

Schéma de promotion des achats socialement et écologiquement responsables (SPASER)

2025 - 2026

*Vers un développement
économique responsable*

■ EDITO

Dans un monde où les défis sociaux et environnementaux n'ont jamais été aussi pressants, nous avons fait le choix clair, ici, sur notre territoire, d'assumer pleinement nos responsabilités. C'est pourquoi notre Communauté d'agglomération adopte son SPASER – le Schéma de Promotion des Achats Socialement et Écologiquement Responsables.

Derrière cet acronyme technique, une ambition simple : faire de chaque euro dépensé un levier de transformation concourant à l'atteinte de nos ambitions fixées dans le Projet de territoire. Nos marchés publics et concessions – ces achats que nous passons pour construire, entretenir, équiper ou nourrir – au-delà d'être des actes juridiques, doivent être des actes économiques qui doivent participer au développement de nos entreprises et de notre territoire.

L'Agglomération s'engage donc à travers sa commande publique à favoriser l'emploi local, à lutter contre l'exclusion, à réduire notre empreinte carbone et à soutenir des entreprises qui partagent nos valeurs. Nous voulons un territoire où l'économie rime avec solidarité, où les chantiers riment avec inclusion, et où les projets publics sont exemplaires sur le plan écologique. Grâce au SPASER, nous orientons nos choix vers des partenaires engagés, soucieux de l'impact de leur activité sur les femmes, les hommes et l'environnement. Il ne s'agit pas de cocher des cases, mais de faire rayonner les ambitions du Projet de territoire alors que la commande publique représente chaque année environ 60 millions d'euros. Le tout dans un contexte budgétaire contraint, qui nous oblige à innover.

Ce schéma est aussi une invitation. Une invitation à nos entreprises, nos artisans, nos associations à devenir des acteurs de cette dynamique. Une invitation à nos habitants à regarder autrement l'action publique, non pas comme une mécanique lointaine, mais comme un levier direct de progrès pour notre territoire. Une attention particulière doit être portée aux petites et moyennes entreprises pour lesquelles il faut simplifier les démarches et faciliter l'accès à la commande publique. Elles constituent le moteur du développement économique et de la création d'emplois et sont souvent à l'initiative d'innovations sociétales.

Ce premier SPASER est la suite du travail réalisé ces dernières années pour promouvoir des achats durables et efficaces puisque 48 % de part des marchés comportent déjà des considérations environnementales et 41 % des considérations sociales.

Avec ce premier SPASER, qui consacre l'achat public comme un vecteur transversal, ce que nous mettons en œuvre, ce sont les conditions nécessaires pour une politique d'achats qui a du sens. Une politique qui reflète notre vision : une Communauté tournée vers l'avenir, solidaire, responsable et durable.

