



Réunion d'information fournisseurs

Campagnes d'appels de crise et veille sociale téléphonique
de personnes isolées

Présentation des directions intervenantes dans le projet

DIRECTION DES FINANCES ET DES ACHATS (DFA)

- **Marion THOMAS**, experte SPASER et achats économiquement responsables
- **Lise DANO**, acheteuse experte
- **Jeanne LAFUSTE**, responsable d'équipe au Service des marchés

DIRECTION DE LA DEMOCRATIE, DES CITOYENS ET DES TERRITOIRES

- **Richard LEFRANCOIS**, Chef du pôle Outils de la Relation Usager

SECRETARIAT GENERAL - DIRECTION DES SOLIDARITES

- **Anne-Sophie TISSIER**, Secrétariat Général de la Ville de Paris

Sommaire

01 La commande
publique
parisienne

02 Présentation du
projet et enjeux

03 Calendrier
prévisionnel

04 Comment
répondre à nos
consultations?

05 Questions /
Réponses

01

La commande publique parisienne

La commande publique parisienne

En quelques chiffres clés



3 milliard € par an
(concessions et
marchés)



70% de PME dans le
portefeuille
fournisseurs



70 % des consultations
intégrant une
disposition
environnementale

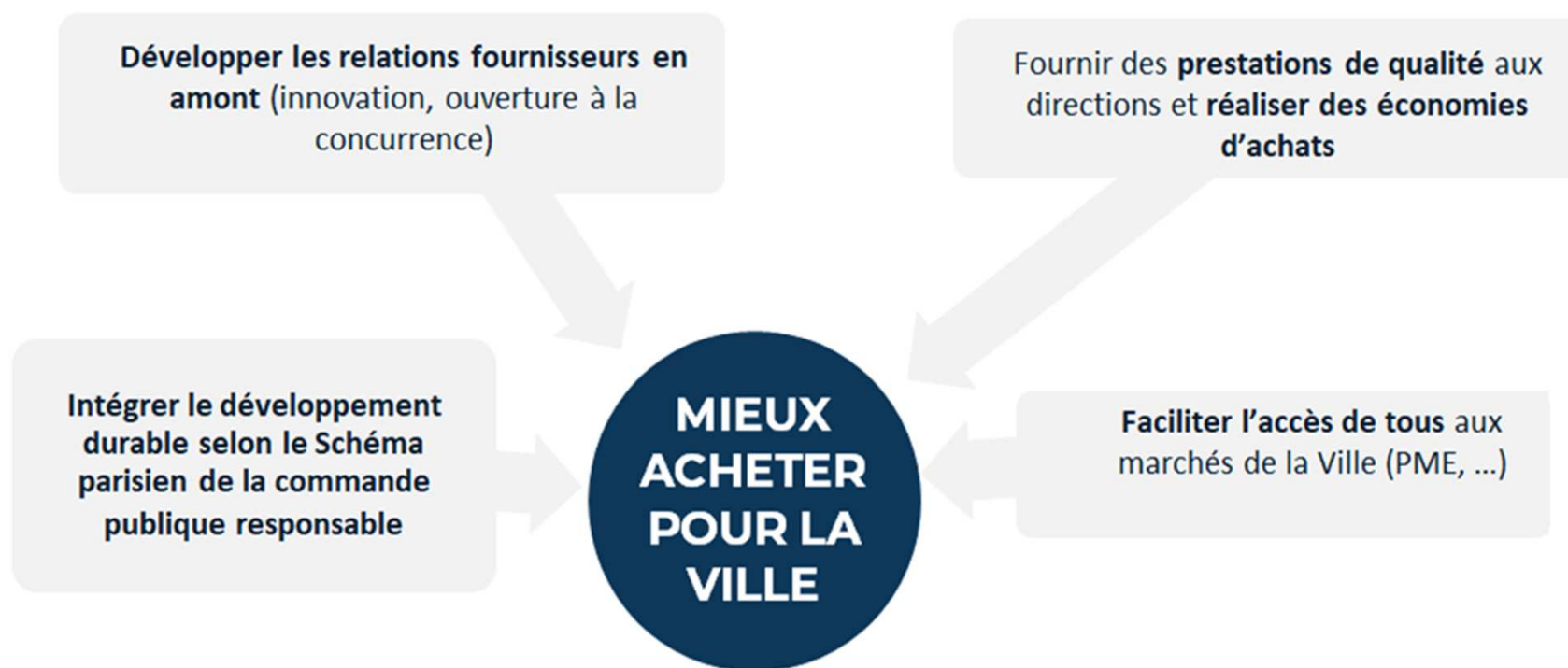
< 30 jours de délai
moyen de paiement

40% du montant des
achats adressé aux
PME



Politique achat de la Ville de Paris

Objectifs clés



2^{ème} Schéma parisien de la commande publique responsable

Orientations politiques

- **L'accès de tous les acteurs économiques** à la commande publique parisienne : TPE/PME, structures de l'ESS, entreprises locales, etc.
- L'intégration d'une **culture du coût global** pour répondre aux enjeux de transition écologique et solidaire du territoire parisien
- Un renforcement de **l'effectivité des outils d'achats responsables** pour tous les contrats de la commande publique parisienne



Les grands principes de la commande publique

Charte de déontologie Achats de la Ville de Paris

<https://www.paris.fr/pages/achats-et-marches-publics-3526#la-politique-fournisseur>

La Ville de Paris a mis en place une **charte de déontologie achats** pour permettre aux acheteurs de développer des relations transparentes avec les fournisseurs

Les rencontres fournisseurs doivent respecter les **grands principes de la commande publique** et les règles déontologiques de l'achat



Échanges avec les acteurs économiques

Une communication multicanale selon l'état d'avancement des projets

Programmation Achat

Annuel

Rencontres plénières

Informations très
générales

Projet d'achats prévus
dans les 2 ans

