage de dossiers dont l’offre technique a été améliorée en négociation

* + - * Sensibiliser les services prescripteurs sur la pratique de la négociation (nécessité d'anticipation, de préparation de cibles à atteindre…).
      * Développer une culture de la relation commerciale avec négociation systématique lorsque possible.
      * Mettre en œuvre une stratégie de négociation sur les différents aspects des offres, sans se limiter uniquement au prix.
      * Systématiser les négociations sur les prestations supplémentaires actées par avenant (notamment pour limiter les coûts) et intégrer l’information sur les gains réalisés dans les documents de la procédure.

|  |  |
| --- | --- |
| **Indicateurs Axe 2** | |
| Objectif |  |
| 2.1.1 | Part (en nombre et en €) des marchés programmés vs non programmés |
| 2.1.1 | Nombre d’avenants de prolongation sur des marchés récurrents |
| 2.1.2 | Part (en nombre et en €) des commandes hors marché |
| 2.1.2 | Part (en nombre et en €) des dépenses sans nomenclature achat |
| 2.1.3 | Nombre de marché ayant fait l’objet d’un sourçage/parangonnage |
| 2.1.4 | Nombre de marché ou le coût global ou l’Analyse du Cycle de Vie ont été intégrés |
| 2.1.5 | % de marchés qui respectent la procédure qualité de la relation fournisseur |
| 2.1.5 | Nombre de réunions de cadrage et bilans |
| 2.1.5 | Délai moyen de paiement |
| 2.2.2 | Montant des achats hors BPU |
| 2.2.3 | Nombre de soumissionnaires/consultation |
| 2.2.3 | Nombre de marchés pour lesquels une fiche de suivi est rédigée |
| 2.2.4 | Nombre de dossiers négociés |
| 2.2.4 | Montant du gain financier obtenu en négociation |
| 2.2.5 | Pourcentage de dossiers dont l’offre technique a été améliorée en négociation |

Axe 3. L’achat public comme levier de transition écologique et environnementale

**Les achats de la Ville de Roubaix participent à la transition écologique en cours.**

**Chaque marché consomme des ressources et a directement ou indirectement un impact sur l’eau, l’air, la biodiversité et le climat. C’est pourquoi, les besoins et les pratiques doivent être réinterrogées afin de limiter au maximum les retombées négatives.**

**La Ville de Roubaix se fixe pour objectif de promouvoir les achats écologiquement responsables et de mettre la question environnementale au cœur des réflexions. De par le poids qu’elle représente dans l’économie, la commande publique est un puissant levier pouvant favoriser l’émergence d’une économie décarbonnée.**

* Cible 3.1 : promouvoir l’achat écologiquement responsable

Objectif 3.1.1 : intégrer des dispositions en faveur de la protection ou de la mise en valeur de l’environnement

**Action 3.1.1A Réduire l’empreinte carbone**

**Indicateurs**

Pourcentage des marchés avec une considération environnementale

Pourcentage des consultations avec des critères environnementaux

Pourcentage des marchés avec des clauses environnementales

* + - * Optimiser le transport lié aux contrats, réduire les consommations de fluides et inciter l’utilisation d’énergies propres, travailler les modalités de livraisons et d’exécution des prestations.
      * Œuvrer à la sobriété numérique (optimisation des équipements, écoconception des services numériques, gestion des données…).

**Action 3.1.1B Préserver l’eau, l’air, la biodiversité**

* + - * Identifier et utiliser les outils à disposition (Ecolabel, compensation écologique, Charte de l’arbre, Charte de l’économie circulaire…).

**Action 3.1.1C Protéger les usagers et leur cadre de vie**

* + - * S’assurer de l’innocuité des produits et mesurer leur impact sanitaire et écologique.

**Indicateurs**

Montant des dépenses issues du réemploi

Montant des dépenses issues de la réutilisation

Montant des dépenses intégrant des matières recyclées

**Action 3.1.1D Développer l’économie circulaire**

* + - * Travailler les projets avec les acteurs pour avoir au maximum recours au réemploi et à la réutilisation et veiller au recyclage ou à la valorisation des matériaux.
      * Porter attention à la durabilité et à la réparabilité des produits.