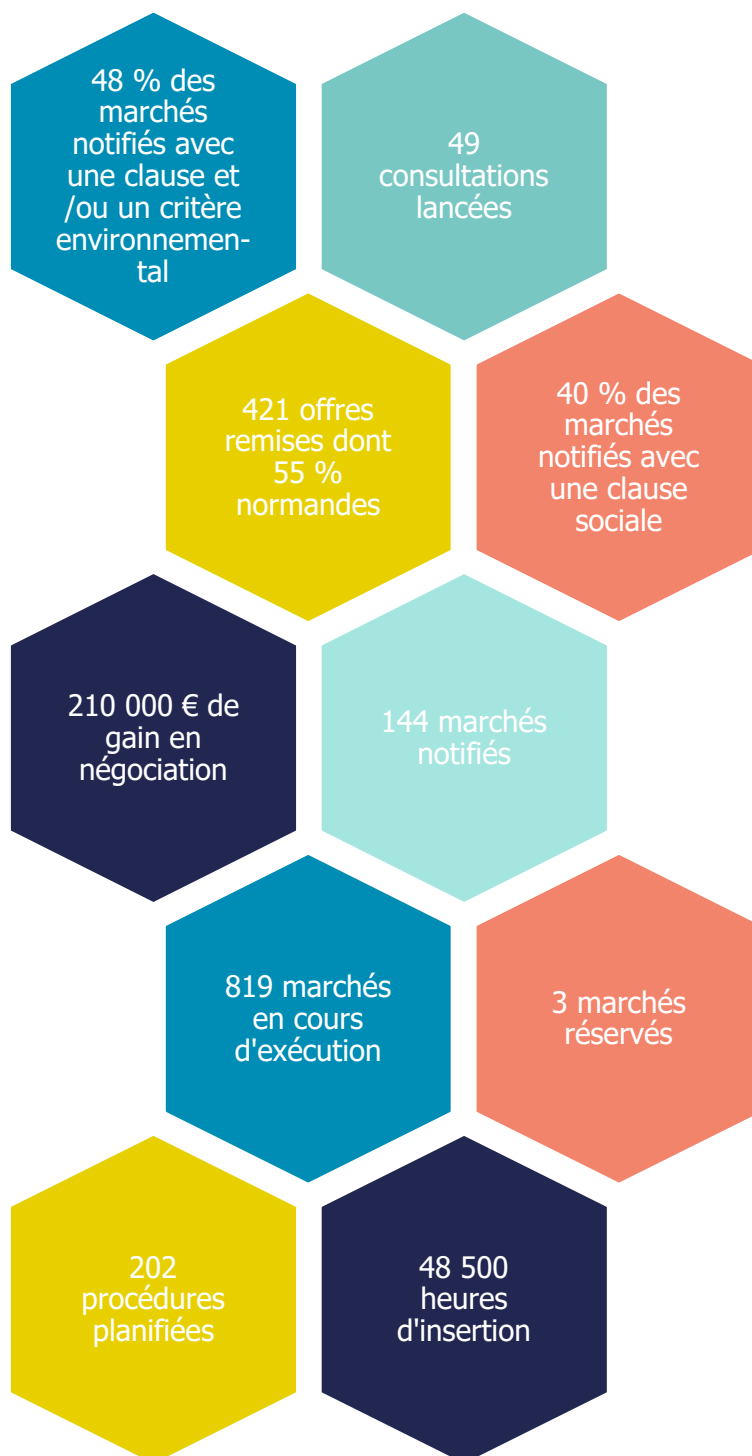
Bernard Leroy

Président de la Communauté d'agglomération Seine-Eure

SOMMAIRE

EDITO	2
SOMMAIRE	3
LES MARCHES PUBLICS 2024 EN BREF	4
CONTEXTE ET ENJEUX	5
FOCUS LOI CLIMAT ET RESILIENCE	6
LE SPASER C'EST QUOI ?	7
STRATEGIE 2025-2026	8
GOUVERNANCE	9
ECONOMIQUE	13
ENVIRONNEMENTAL	17
SOCIAL	21
SYNTHESE DES ACTIONS	24
SPASER & PROCESSUS D'ACHAT	25

■ LES MARCHES PUBLICS 2024 EN BREF



■ CONTEXTE ET ENJEUX

Le cadre réglementaire de la commande publique repose principalement sur le Code de la commande publique, entré en vigueur le 1^{er} avril 2019. Il s'inscrit dans une dynamique de simplification et de sécurisation juridique, tout en assurant le respect des principes européens issus des directives de 2014 sur les marchés publics. Plusieurs lois ont renforcé cette architecture, comme la loi Sapin II (9 décembre 2016) qui vise à lutter contre la corruption dans la commande publique, ou encore la loi Climat et Résilience (22 août 2021) qui impose progressivement l'intégration de critères environnementaux dans les contrats publics.

COMMANDE PUBLIQUE : ENTRE OPPORTUNITES ET DEFIS

La commande publique représente environ 10 % du PIB français (environ 200 milliards d'euros par an), dont 60 % provenant des dépenses des collectivités. Au vu de son poids, l'accès à la commande publique est essentiel pour l'économie territoriale, et notamment pour les TPE/PME, dans un contexte géopolitique mouvant. La commande publique est donc un levier stratégique qui oriente les pratiques économiques, sociales et environnementales des entreprises (inclusion, non-discrimination, etc.).

La politique de dématérialisation peut aussi offrir des possibilités de modernisation en réduisant les délais et les coûts et en favorisant la

CONTEXTE REGLEMENTAIRE : EVOLUTION ET AVENIR

Aujourd'hui, les discussions portent sur la systématisation de clauses sociales et environnementales dans les marchés d'ici 2026. Des réflexions sont également en cours sur l'amélioration de l'accès des TPE/PME et des structures de l'économie sociale et solidaire, ainsi que sur le renforcement de la transparence *via* l'open data.

Au niveau européen, la commande publique est appelée à intégrer davantage de critères liés à la souveraineté économique et à la réduction de l'empreinte carbone, dans un contexte de transitions multiples (écologique, numérique, sociale).

transparence des procédures et l'accès aux données.

Cependant, la commande publique est confrontée à de nombreux défis. Tout d'abord financiers, avec des marges de manœuvre budgétaire qui se réduisent et la hausse des prix. Ensuite, en termes de complexité administrative et juridique (supposée ou réelle). Enfin, avec un accès inégal pour les entreprises (marché inadapté, manque de visibilité, incompréhension, etc.).