Réunion d'information fournisseur projet d'achat

Selon les projet achats

Rencontres plénières

Projet d'achats dans les
6 mois

Rendez-vous de sourcing

Rendez-vous bilatéraux
avec les opérateurs
économiques , avec des
informations et
échanges

Projet d'achat dans les 2
mois

02

Présentation du projet et enjeux

Avant-propos :

La présentation du projet et des enjeux figurant ci-dessous est celle qui a été faite au cours de la réunion d'information fournisseurs, le 7 juin 2022.

Depuis cette date, la Ville de Paris a finalement fait le choix de ne pas passer de marché public pour le besoin n°2 de veille sociale téléphonique des personnes isolées.

Il est ainsi indiqué à tout opérateur intéressé par la consultation que celle-ci ne comprendra que le besoin n°1 de campagne d'appels.

Campagnes d'appels et veille sociale – un double besoin

Un double besoin

1) Renouveler le marché de campagnes d'appels

Obligation réglementaire (article L121-6-1 du Code de l'action sociale et des familles).

Personnes âgées et handicapées sur fichier – en cas de crise (dont canicule)

2) Aller plus loin et proposer une veille sociale téléphonique des personnes isolées

Large fichier – démarche volontaire progressive.

Renouvellement du marché de campagne d'appels

État des lieux du marché en cours d'exécution

Contexte :

- Campagne téléphonique auprès des bénéficiaires inscrits au fichier REFLEX dès passage du plan canicule au niveau 3
- Informer les personnes inscrites sur les précautions à prendre et vérifier quelques données médico-sociales via la passation d'un questionnaire construit par la ville de Paris

Modalités :

- Démarrer sous 4 heures et effectuer jusqu'à 4 tentatives d'appels sous 48 heures pour optimiser le taux de contacts
- Transmettre des signalements vers des cellules spécifiques d'intervention de la Ville en fonction du scoring obtenu calculé automatiquement selon les réponses aux questions, toutes fermées
- Appels 7 jours 7 : de 9h à 19h en semaine et de 10h à 19h les weekends et jours fériés

Renouvellement du marché de campagne d'appels

État des lieux du marché en cours d'exécution

Volumes :

- 10.500 bénéficiaires inscrits
- Un objectif de 65 à 70% de contacts utiles (passation complète du questionnaire)

Sur la période, le marché a été activé à 3 reprises :

- 2019, 2 épisodes canicule activés, fin juin et fin juillet (28.500 contacts utiles)
- 2020, 1 épisode canicule activé, début août (19.500 contacts utiles)
- 2021, pas d'activation