Objectif 3.1.2 : valoriser les démarches d’exemplarité

**Action 3.1.2A S’intégrer dans la mise en place des lieux totem et des actions emblématiques de la Ville**

* + - * Accompagner l’approche décalée lors la mise en place des lieux totem (Maison du développement durable et Maison de l’économie circulaire) pour rendre intéressante et questionnable la notion de frugalité/sobriété et renforcer la démarche d’intégration dans la commande publique.
      * Engager et mobiliser les agents de la Ville sur des actions en matière de commande publique en s’appuyant sur la démarche Roubaix zéro déchet qui, depuis 10 ans, multiplie les actions de sensibilisation des agents, des habitants et des professionnels du territoire pour réduire la production de déchets et économiser les ressources naturelles.

**Action 3.1.2B Capitaliser sur les bonnes pratiques**

* + - * Identifier, communiquer et généraliser les bonnes pratiques en matière d’achat durable. Célébrer les petites victoires et les progrès réalisés par les équipes en interne.

**Action 3.1.2C Former les équipes aux changements de pratiques sur le terrain**

* + - * Maintenir une communication claire et ouverte sur les raisons des changements de mode de faire.
      * Cibler les zones de résistance et les comportements à faire évoluer.
      * Mettre en place les outils de formation (sessions ponctuelles, formation continue, outils numériques, accompagnement, etc.).
* Cible 3.2 : mettre la question environnementale au cœur des réflexions

Objectif 3.2.1 : interroger les besoins et les pratiques d’utilisation

**Indicateurs**

% d’achats de fournitures évités

% de mobilier réemployé

% de location/achat

% d’achat d’usage

**Action 3.2.1A Limiter les achats et lutter contre le gaspillage**

* + - * Questionner les organisations et modes de faire. Acheter uniquement lorsque c’est nécessaire.
      * Organiser un nettoyage de printemps des bureaux, armoires dans les services avant de renouveler les commandes.
      * Sur le principe d’un vide grenier, organiser des échanges de fournitures et de mobilier entre services.
      * Créer le challenge du service le plus économe.

**Action 3.2.1B Privilégier la mutualisation des équipements et des services**

**Indicateurs**

Montant des achats en centrales d’achats

* + - * Identifier les équipements et services mutualisables en interne, avec le CCAS ou avec d’autres collectivités.
      * Recourir aux centrales d’achats et aux groupements de commandes.

Objectif 3.2.2 : rechercher des économies intelligentes au plus près du besoin

**Action 3.2.2A Se tourner vers l’économie de la fonctionnalité**

* + - * Identifier les possibilités offertes par des systèmes en plein essor (acheter des km plutôt que des pneus, de la lumière plutôt que des lampes…).
      * Développer l’utilisation des cahiers des charges fonctionnels.

**Action 3.2.2B Privilégier la conception frugale et l’éco-conception**

* + - * Evaluer l’impact environnemental du produit ou du service à chaque étape : de l’extraction des matières premières à la fin de vie.
      * Privilégier les matériaux durables, recyclables et peu énergivores. Réduire les substances toxiques.
      * Rechercher les produits économes en énergie pendant leur utilisation.
      * Cibler des produits modulaires, avec des pièces détachables et des manuels de réparation.
      * Opter pour des emballages réduits, recyclables ou réutilisables.
      * Penser au réemploi, au recyclage et à la réutilisation des matériaux, dans une démarche de respect de la loi AGEC.

|  |  |
| --- | --- |
| **Indicateurs Axe 3** | |
| Objectif |  |
| 3.1.1 | Pourcentage des marchés avec une considération environnementale |
| 3.1.1 | Pourcentage des consultations avec des critères environnementaux |
| 3.1.1 | Pourcentage des marchés avec des clauses environnementales |
| 3.1.1 | Montant des dépenses issues du réemploi |
| 3.1.1 | Montant des dépenses issues de la réutilisation |
| 3.1.1 | Montant des dépenses intégrant des matières recyclées |
| 3.2.1 | % d’achats de fournitures évités |
| 3.2.1 | % de mobilier réemployé |
| 3.2.1 | % de location/achat |
| 3.2.1 | % d’achat d’usage |
| 3.2.1 | Montant des achats en centrale d’achats |