■ FOCUS LOI CLIMAT ET RESILIENCE

La loi climat et résilience (22 août 2021) en quelques points :

1. 22 août 2026 : 100 % des procédures doivent comporter un critère environnemental
2. 22 août 2026 : 100 % des contrats doivent comporter une clause environnementale
3. 22 août 2026 : 100 % des contrats supérieurs aux seuils européens doivent comporter une clause sociale
4. Les SPASER doivent intégrer des objectifs environnementaux & indicateurs dans une logique de progression
5. Accès TPE / PME facilité : innovation, marchés de taille adaptée, allotissement
6. Les acheteurs doivent rendre compte de la mise en œuvre de leurs engagements

Les objectifs de développement durable sont désormais consacrés au sein du titre préliminaire du Code de la commande publique au même niveau que les principes fondamentaux (liberté d'accès, égalité de traitement & transparence)

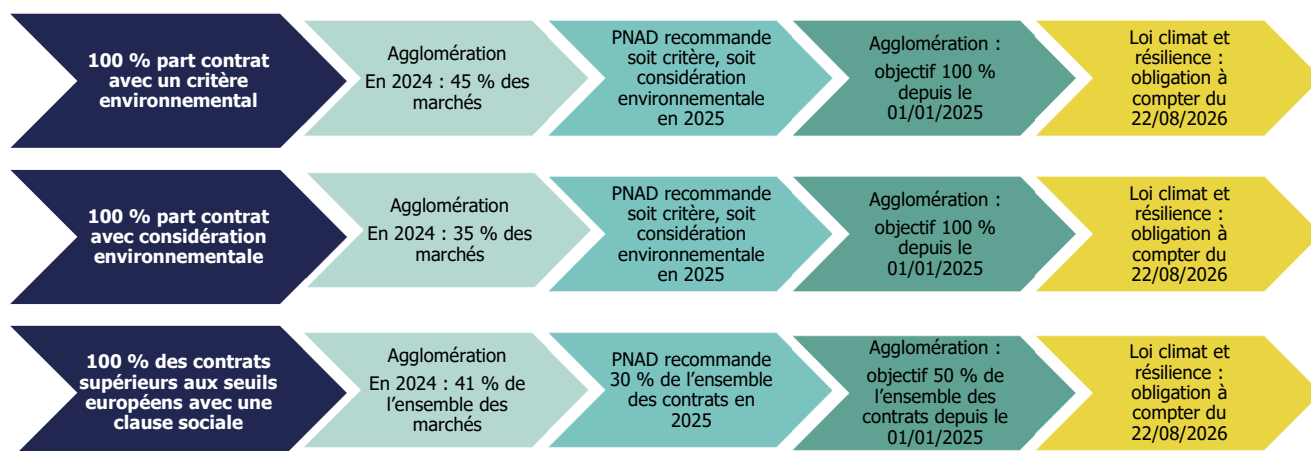
Comment l'Etat aide les collectivités ?

L'Etat a édicté un Plan national pour des achats durables (PNAD) pour orienter les acheteurs publics vers des pratiques d'achat plus durables. Ce plan traduit les engagements français en matière de transition écologique (issus notamment de la loi Climat et Résilience).

Le PNAD 2022-2025 a pour ambition d'anticiper la réglementation :

- 2025 : 100 % des marchés et concessions intégrant au moins une considération environnementale
- 2025 : 30 % des marchés et concessions prennent en compte des aspects sociaux (inclusion, handicap, clauses sociales...)
- Diffuser largement des bonnes pratiques, outils et guides (réseau, site internet dédié, guides, etc.) pour aider les acheteurs publics à intégrer systématiquement ces exigences

La Communauté d'agglomération Seine-Eure, en avance ?



■ LE SPASER C'EST QUOI ?

Le SPASER c'est quoi ?

D'une obligation réglementaire à une réelle opportunité, les évolutions législatives récentes ont pour but de renforcer le rôle de la commande publique en faveur des politiques sociales et environnementales. Les SPASER sont, depuis la loi relative à l'économie sociale et solidaire (ESS, du 31 juillet 2014), une obligation pour certains acheteurs publics (à aujourd'hui, ceux avec des dépenses supérieures à 50 millions d'euros). Initialement destinés au déploiement de l'ESS, les SPASER se sont vus ajouter une dimension environnementale depuis l'adoption de la loi de transition énergétique pour la croissance verte (17 août 2015). Depuis la loi Climat et résilience (22 août 2021), ils doivent être publiés et faire l'objet d'un suivi de l'atteinte des objectifs qui y sont fixés avec des indicateurs.

Le cadre légal offre l'opportunité d'aller plus loin lors de son adoption :

- Mise en cohérence de la commande publique avec les politiques publiques développées par l'Agglomération (Projet de territoire, PCAET, etc.) pour développer le pilotage
- Levier d'optimisation budgétaire (meilleure gestion des procédures d'achat au juste prix, mutualisation)
- Levier pour la transition écologique (réduction de l'empreinte carbone, soutien à l'économie circulaire, exemplarité de l'action publique)
- Accès à des financements ou labels conditionnés par l'adoption d'un SPASER (labellisation Territoire Engagé Transition Écologique, financement européens)

Un achat public responsable c'est quoi ?