Renouvellement du marché de campagne d'appels

Offre à venir en cours de définition

- **Élargir à d'autres campagnes** d'appels sortants pour d'autres types de crises à tout moment de l'année
- Prendre en compte l'**accroissement du volume de bénéficiaires** inscrits suite à la procédure d'inscription dématérialisée et à l'âge palier descendu de 75 à 65 ans
- S'assurer que le prestataire peut produire les campagnes avec un dispositif en **télétravail**
- Prévoir **différents prix** d'informatisation des campagnes selon la complexité du script et des traitements informatiques **ou alors fixer un coût jour homme** et évaluer le nombre de jours nécessaires par campagne
- Garder un prix au contact utile selon des fourchettes de volumes en y ajoutant également un prix variable selon la Durée Moyenne de Traitement (DMT) estimée des appels

Veille sociale en direction de personnes isolées et fragiles

Constats

- La crise sanitaire est venue confirmer le lien entre isolement et difficultés sociales pour un certain nombre de ménages, au delà de ceux ciblés par le fichier Reflex. Cette réalité est renforcée par le fait que, sur le territoire parisien, plus de la moitié des ménages est composée d'une personne seule. Cette situation constitue donc une réalité parisienne au-delà des moments de crise.
- Pendant la crise sanitaire, la mobilisation de volontaires a été très forte et a permis de construire des réponses articulant mobilisation citoyenne et intervention institutionnelle. Cette dynamique perdure à travers des dispositifs comme la Fabrique de la Solidarité, les volontaires de Paris ainsi que les nombreux bénévoles engagés dans les associations

Veille sociale en direction de personnes isolées et fragiles

Expérimentation

Un nouveau dispositif dit de « veille sociale » a donc été imaginé et expérimenté dans le 10^e arrondissement

- En direction d'un public isolé et fragile, éloigné de l'offre sociale
- Appuyé sur la mobilisation et l'organisation de bénévoles
- Basé sur de nouvelles modalités de contact : campagnes d'appels téléphoniques
- Organisé en deux niveaux : « prendre des nouvelles » puis identifier un besoin pour accompagner et orienter

Le bilan de cette expérimentation conduit aujourd'hui à déployer ce dispositif dit de « veille sociale » territorialement et dans la durée.

Suivi des personnes vulnérables

Offre à venir en cours de définition

Objectifs :

- Mettre en place des appels de convivialité réguliers à destination de ménages isolés et fragiles, pour « prendre des nouvelles », identifier leurs besoins et les orienter, le cas échéant, vers les ressources de la ville et du territoire
- Établir, à cette occasion, un fichier dit « de veille sociale » sur la base de l'accord de personnes
- Faire bénéficier le public du fichier dit de « veille sociale » du dispositif de campagnes d'appels mis en place dans un contexte d'urgence (cf Reflex)

Public et territoires cibles :

- Les ménages cumulant situation d'isolement et de précarité (notamment familles monoparentales, jeunes NEET) habitant prioritairement dans les quartiers de la géographie prioritaire de la Politique de la ville. (Volume évalué : 500 et 1000 ménages à contacter chaque année).

Suivi des personnes vulnérables

Offre à venir en cours de définition

Organisation :