Axe 4. L'achat public comme levier de transformation sociale

**Historiquement, la Ville de Roubaix est gros pourvoyeur d’heures d’insertion au travers des clauses d’insertion contractuelles, des marchés d’insertion et de qualification professionnelle et des marchés réservés.**

**La Ville porte l’ambition d'accompagner les structures d'insertion vers la recherche de performance afin, d'une part, d’améliorer la compétitivité de leurs prestations pour trouver d'autres marchés et, d'autre part, de développer l'employabilité des bénéficiaires en les rapprochant des exigences du marché du travail.**

**Pour aller plus loin en faveur des personnes sans emploi ou en situation de handicap, d’autres pistes sont à explorer, notamment en synergie avec le dispositif Territoire Zéro chômeur de longue durée.**

**Par ailleurs, la Ville souhaite renforcer l’impact sociétal de ses marchés et lutter contre les discriminations.**

* Cible 4.1 : prendre en compte l’intérêt de l’ensemble des parties prenantes à l’acte d’achat

Objectif 4.1.1 : analyser les intérêts, les attentes et les préoccupations des parties prenantes

**Action 4.1.1A Identifier et impliquer les parties prenantes sur chaque dossier**

* + - * Recenser tous les acteurs potentiels (opérateurs économiques, services de la Ville, usagers et habitants, partenaires, financeurs, experts…).
      * Organiser une réunion de présentation de la programmation des marchés permettant une meilleure anticipation des besoins.
      * Questionner les acteurs sur leurs besoins pour identifier les points d’attention à intégrer au cahier des charges et pour les sensibiliser à l’achat socialement responsable.
      * Intégrer un plan de progrès ou des critères d’attribution portant sur la réalisation d’actions d’insertion.
      * Organiser des consultations régulières avec les parties prenantes pour discuter des décisions et recueillir leurs avis sur les orientations à prendre en compte afin d’améliorer le marché.

**Action 4.1.1B Collaborer activement avec les opérateurs économiques**

* + - * Organiser des réunions avec les titulaires après la notification pour préparer en synergie le démarrage des prestations.
      * Demander aux titulaires de développer des pratiques d’achat socialement responsables par la mise en place d’actions incitatives.

Objectif 4.1.2 : mettre en place des mécanismes de reconnaissance

**Action 4.1.2A Valoriser les acteurs**

* + - * Instaurer des systèmes de reconnaissance pour les parties prenantes (notamment les opérateurs économiques) qui se distinguent par leur engagement et leur performance dans le cadre du SPASER.

**Action 4.1.2B Partager les succès**

**Indicateurs**

% des marchés avec une considération sociale

* + - * Communiquer largement sur les réussites des parties prenantes dans la mise en œuvre du SPASER afin d’encourager une dynamique positive.
      * Mettre en valeur des parcours d’insertion exemplaires.
* Cible 4.2 : porter une attention particulière à l’insertion

Objectif 4.2.1 : mettre en place des marchés d’insertion et de qualification professionnelle

**Indicateurs**

Nombre de marchés d’insertion et de qualification professionnelle

Montant dépensé en marchés d’insertion et de qualification professionnelle

**Action 4.2.1A Identifier les prestations supports**

* + - * Développer le sourçage des Structures de l’Insertion par l’Activité Economique pour cartographier leur périmètre d’intervention.
      * Organiser des réunions de présentation des futurs marchés.
      * Solliciter les services opérationnels concernés pour étudier la faisabilité de retenir une activité support.
      * Etablir des passerelles entre les marchés d’insertion / de qualification professionnelle et les marchés clausés.

**Indicateurs**

Nombre et % de marchés avec clause sociale

Nombres d’heures d’insertion réalisées

Nombre de personnes concernées

Nombre de contrats générés

Typologie des contrats générés

Répartition homme/femme

Lieu de résidence (% de Roubaisiens)

Nombre de résidents QPV

Objectif 4.2.2 : intégrer des clauses sociales dans les marchés

**Action 4.2.2A Elargir le champ des marchés « clausables »**

* + - * Trouver des solutions alternatives à la clause « heures d'insertion » comme par exemple le recours à des contrats d’alternance, la participation des entreprises titulaires à des forums de l'Emploi organisés par la MIE et ses partenaires, ou des ateliers de sensibilisation aux métiers dans les collèges.