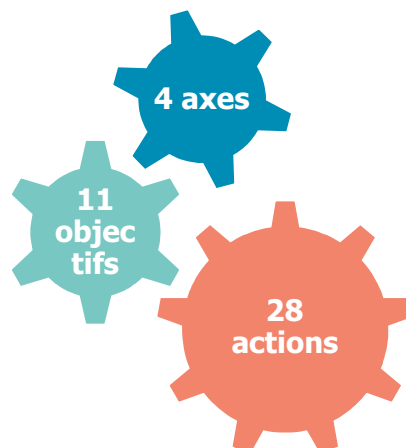
C'est un achat public qui :

- Intègre des dispositions en faveur de la protection ou de la mise en valeur de l'environnement, du progrès social, et favorisant le développement économique
- Prend en compte l'intérêt de l'ensemble des parties prenantes concernées par l'acte d'achat
- Permet de réaliser des économies « intelligentes » au plus près du besoin et incitant à la sobriété en termes d'énergie et de ressources.
- Intègre toutes les étapes du marché et de la vie du produit ou de la prestation

Définition PNAD – 2015-2020 Ministère de la Transition écologique et solidaire.

Le SPASER de l'Agglomération, c'est quoi ?

- Un premier SPASER de 18 mois pour mettre en place les conditions nécessaires à une stratégie d'achat efficiente
- Un premier SPASER pour intégrer les politiques de l'Agglomération dans tous les actes d'achat
- Un premier SPASER pour recenser et simplifier la mise en œuvre des réglementations durables
- Un premier SPASER pour mettre en œuvre les objectifs durables en limitant l'impact budgétaire



■ STRATEGIE 2025-2026

AXE 1

Gouvernance



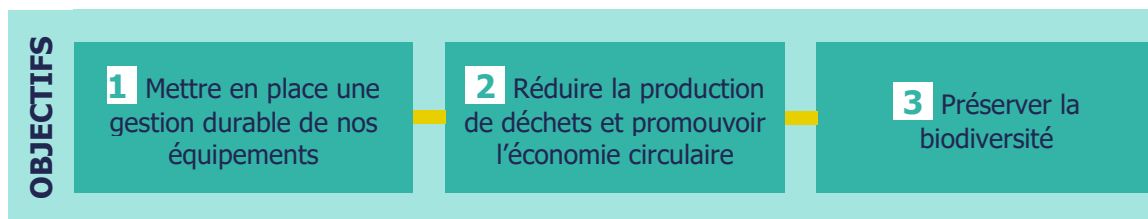
AXE 2

Economique



AXE 3

Environnemental



AXE 4

Social



■ STRATEGIE 2025-2026

AXE 1

GOUVERNANCE

OBJECTIF 1

Mettre en place la gouvernance de la stratégie achat

► Le périmètre achat représentant environ 60 millions d'euros par an, les ambitions politiques que l'Agglomération se fixe (Projet de territoire, PCAET, etc.) doivent être intégrées dans l'ensemble des achats. La mise en place d'une gouvernance achat structurée constitue

donc un levier stratégique pour assurer la cohérence, la performance et la durabilité des achats. Elle vise à clarifier les rôles et responsabilités des différents acteurs, à favoriser le dialogue entre acheteurs, prescripteurs et directions opérationnelles, et à diffuser une culture commune de l'achat responsable.

Cette gouvernance s'appuiera sur des instances de pilotage, des outils de suivi et des procédures harmonisées. Elle permettra d'orienter les décisions d'achat en lien avec les objectifs sociaux et environnementaux du SPASER, et d'assurer un suivi régulier des engagements pris par l'organisme.

OBJECTIF 2

Développer l'évaluation des contrats

► L'évaluation des marchés publics est un levier pour accroître les performances de nos achats et pour améliorer la transparence. Elle permet de mesurer l'efficacité des achats, de vérifier l'application des

clauses sociales et environnementales, et d'identifier des pistes d'amélioration. En analysant les résultats obtenus par rapport aux objectifs fixés, la Collectivité optimise ses dépenses tout en renforçant la confiance des citoyens et des entreprises.

C'est aussi un moyen d'impliquer les parties prenantes et de favoriser l'innovation. À l'heure des transitions écologiques et sociales, évaluer, c'est piloter mieux pour agir durablement.

OBJECTIF 3

Mettre en place une culture achat commune

► La complexité croissante du cadre réglementaire, l'intégration des objectifs environnementaux et sociaux, ainsi que la professionnalisation de la fonction achat imposent un développement continu des savoirs

et pratiques. Une culture achat commune et partagée permet de renforcer l'efficacité, la sécurité juridique et la durabilité des achats. Des actions de formation, de sensibilisation et de partage d'expériences seront mises en

œuvre afin de doter les acheteurs et prescripteurs des outils nécessaires pour concevoir des marchés responsables, innovants et performants, en phase avec les exigences des transitions.

