

# Structuration d'une politique d'achats responsables

## Acteurs et dispositifs en appui de vos démarches

Table ronde : **Déploiement, formalisation, structuration de la démarche d'achats responsables**

**Nicolas DELAMARE, gestionnaire des Marchés Publics / En charge de la politique d'achats durables**

**José RODRIGUEZ, coordonnateur groupement de commande  
Communauté urbaine Toulouse Métropole**

Le 11 octobre 2013

# Un contexte national qui s'impose

## ARTICLE 6 :

Les politiques publiques doivent promouvoir un développement durable.

Elles concilient :

- la protection et la mise en valeur de l'environnement,
- le développement économique et le progrès social.

**GRENELLE 2 - ARTICLE 225 :**  
impose le territoire  
comme critère de responsabilité  
sociétale et environnementale

**GRENELLE 1 - ARTICLE 7 :** Le rôle des collectivités publiques dans la conception et la mise en œuvre de programmes d'aménagement durable doit être renforcé. L'Etat incitera les régions, les départements et les communes et leurs groupements de plus de 50 000 habitants à établir, en cohérence avec les documents d'urbanisme et après concertation, des « plans climat-énergie territoriaux » avant 2012

**CHARTRE DE  
L'ENVIRONNEMENT  
DE 2005**

**GRENELLE DE  
L'ENVIRONNEMENT**

**STRATÉGIE NATIONALE  
DE DÉVELOPPEMENT DURABLE 2003  
PUIS 2007/2013**

**PLAN NATIONAL  
D'ACTION POUR LES ACHATS PUBLICS DURABLES**

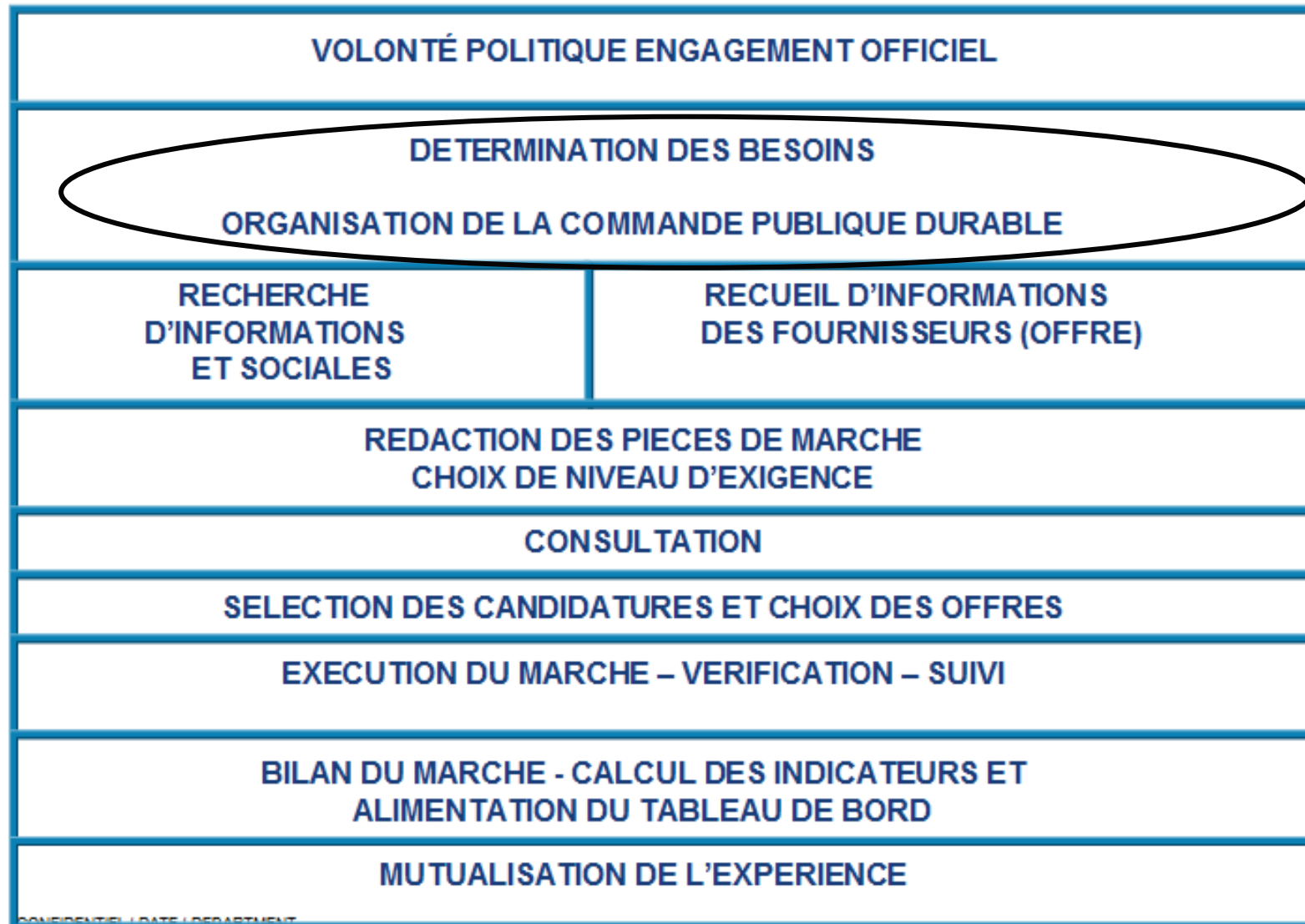
**VOUS**



# Avant tout ? C'est quoi ?

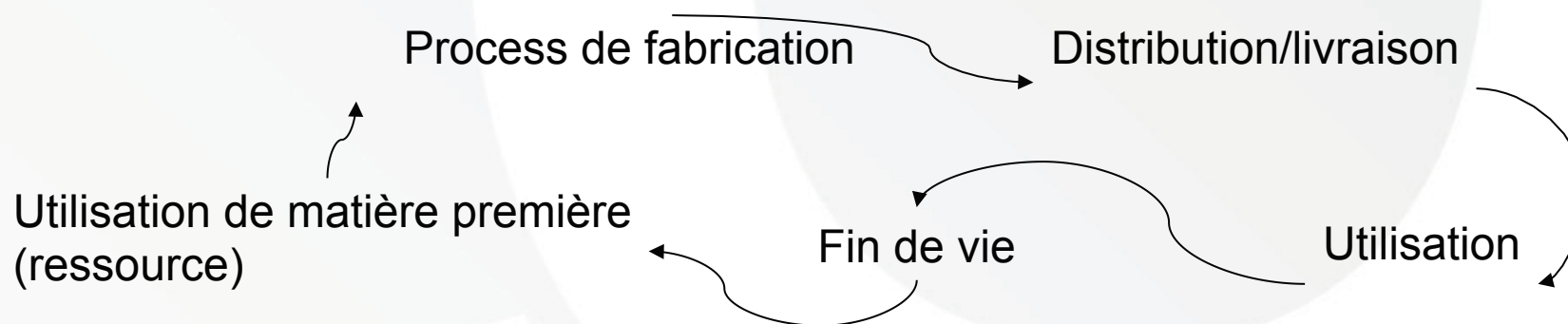
- 1. Une volonté politique**
- 2. Des engagements globaux**
- 3. Une mobilisation de tous en interne**
- 4. Des enjeux analysés selon les familles d'achats**