**Action 4.2.2B Diversifier la typologie des marchés clausés**

* + - * Etudier la possibilité d'inclure la clause « Insertion » dans les métiers supports permettant notamment la féminisation des publics bénéficiaires de la clause.

**Action 4.2.2C Travailler étroitement avec la Maison de l’Initiative et de l’Emploi**

* + - * Poursuivre le travail de consolidation et de fluidification des relations avec la MIE tant sur le plan de l’intégration de la clause « heures d'insertion » que sur le suivi de l’exécution.

**Action 4.2.2D Contrôler la réalisation des heures clausées**

* + - * Mettre en place une procédure de suivi des heures et de coordination des différents intervenants en développant le partenariat entre les différents services de la Ville et la MIE.

**Indicateurs**

Nombre de marchés réservés

Montant dépensé auprès des ESAT/SIAE/ESS

Objectif 4.2.3 : réserver des marchés aux personnes en situation de handicap ou en insertion

**Action 4.2.3A Cartographier les marchés concernés**

* + - * Développer le sourçage en amont grâce à la programmation et au travail en synergie entre la Commande publique et la MIE.
      * Identifier les contraintes respectives pour déterminer un périmètre de contrat et préparer les consultations.

Objectif 4.2.4 : rechercher des activités interstitielles dans le cadre du projet Territoire zéro chômeur de longue durée

**Action 4.2.4A Sensibiliser les services opérationnels**

* + - * Organiser des points d’information à destination des services opérationnels de la Ville et leur communiquer les premières réussites de l’entreprise à but d’emploi (EBE).
      * Inciter les services de la Ville à réfléchir à leurs besoins à satisfaire non couverts par le secteur privé.

**Action 4.2.4.B Désigner un pilote**

* + - * Mobiliser les acteurs et recenser les besoins interstitiels.
      * Confronter les besoins de la Ville avec l’offre de l’EBE. Coordonner et suivre les actions de contractualisation.
      * Evaluer les prestations et prendre les mesures d’ajustement, si nécessaire.
* Cible 4.3 : développer une démarche de non-discrimination, de respect de la laïcité et de la neutralité

Objectif 4.3.1 : adapter les documents de la consultation

**Action 4.3.1A** [**Insérer des clauses dans les marchés publics qui rappellent les obligations de respect des principes de laïcité, d’égalité et de neutralité**](https://www.code-commande-publique.com/mise-en-oeuvre-des-principes-de-laicite-et-de-la-neutralite-dans-les-contrats-de-la-commande-publique/)

* + - * Rédiger avec l’appui du Collège de déontologie de clauses types dans les contrats qui précisent les modalités de contrôle et les sanctions en cas de non-respect de ces obligations.
      * Systématiser l’intégration de ces clauses types dans les contrats.
      * [Communiquer clairement sur les engagements en matière de non-discrimination et de respect de la laïcité dans les documents de consultation des entreprises](https://www.economie.gouv.fr/files/files/directions_services/daj/marches_publics/conseil_acheteurs/fiches-techniques/mise-en-oeuvre-procedure/Loi-principes-r%C3%A9publique.pdf?v=1660669391).

**Action 4.3.1B Revoir le règlement de la consultation**

* + - * Demander aux entreprises déposant une offre de candidature de remplir un questionnaire relatif à leur pratique en faveur de l’égalité homme-femme, de la non-discrimination des travailleurs en situation de handicap ou appartenant à la catégorie « séniors ».
      * Assurer la transparence des critères de sélection.

Objectif 4.3.2 : former et sensibiliser

**Action 4.3.2A** [**Sensibiliser les agents publics et les entreprises soumissionnaires sur les principes de laïcité, de neutralité et de non-discrimination**](https://www.economie.gouv.fr/files/files/directions_services/daj/marches_publics/conseil_acheteurs/fiches-techniques/mise-en-oeuvre-procedure/Loi-principes-r%C3%A9publique.pdf?v=1660669391)

* + - * Monter le programme, les outils de formation et le calendrier de sessions de formation en partenariat avec le Collège de déontologie et le Service formation de la Ville.
      * Multiplier les actions ponctuelles pour sensibiliser les parties prenantes aux enjeux de la diversité et de l’inclusion dans le cadre des marchés publics.