FICHES ACTIONS AXE 1 - GOUVERNANCE

Objectif 1 - Mettre en place la gouvernance achat

Action 1.1.1

Mettre en place un Comité de pilotage (CoPil) définissant les grandes orientations stratégiques des achats de la collectivité



Pourquoi

Le périmètre achat représentant environ 60 millions d'euros par an, les ambitions politiques que l'Agglomération se fixe (Projet de territoire, PCAET, etc.) doivent être intégrées dans l'ensemble des achats.



Objectif

CoPil à mettre en place début 2026, le temps de regrouper les données pertinentes pour donner les grandes orientations de la politique achat.



Conditions de la réussite en cas d'objectif non chiffré

Organisation d'un CoPil annuel.

Action 1.1.2

Mettre en place le Comité technique (CoTech) de suivi des actions du SPASER



L'efficacité d'un SPASER est conditionnée par son suivi à échéance régulière pour vérifier l'état d'avancement, lever les freins et prendre en compte les évolutions (innovation, législation, etc.).



CoTech à mettre en place 4^{ème} trimestre 2025, le temps de regrouper les données pertinentes pour flécher les domaines d'achat prioritaires et pour faire le point sur l'avancement du SPASER.



Organisation d'au moins deux CoTech par an.

Action 1.1.3

Mettre en place les groupes de travail nécessaires à la réalisation des actions du SPASER et des priorités données par la collectivité



Le processus achat est complexe et impacte de nombreux intervenants, avec chacun leurs spécificité, regard et compétence. Il est donc nécessaire sur certaines actions de regrouper ces personnes au sein d'un groupe de travail pour partager les points de vue et faire ressortir des idées innovantes.



Groupe de travail à mettre en place sur les actions du SPASER en septembre 2025.



Organisation d'au moins un groupe de travail par axe.

Objectif 2 - Développer l'évaluation des contrats

Action 1.2.1 Développer l'évaluation financière



L'évaluation financière des marchés publics permet d'optimiser l'utilisation des deniers publics, d'assurer un meilleur pilotage de la dépense et d'analyser la performance économique réelle des marchés pour mieux anticiper les impacts budgétaires à moyen et long terme.



Mettre en place des indicateurs financiers pertinents par grande catégorie d'achat.



Déterminer les indicateurs pertinents sur les achats de fournitures.

Action 1.2.2 Développer l'évaluation qualitative



L'évaluation qualitative des marchés publics permet d'apprécier la valeur réelle des prestations au-delà du seul critère financier. Cette démarche vise à mesurer la qualité d'exécution, la satisfaction des usagers, le respect des engagements contractuels, ainsi que l'impact social ou environnemental des achats.



Mettre en place des indicateurs qualitatifs pertinents par grande catégorie d'achat.



Déterminer au moins deux indicateurs pertinents pour les opérations de travaux.

Action 1.2.3

Développer les indicateurs d'impact des différents axes (« le coût de l'action face au coût de l'inaction »)



Développer des indicateurs d'impacts permet de mesurer les effets concrets de la politique d'achat sur les plans économique, social et environnemental ainsi que sur l'organisation du travail des élus et des agents. Ils facilitent le pilotage du SPASER, renforcent la transparence et permettent d'ajuster les actions.



Mettre en place des indicateurs pertinents sur chaque axe du SPASER.



Mettre en place au moins un indicateur par axe.

Action 1.2.4

Mettre en place une cartographie achat



Mettre en place une cartographie des achats permet d'identifier les principaux postes de dépense, d'optimiser les stratégies d'approvisionnement et de mieux aligner les achats avec les objectifs sociaux et environnementaux. Elle favorise une gestion plus transparente, stratégique et cohérente, tout en facilitant les leviers d'économies.



Mettre en place la cartographie achat, ce qui nécessite d'avoir une nomenclature achat active pendant au moins un an.



Mettre en place une nomenclature achat au 1er janvier 2026.

Objectif 3 - Mettre en place une culture achat commune

Action 1.3.1

Réaliser un plan de formation agents & élus



Un plan de formation à destination des agents et des élus constitue un levier essentiel pour instaurer une culture d'achat commune. Il permet de renforcer les compétences, d'harmoniser les pratiques et de sensibiliser l'ensemble des acteurs aux enjeux de l'achat public durable et stratégique. Cette montée en compétence favorise une meilleure appropriation des objectifs du SPASER et une plus grande efficacité dans la conduite des marchés publics.



Mise en place d'un plan de formation en lien avec le SPASER.



Pour les élus, proposer des sessions de formations pour donner suite aux prochaines élections.
Pour les agents, proposer des sessions de formations.

Action 1.3.2

Rédiger un guide de la commande publique



Rédiger un guide de la commande publique permet d'uniformiser les pratiques, de sécuriser les procédures et de faciliter l'accès à l'information pour l'ensemble des services. Outil pédagogique et opérationnel, il contribue à diffuser une culture d'achat partagée, favorise la montée en compétence des agents et accompagne l'intégration des objectifs du SPASER.