- 5. Des objectifs et un phasage clairement identifiés**
- 6. Une analyse permanente du marché fournisseurs**

# Un processus achat qui ne change pas ?



# Rappel sur la notion d' « acte d'achat »

## Cycle de vie du produit acheté



### Dans l'acte d'achat se poser les questions

- coût environnemental de production, d'utilisation et de fin de vie du produit
- coût social de production, d'utilisation et de fin de vie du produit
- coût global : achat/ utilisation/ traitement de la fin de vie
- sensibilisation (acheteurs et prestataires).

# Exemple de méthodologie

## 1. Fonctionnement avec les services

- Positionnement de la mission
- Cadrage des relations avec les services : conseil en direct et à la demande

## 2. Fiches produits et fiche développement durable

1. Objectifs fixés dans les fiches produits
2. Evolution de la fiche développement durable
3. Faire re-connaître et faire évoluer les fiches produits

## 3. Formation des acheteurs / communication

1. Marchés publics durables
2. Critère « performances environnementales »
3. Utilisation des écolabels

## 4. Actions en réseau

1. Internes (coordination avec pilote Plan Climat, pilote Plan ESS, pilote Programme Déchets)
2. Externes (Synethic, ARPE notamment)



# Exemple de ciblage des actions

	Spécifications	Cond. d'ex	Critères
FOURNITURES	Fiches produits Conseil en direct, Formations Evaluation et REx		
SERVICES	Fiches produits Conseil en direct, Formations Evaluation et REx		
Travaux bâtiments	Quelques fiches produits SOGENED+PAE		
Travaux assainissement et eau potable	Prise en compte problématiques chantiers Réflexion sur les matériaux (canalisations)		
Travaux voirie	A construire		