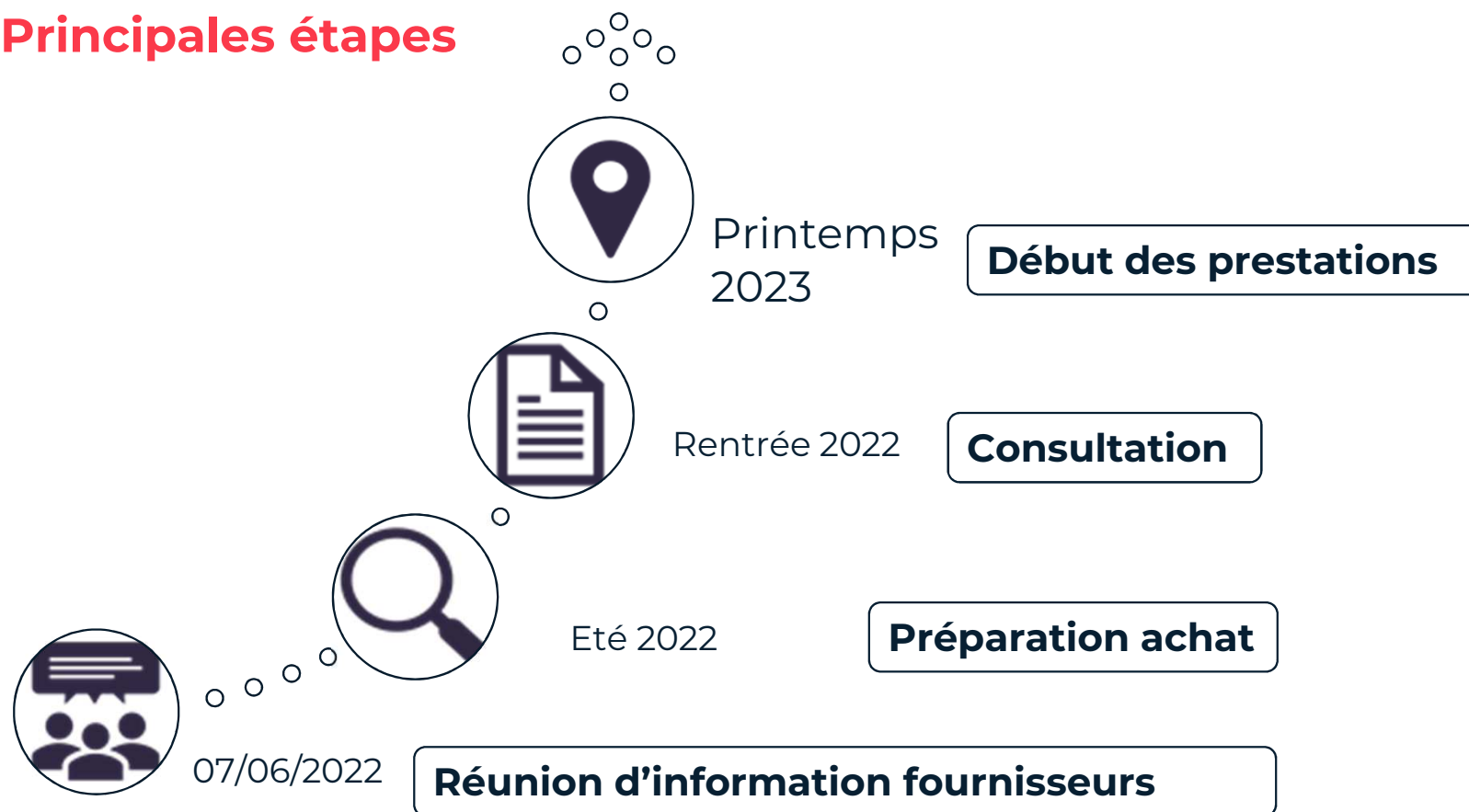
- Identification et recueil de l'accord des ménages par la ville et ses partenaires, en amont des campagnes d'appel
- Organisation, réalisation des campagnes d'appels téléphoniques (entre 1 à 3 campagnes par an autour de moments clés de la vie des ménages) par le prestataire (mobilisation, formation et supervision des bénévoles, modalités organisationnelles et logistiques du dispositif, réalisation des campagnes d'appels, organisation d'un système d'orientation en direction des ressources de la ville et des territoires concernés et analyse globale des attentes et besoins recueillis)

03

Calendrier prévisionnel

Calendrier prévisionnel

Principales étapes



04

Comment répondre à nos consultations?

Accéder aux marchés franciliens

Maximilien : le portail des marchés publics franciliens

<http://maximilien.fr>

(accès à l'Espace Entreprises)

- Une inscription simplifiée
- Inscription à l'alerte email automatique
- Outil privilégié pour les échanges avec les soumissionnaires par messagerie sécurisée
- Bourse à la co-traitance et à la sous-traitance

Recommandations pour répondre à nos consultations

Plusieurs voies possibles

- **Seule** : l'entreprise dispose des capacités et des moyens
- **En groupement (co-traitance)** : groupement momentané d'entreprises (GME), s'associer pour être plus pertinent
 - ✓ L'intérêt : réunir des compétences et / ou des capacités
- **Sous-traitance** : dans ce cas, aucun lien contractuel entre le sous-traitant et la personne publique. Permet également d'apporter des compétences et/ou capacités

Répondre à nos consultations – Une candidature optimisée

La cotraitance ou la sous-traitance comme modalité d'accès à la commande publique

Selon les informations obtenues à la lecture des pièces du marché, et en vue de soumissionner à un marché public, une entreprise / association doit se poser les questions suivantes :

- A-t-elle les moyens de proposer seule une réponse adaptée au marché ?
- Dispose-t-elle des capacités suffisantes ?
- Est-elle en mesure d'exécuter les prestations objet du marché ?