Rédaction, diffusion et communication du guide de la commande publique.

■ STRATEGIE 2025-2026

AXE 2 ECONOMIQUE

OBJECTIF 1

Mettre en place des stratégies achats

➤ Mettre en place des stratégies achats sur les segments les plus importants de la commande publique permet d'optimiser les dépenses, de mieux répondre aux besoins des usagers et de maîtriser les risques. Cela

favorise une meilleure anticipation, une gestion plus efficiente des ressources et l'intégration des objectifs de développement durable, sociaux et économiques. En ciblant les segments à fort enjeu, l'acheteur public peut améliorer la performance

globale, sécuriser les approvisionnements, encourager l'innovation et renforcer l'accès des TPE/PME aux marchés. C'est un levier essentiel pour concilier efficacité économique et exigences de la commande publique responsable.

OBJECTIF 2

Développer la mutualisation

➤ La mutualisation s'entend à la fois dans le cadre des groupements de commandes mais également par l'utilisation des centrales d'achat, en plein essor et de plus en plus spécialisées. La mutualisation permet aux acheteurs publics de bénéficier d'économies d'échelle,

en regroupant les volumes pour obtenir de meilleures conditions tarifaires. Elle optimise les ressources en réduisant les démarches administratives et en partageant les compétences. Elle favorise également la planification, la sécurisation des approvisionnements et l'intégration de critères sociaux et

environnementaux. Les acteurs publics gagnent en efficacité, en performance et en cohérence dans leurs politiques d'achat, tout en contribuant à une commande publique plus durable et plus stratégique.

OBJECTIF 3

Développer la part de réponse des TPE/PME du territoire

➤ Favoriser la réponse des TPE/PME locales permet de soutenir l'économie du territoire, de créer de l'emploi et de renforcer le tissu entrepreneurial. Ces entreprises, souvent agiles et innovantes,

peuvent apporter des solutions adaptées aux besoins locaux. Leur implication favorise aussi des relations de proximité, une meilleure réactivité et une exécution plus qualitative des marchés. En diversifiant les fournisseurs,

l'acheteur public limite les risques et gagne en résilience. Cette dynamique répond au Projet de territoire de développer le tissu économique local.

FICHES ACTIONS AXE 2 - ECONOMIQUE

Objectif 1 - Mettre en place des stratégies achats sur les segments d'achats les plus importants

Action 2.1.1

Recruter un acheteur



Pourquoi

De la sécurisation juridique au pilotage des achats, les services marchés évoluent ce qui nécessite l'intégration de nouvelles compétences à même de permettre la mise en place d'indicateurs, de stratégie d'achat et de négociations pertinentes.



Objectif

Recrutement d'un acheteur au 1^{er} semestre 2026.



Conditions de la réussite en cas d'objectif non chiffré

Acheteur recruté.

Action 2.1.2

Déterminer les segments d'achat les plus importants



La mise en œuvre de la nomenclature achat permet de déterminer les segments d'achat les plus importants sur la base de la loi Pareto. Une fois ces segments identifiés, l'acheteur pourra, en lien avec les élus et directions opérationnelles, déterminer les stratégies à mettre en œuvre pour optimiser les achats.



Mettre en place les conditions pour déterminer les segments d'achat les plus importants.



Mettre en place une nomenclature achat au 1^{er} janvier 2026.

Objectif 2 - Développer la mutualisation

Action 2.2.1

Mettre en place un groupement permanent ou se constituer en centrale d'achat



La mise en place d'un groupement permanent ou la constitution de l'Agglomération en centrale d'achat permettra d'optimiser le lancement des groupements, avec une planification sur plusieurs années, et sera accompagné d'outils pour les rendre plus facile d'utilisation pour ses membres.



Mise en place du groupement permanent ou d'une centrale d'achat à la suite des élections.



Groupement permanent / centrale d'achat mis en place, informations et documents explicatifs diffusés aux communes au 4^{ème} trimestre 2026.

Action 2.2.2

Optimiser l'utilisation des centrales d'achat



Recourir à une centrale d'achat permet de gagner du temps en s'appuyant sur des procédures déjà sécurisées juridiquement. C'est un levier efficace pour optimiser les ressources. Les centrales sont idéales pour les achats récurrents ou standardisés, permettant de gagner du temps et de profiter de conditions tarifaires avantageuses grâce à la mutualisation et pour les achats nécessitant une expertise particulière (par exemple en matière de télécommunication).



Mettre en place les outils permettant d'optimiser l'utilisation des centrales d'achat (lister, communiquer sur les modalités d'utilisation, centraliser le suivi des centrales, etc.).



Mise en place des outils et de la centralisation.