# Exemple de ciblage

	Estimation annuelle < 100 000€	Estimation annuelle > 100 000€
Existence d'une Fiche produit F&S	Fiche Développement Durable Obligatoire	Fiche Développement Durable Obligatoire
Pas de Fiche produit F&S	Fiche Développement Durable Recommandée	Fiche Développement Durable Obligatoire

# Quelques points de vigilance

- 1. Indicateurs que l'on peut trouver et faire remonter**
- 2. Des objectifs cohérents avec l'offre fournisseurs**
- 3. Une analyse par priorité et par famille d'achat à fort enjeux...sans oublier les familles « quick win »**
- 4. Faire connaître nos objectifs aux candidats dans les marchés**
- 5. Assumer l'exemplarité jusqu'au bout !**

# Groupement de commandes art 8 du CMP

## DEFINITION

Un groupement de commandes est la réunion de personnes publiques  
qui mettent en commun leurs besoins, les procédures  
et le choix d'un ou plusieurs attributaires de marché  
afin d'atteindre un ou plusieurs objectifs.

# Groupement de commandes art 8 du CMP

## LES OBJECTIFS

### Objectifs stratégiques :

- Centraliser et piloter la gestion de la procédure (1 seule procédure de publicité etc..)
- Réaliser des économies de part la massification des achats groupés
- Rationalisation de l'achat va conduire à la planification
- Structurer les filières
- Améliorer la qualité des fournitures achetées
- Retenir des offres responsables
- Retenir une taille pertinente par rapport à l'achat, au tissu économique local

### Objectif qualité :

- Maîtriser et sécuriser la procédure (Article 8 du Code des Marchés publics)
- Professionnaliser les acheteurs

# Groupement de commandes art 8 du CMP

## LE PILOTAGE DE LA DEMARCHE PROJET ET EVALUATION

**Des groupements pilotés par la Direction de la commande publique et les Services prescripteurs sur la durée des marchés**

Pour garantir le succès de ce travail de coopération, les services de la CUTM qui passent ces marchés, seront responsables de leurs groupements de commandes et chargés :

- **STADE 1 DEFINITION DU BESOIN PAR LES SERVICES ACHETEURS**
- **STADE 2 PASSATION DU MARCHÉ PAR LA DCP**
- **STADE 3 EXECUTION DU MARCHÉ PAR CHAQUE MEMBRE**

# Groupement de commandes art 8 du CMP

## STADE 1 DEFINITION DU BESOIN PAR LES SERVICES ACHETEURS

- BENCHMARK auprès des entités membres avec proposition d'adhésion
- Validation de l'adhésion à la DCP des entités membres (37 CT+ CCAS)
  - Du recensement des besoins de l'ensemble des membres (état des lieux)
  - Des échanges sur l'élaboration des cahiers des charges (BPU, CCTP, CCAP)
- Transmission du DCE définitif par le service à la DCP et présentation aux adhérents avant publication
- Signatures de la délibération approuvant le groupement de commandes et de la convention

# Groupement de commandes art 8 du CMP

## STADE 2 PASSATION DU MARCHÉ PAR LA DCP

- Analyse du dossier et transmission (clauses environnementales, sociales) en fonction de l'objet avant publication
- Lancement de la procédure
- Réception des offres
- Analyse par le service prescripteur
- Présentation aux entités adhérentes du RAO avant la CAO du coordonnateur

# Groupement de commandes art 8 du CMP

## STADE 3 EXECUTION DU MARCHÉ PAR CHAQUE MEMBRE

- Chaque membre signe et notifie son marché
- Suivi de l'exécution des marchés conclus dans les communes comme en interne (échanges sur degré de satisfaction, application de pénalités, adéquation du BPU aux besoins, qualité des produits ou des prestations , durée de vie, conditions de livraison, de maintenance ou SAV le cas échéant...)
- Avenants (alerter la DCP pour la gestion)
- Reconduction à gérer avec la DCP (informer la DCP de la reconduction ou de la non reconduction)
- De l'accompagnement par la DCP et réunion bilan de fin de marchés



## CONSOLIDATION ET DEVELOPPEMENT DES GROUPEMENTS DE COMMANDES: BILAN 2012 ET PERSPECTIVES 2013,2014,...



### Exemples de résultats:

- Achat de véhicules utilitaires : 38% rabais
- Audit énergétique des bâtiments: 48% d'économie
- Gaz acheminé sur site:
  - Le phare à Tournefeuille (2012=22 016,14TTC => 2013=17 502,86TTC)= -4 513,28 TTC pour une année de fonctionnement

Merci de votre attention