Si la réponse est positive : l'entreprise / association peut présenter une candidature individuelle et donc répondre seule.

Lorsque le candidat ne possède pas toutes les capacités requises par le marché, ou lorsque les moyens nécessaires pour l'exécution du marché sont importants, plusieurs possibilités se présentent :

- Une candidature en cotraitance
- Une candidature et/ou une offre avec sous-traitance
- En cours d'exécution, un ou plusieurs sous-traitant(s)

Répondre à nos consultations – Une offre optimisée

Nos attentes

Des solutions répondant aux besoins exprimés avec :

- **Un mémoire technique exhaustif et clair** qui respecte le cadre de réponse fourni par la Ville (Cadre de Mémoire Technique)
- **Une offre optimisée en fonction des critères**, énoncés au règlement de consultation avec leurs pondérations

Recommandations concernant la dématérialisation

Nos conseils

- Pour toutes les consultations lancées depuis le 1er octobre 2018,
SEULS LES PLIS ELECTRONIQUES SONT ACCEPTEES
- Tester votre configuration en ligne
- Pas de signature (manuscrite ou électronique) exigée au moment du dépôt du pli
- Faire une copie de sauvegarde

Quelle signature électronique ?

Signature exigée pour l'attributaire **UNIQUEMENT**

Quelles **pièces** ?

- Acte d'engagement
- Mise au point le cas échéant
- Dc4 (acte de sous-traitance) le cas échéant



Préconisation d'acquérir un **CERTIFICAT ELECTRONIQUE NOMINATIF** qui garantit :

- La période de validité
- La chaine de certification
- La non révocation
- La non répudiation

Obtenir la signature :

<https://www.economie.gouv.fr/daj/dematerialisation-publication-version-3-janvier-2019-des-guides-tres-pratiques-pour-accompagner>

L'attribution du marché

L'attributaire pressenti doit fournir un ensemble de documents suite à l'attribution du marché et notamment :

- L'ensemble des pièces permettant de vérifier la non-interdiction de soumissionner à un marché public
- L'acte d'engagement dûment complété et signé
- Les pouvoirs nécessaires à la signature du marché et les pouvoirs financiers (le cas échéant)
- La répartition des paiements dans le cadre d'un groupement

Si l'opérateur économique n'est pas en mesure de fournir les documents demandés permettant de vérifier la non-interdiction de soumissionner à un marché public, le pouvoir adjudicateur devra se reporter sur le candidat ayant proposé la deuxième offre la mieux classée.

05

Questions-réponses

Merci de votre attention !

Pour nous contacter : dfa-sara-par@paris.fr

Ressources utiles

<http://www.paris.fr/>

1-Demande de contact avec un acheteur de la Ville

<https://teleservices.paris.fr/sourcing/>

2- Création d'alerte mail sur Maximilien

<https://marches.maximilien.fr/>

3- La politique d'achat de la Ville de Paris

<https://www.paris.fr/pages/la-politique-d-achat-de-la-ville-de-paris-15989>

4- Bourse à la co/sous-traitance sur Maximilien

<http://www.maximilien.fr/>

5- Portail Paris Fournisseur réservé aux titulaires de nos marchés

<http://www.paris.fr/fournisseurs>

Réunion d'information fournisseurs du mardi 7 juin 2022 – Campagnes d'appels et veille sociale

Avant-propos :

Les questions et réponses figurant ci-dessous sont celles qui ont été formulées au cours de la réunion d'information fournisseurs, le 7 juin 2022.

Depuis cette date, la Ville de Paris a finalement fait le choix de ne pas passer de marché public pour le besoin n°2 de veille sociale téléphonique des personnes isolées.

Il est ainsi indiqué à tout opérateur intéressé par la consultation que celle-ci ne comprendra que le besoin n°1 de campagne d'appels.