Objectif 3 - Développer la part de réponse des TPE/PME du territoire

Action 2.3.1 Diffuser la planification des marchés



La mise à disposition des intentions d'achat, issues de la programmation pluriannuelle des achats, permet d'accroître la concurrence et l'innovation. Les opérateurs économiques pouvant anticiper les besoins de l'acheteur, bien en amont du lancement de l'avis d'appel public à la concurrence.



Mise en place d'un fichier regroupant les marchés et accords-cadres à lancer pour donner suite à la programmation budgétaire.



Mise en ligne sur le site institutionnel, au 1^{er} janvier 2026, de la programmation des marchés.

Action 2.3.2 Diffuser les données essentielles



La réglementation relative à la commande publique impose aux acheteurs de publier les données dites essentielles (caractéristique du marché, titulaire, montant, etc.). Cela favorise la transparence et renforce la confiance dans l'utilisation des deniers publics.



Mise en ligne des données essentielles en septembre 2026.

Action 2.3.3 Développer le sourçage



Le sourçage permet de rapprocher l'offre et la demande et de mieux appréhender les contraintes des opérateurs économiques et des acheteurs ainsi que les solutions innovantes que pourraient proposer les opérateurs économiques, notamment sur le territoire.



10 % des marchés notifiés ayant fait l'objet d'une phase de sourçage.

Action 2.3.4 Développer l'information disponible sur le site institutionnel



La rubrique achat de l'Agglomération présente déjà certaines informations, notamment liées à l'insertion. L'Agglomération souhaite poursuivre cette démarche pour faciliter l'accès des entreprises à ses consultations et leur faciliter la compréhension des marchés pour les inciter à répondre.



Développer l'information sur le site institutionnel pour permettre aux entreprises du territoire d'avoir une meilleure connaissance des marchés et des modalités de réponse pour le 4^{ème} trimestre 2026.

■ STRATEGIE 2025-2026

AXE 3 ENVIRONNEMENTAL

OBJECTIF 1

Mettre en place une gestion durable de nos équipements

Adopter une gestion durable de notre parc immobilier permet de réduire l'impact environnemental des bâtiments publics. En effet, le secteur du bâtiment représente une part importante des consommations énergétiques et des

émissions de gaz à effet de serre. Une gestion responsable permet non seulement d'optimiser les ressources, de limiter les consommations énergétiques et hydriques, mais également de favoriser des matériaux durables.

Cette approche améliore également le confort des usagers et diminue les coûts de fonctionnement sur le long terme. Elle s'inscrit dans une logique de transition écologique et de responsabilité des acheteurs publics.

OBJECTIF 2

Réduire la production de déchets et promouvoir l'économie circulaire

Réduire la production de déchets et promouvoir l'économie circulaire est un enjeu majeur pour limiter l'empreinte environnementale des achats publics. En favori-

sant la prévention, le réemploi, la mutualisation et le recyclage, les acheteurs peuvent diminuer la quantité de déchets générés tout au long du cycle de vie des produits

et des bâtiments. Cette démarche contribue à préserver les écosystèmes, tout en inscrivant l'action publique dans une logique d'exemplarité et de durabilité.

OBJECTIF 3

Préserver la biodiversité

La préservation de la biodiversité constitue un enjeu fondamental du développement durable en garantissant l'équilibre des écosystèmes et la résilience des territoires face aux changements climatiques. À travers ses achats, l'Agglomération dispose d'un

levier important pour limiter l'artificialisation des sols, protéger les milieux naturels et favoriser des pratiques plus respectueuses du vivant. Intégrer la biodiversité dans les clauses et critères des marchés publics, notamment

dans les aménagements paysagers, les constructions ou les entretiens d'espaces verts, permet d'encourager des solutions basées sur la nature, la gestion différenciée ou l'utilisation d'espèces locales.

FICHES ACTIONS AXE 3 - ENVIRONNEMENTAL

Objectif 1 – Mettre en place une gestion durable de nos équipements

Action 3.1.1

Construire et réhabiliter des bâtiments sobres en énergie



Pourquoi

Le patrimoine immobilier de l'Agglomération étant très important, une gestion sobre en énergie permet de limiter l'impact environnemental de ces bâtiments et d'en diminuer le coût de fonctionnement.



Objectif

- 80 % de part de marché de construction / réhabilitation avec un critère lié à la sobriété énergétique
- 80 % de part de marché de construction / réhabilitation avec un objectif énergétique chiffré ; soit une condition d'exécution fixant une consommation cible, dans le cadre des constructions neuves, ou fixant un taux d'énergie à atteindre, dans le cas de réhabilitations
- 50 % de part de marché de construction / réhabilitation ouvert aux variantes relatives à des procédés peu émissifs ou allant au-delà de la réglementation énergétique

Action 3.1.2

Réduire l'impact environnemental lié à la gestion de nos équipements



Au-delà de la gestion de équipements en interne, de nombreux équipements sont gérés dans le cadre de concessions. Il est donc nécessaire de travailler également à la réduction de l'impact environnemental de nos gestionnaires privés.