Objectif 4.3.3 : contrôler et évaluer

**Action 4.3.3A** [**Vérifier le respect des clauses de non-discrimination et de laïcité dans l’exécution des marchés**](https://www.code-commande-publique.com/mise-en-oeuvre-des-principes-de-laicite-et-de-la-neutralite-dans-les-contrats-de-la-commande-publique/)

* + - * E[valuer régulièrement les pratiques des prestataires, pénaliser le cas échéant et prendre ensemble des mesures correctives, si nécessaire](https://www.code-commande-publique.com/mise-en-oeuvre-des-principes-de-laicite-et-de-la-neutralite-dans-les-contrats-de-la-commande-publique/).

Objectif 4.3.4 : promouvoir la diversité

**Action 4.3.4A Valoriser les initiatives des entreprises qui promeuvent activement la diversité et l’inclusion**

* + - * [Intégrer des indicateurs spécifiques pour mesurer la diversité, (comme la proportion de femmes, de seniors ou de personnes en situation de handicap parmi les employés des soumissionnaires](https://www.economie.gouv.fr/daj/guide-sur-les-aspects-sociaux-de-la-commande-publique)).
      * Promouvoir l’obtention de labels (tels que le Label Diversité ou le Label Égalité) qui attestent des bonnes pratiques en matière de diversité.
      * Valoriser les entreprises certifiées sur ce périmètre lors des consultations.

**Action 4.3.4B Favoriser la démarche de non-discrimination homme - femme**

* + - * [Mettre en place des critères d’attribution concernant l’engagement des entreprises en](https://www.economie.gouv.fr/daj/guide-sur-les-aspects-sociaux-de-la-commande-publique) matière de non-discrimination homme-femme.
      * Obliger l’ensemble des salariés qui interviennent sur le marché à suivre des formations sur le harcèlement et les violences faites aux femmes sur leur lieu de travail.
      * Demander aux entreprises que les femmes soient formées afin de leur permettre d’accéder à des postes à responsabilité ou à une montée en compétences.

|  |  |
| --- | --- |
| **Indicateurs Axe 4** | |
| Objectif |  |
| 4.1.2 | Pourcentage des marchés avec une considération sociale |
| 4.2.1 | Nombre de marchés d’insertion et de qualification professionnelle |
| 4.2.1 | Montant dépensé en marchés d’insertion et de qualification professionnelle |
| 4.2.2 | Nombre et pourcentage des marchés avec des clauses sociales |
| 4.2.2 | Nombre d’heures d’insertion réalisées |
| 4.2.2 | Nombre de personnes concernées |
| 4.2.2 | Nombre de contrats générés |
| 4.2.2 | Typologie des contrats générés |
| 4.2.2 | Répartition homme/femme |
| 4.2.2 | Lieu de résidence (% de Roubaisiens) |
| 4.2.2 | Nombre de résidents QPV |
| 4.2.3 | Nombre de marchés réservés |
| 4.2.3 | Montant dépensé auprès des ESAT/SIAE/ESS |

Axe 5. La commande publique comme accélérateur du développement territorial et de l’innovation

**Les achats de la Ville de Roubaix, qui représentent un peu moins de 60 millions d’euros par an, sont un levier en faveur du développement local.**

**Les élus municipaux ont à cœur de permettre aux entreprises locales, en particulier les PME et les TPE, d’accéder plus facilement à la commande publique de la Ville.**

**Par ailleurs, l’innovation est dans l’ADN de Roubaix. L’action de la commande publique doit valoriser l’innovation dans une double logique d’amélioration continue des services publics et d’optimisation de la dépense.**

* Cible 5.1 : aller à la rencontre du tissu économique local et connaître les activités économiques sur Roubaix

Objectif 5.1.1 : identifier les potentiels fournisseurs ou prestataires

**Action 5.1.1A Identifier les opérateurs économiques**

**Indicateurs**

Part (en nombre et en €) des fournisseurs par zone géographique

Montant moyen des dépenses auprès des entreprises roubaisiennes

* + - * Recenser les appels d'offres déjà passés, utiliser le sourçage et les fichiers de la Ville.