Compte-rendu des questions/réponses en séance le 7 juin 2022

1. Pourquoi 500 à 1000 ménages, le chiffre n'est-il pas faible ?

Il faut pouvoir inscrire les personnes, s'assurer de leur accord (contraintes juridiques liées au Règlement Général de Protection des Données et complexe sur le plan logistique). La Ville a décidé de viser prioritairement les quartiers politiques de la Ville où il y a une fragilité plus importante, ce qui varie entre 500 à 1000 personnes par an. Un besoin a aussi été identifié à certaines échéances de l'année et notamment lors des périodes de fêtes de fin d'année, aux rentrées scolaires. Que la fragilité soit financière, sociale ou morale elle est propice à un appel et à l'orientation vers les droits ou vers une aide (en écoute ou en accès à des prestations). L'idée est de cibler sur 1, 2, ou 3 fois dans l'année des moments propices pour prendre des nouvelles des personnes et aller plus loin si le besoin se fait sentir.

2. Pourquoi 28 500 contacts en 2019 et une baisse sur les années suivantes. Comment vit ce fichier aujourd'hui ?

En 2019, il y avait un peu plus de 8 000 /8 500 inscrits donc 2 000 de moins qu'aujourd'hui. Cependant, il y a eu en 2020 et surtout 2021 que 2 épisodes d'activité, d'une semaine à chaque fois. En pratique, la Ville contacte plusieurs fois les mêmes personnes toutes les 48 heures tant que le plan canicule reste au niveau 3 par exemple. La volumétrie du nombre de contacts utiles sur une saison dépend donc à la fois du fichier initial, du nombre de bénéficiaires inscrits (qui augmente depuis 3 ans) mais surtout du nombre d'activations durant les 3 mois du plan canicule en niveau 3 et de la durée de chacun de ces épisodes puisque ce sont des cycles qui se renouvellent.

3. Le marché sera-t-il alloti ? Et la démarche du lot 2 (volontaires) sera-t-elle spécifique au lot 2 ?

Les deux besoins sont assez différents, notamment dans les modalités pratiques. De ce fait cela paraît cohérent d'opter pour une démarche allotie avec deux lots, d'un côté le marché récurrent et de l'autre côté une démarche qui s'appuie sur des bénévoles.

4. Y aura-t-il des clauses sociales et des lots réservés (structures d'insertion, des heures d'insertion) ?

A ce stade, ce sujet est en cours de questionnement et n'est pas encore arbitré. Toutes les informations seront indiquées dans le dossier de consultation. Il est à noter que pour le second besoin (lot 2) le souhait est de plutôt s'appuyer sur des bénévoles pour la passation des appels.

5. Est-ce qu'il faut fournir aux bénévoles des abonnements, des cartes SIM, des téléphones, de quoi prendre des notes même s'ils sont en télétravail ? Ou faut-il intégrer le fait qu'ils fournissent eux-mêmes tous les moyens de régulariser les appels ?

Ceci est au choix des opérateurs économiques qui vont répondre à la consultation, et de leur mode de fonctionnement avec leurs bénévoles. Néanmoins, il semblerait plus souhaitable que l'opérateur économique prenne en charge ces frais.

6. Existe-t-il un outil particulier (interface d'utilisation des bénévoles) pour les appels extérieurs ou faut-il le fournir ?

Pour ce qui concerne l'outil d'échange entre les superviseurs du prestataire et des bénévoles, c'est aux prestataires de les fournir. En revanche, la Ville développera un outil pour constituer la liste des usagers qui seront volontaires pour être appelés.

7. Est-il possible de proposer des innovations dans le support aux personnes fragiles ?

Sur le lot 2, le besoin correspond à de la veille sociale de type appel téléphonique et non pas une prestation d'aide sociale, gérée par les services de la Ville de Paris, qui dispose par ailleurs de réseaux importants. Le but est d'utiliser cet outil de veille sociale pour orienter / repérer des gens qui n'auraient pas encore engagé des démarches.

8. Observation d'un participant après le questionnaire de la Ville de Paris sur la forme des prix

Pour la partie tarifaire, il est en effet possible d'envisager une tarification à l'acte utile. Il y a juste nécessité d'avoir des données d'appels : DMT, postes d'appel et taux de transformation sont nécessaires.