**Action 5.1.1B Installer la culture de l’évaluation**

* + - * Développer les retours d’expérience (usagers, agents) et bilans des marchés pour améliorer les marchés futurs et évaluer les fournisseurs.

Objectif 5.1.2 : cartographier l’offre économique roubaisienne

**Action 5.1.2A Développer les partenariats**

* + - * Développer la collaboration avec la Chambre de Commerce et de I’Industrie, la Région, la Métropole Européenne de Lille, la Chambre des Métiers et de l’Artisanat, l’observatoire de l'immobilier économique (ADULM).
      * Identifier les savoir-faire et les points forts des entreprises.

**Action 5.1.2B Créer une base fournisseurs**

* + - * Centraliser l’ensemble des informations (coordonnées, informations financières, liens contractuels, montants des commandes, évaluations, etc.).

Objectif 5.1.3 : présenter les différents champs d'intervention de la Ville de Roubaix

**Action 5.1.3A Informer les entreprises**

* + - * Organiser des présentations (à l’instar des matinées d’information) en présence des partenaires (MIE, entreprises, associations..) pour échanger autour des besoins de la Ville.
      * Communiquer la programmation des projets d'achats sur le site de la Ville.

Objectif 5.1.4 : faciliter l'accès aux marchés publics pour les PME/PMI

**Action 5.1.4A Accompagner les petites entreprises locales pour répondre aux consultations**

* + - * Orienter les entreprises vers des formations existantes leur permettant de se rapprocher des standards d'achat de la Ville de Roubaix.

**Indicateurs**

Part (en nombre et en €) des fournisseurs par typologie (TPE, PME, ETI, GE)

* + - * Permettre aux entreprises de rencontrer des entreprises plus importantes pour pouvoir éventuellement faire partie de groupements futurs.
      * Tisser des liens entre l'offre économique du territoire et les besoins de la Ville et de ses habitants. Accompagner les entreprises afin qu'elles puissent satisfaire les demandes spécifiques des collectivités du territoire.
      * Veiller au respect de l’obligation d’allotissement des marchés.
* Cible 5.2 : favoriser les solutions innovantes pour répondre aux besoins

Objectif 5.2.1 : stimuler l’innovation

**Action 5.2.1A Sensibiliser et former les agents**

* + - * Valoriser l’innovation dans une double logique d’amélioration continue des services publics et d’optimisation de la dépense.
      * Faire connaître les possibilités offertes par le Code de la commande publique (définition fonctionnelle des besoins, allotissement, adaptation des critères de sélection et des délais de procédure, autorisation des variantes, procédures spécifiques…).
      * Travailler en mode projet.

**Action 5.2.1B Mise en place d’une veille sur les produits, pratiques et services innovants**

**Indicateurs**

Part (en nombre et en €) des marchés innovants

* + - * Identifier la cible à surveiller (nouveaux produits, technologies, concurrents, autres collectivités, etc.) et les informations nécessaires.
      * Repérer les canaux pertinents (sites web, blogs, réseaux sociaux, newsletters, etc.) et utiliser des outils de surveillance en ligne ou des agrégateurs de contenu pour collecter les informations.
      * Evaluer les données, identifier les tendances et les classer pour une utilisation ultérieure. [Partager les informations avec les services concernés pour guider les décisions stratégiques](https://blog.hubspot.fr/sales/veille-commerciale).

|  |  |
| --- | --- |
| **Indicateurs Axe 5** | |
| Objectif |  |
| 5.1.1 | Part (en nombre et en €) des fournisseurs par zone géographique |
| 5.1.1 | Montant moyen des dépenses auprès des entreprises roubaisiennes |
| 5.1.4 | Part (en nombre et en €) des fournisseurs par typologie (TPE, PME, ETI, GE) |
| 5.2.1 | Part (en nombre et en €) des marchés innovants |