- 80 % des contrats de concessions intégrant des critères de choix liés à une gestion plus sobre en fluides
- 80 % des contrats de concessions comprenant une clause relative à la réduction des nuisances environnementales (rejet des eaux, consommation, éclairage)

Objectif 2 - Réduire la production de déchets et promouvoir l'économie circulaire

Action 3.2.1

Réduire la production de déchets



L'achat public est générateur de nombreux déchets, notamment dans les opérations de travaux et dans les marchés de fournitures. La réglementation impose de mettre en place des clauses de gestion et de suivi des déchets. Néanmoins, ces clauses ne sont pas toujours adaptées et respectées, il est donc nécessaire d'organiser un suivi effectif pour que ces clauses soient efficaces et avoir des retours d'expérience permettant une amélioration continue de nos processus.



- 50 % de part de marché de travaux avec un suivi des déchets complet (de la notification du marché de maîtrise d'œuvre au suivi effectif sur le chantier)
- 80 % de part de marché de fourniture comprenant une clause relative aux emballages plastiques

Action 3.2.2

Promouvoir l'économie circulaire



Permettre aux entreprises de récupérer des matériaux et équipements (tels que portes, sanitaires, radiateurs, briques, parquet, charpente, etc.) permet de réduire les déchets, limite l'extraction de nouvelles ressources et encourage les filières du réemploi. En outre, intégrer une réflexion sur l'utilisation de ces ressources lors des opérations de constructions et réhabilitations permet de favoriser cette filière et soutient les acteurs locaux engagés dans l'économie circulaire. C'est une démarche concrète d'exemplarité environnementale où l'Agglomération pour intervenir en amont (avec une dépose soignée) et en aval (en faisant appel à la filière du réemploi).



- 80 % de part de marché de maîtrise d'œuvre comprenant une étude du réemploi (en amont et / ou en aval de la filière)
- 50 % de part de marché de démolition et réhabilitation ayant fait l'objet d'un diagnostic PEMD (produits, équipements, matériaux et déchets) pour déterminer ce qui peut être réemployé

Objectif 3 - Préserver la biodiversité

Action 3.3.1

Prendre en compte la préservation de la biodiversité dans nos achats



Prendre en compte la biodiversité dans nos achats consiste à intégrer des critères et des pratiques qui limitent l'impact des marchés publics sur les écosystèmes. Cela passe par le choix de produits respectueux de la faune et de la flore, la priorisation de matériaux naturels et durables, ou encore la prise en compte des enjeux écologiques dans les prestations de travaux, d'entretien et d'aménagement. En agissant ainsi, l'achat public devient un levier direct de préservation de la biodiversité locale.



- Favoriser les éléments de construction favorables à la biodiversité (au travers de critères / spécificités techniques)
- Développer les espèces locales au travers des clauses techniques



Mettre en place les conditions de travail permettant de prendre en compte la préservation de la biodiversité dans nos achats (organiser la transversalité, avec notamment le service des milieux naturels, lors de la définition des besoins).

Action 3.3.2

Protéger la ressource en eau



La pression croissante sur les ressources naturelles impose une réflexion sur la protection de la ressource en eau, notamment lors de travaux pour s'assurer de ne pas polluer les nappes phréatiques.



80 % de part de marché de travaux comprenant une clause dédiée à la protection de la ressource en eau.

■ STRATEGIE 2025-2026

AXE 4 SOCIAL

OBJECTIF 1

Favoriser l'insertion pour un retour à l'emploi durable

Favoriser l'insertion au sein des marchés publics constitue un levier dans la lutte contre l'exclusion et le chômage de longue durée sur le territoire. En mobilisant la commande publique, notre Agglomération peut générer des opportunités concrètes

d'insertion professionnelle pour les publics qui en sont le plus éloignés. L'intégration de clauses sociales, en lien avec la facilitatrice, permet d'accompagner ces personnes vers une activité stable et qualifiante, tout en

répondant aux besoins économiques de notre territoire. Cette démarche contribue à renforcer la cohésion sociale, à développer les compétences locales et à valoriser la responsabilité sociale de nos opérateurs économiques.

OBJECTIF 2

Lutter contre les discriminations et promouvoir l'égalité

Lutter contre les discriminations et promouvoir l'égalité dans nos marchés publics permet de valoriser la diversité au sein du territoire. En intégrant des critères sociaux inclusifs, notre Agglomération affirme son engagement en faveur d'une société plus

juste et respectueuse des différences. Cette démarche vise à prévenir les inégalités liées au genre, au handicap, à l'âge ou à toute autre forme de discrimination, en favorisant des pratiques de recrutement et de travail équitables. La lutte contre les

discriminations via la commande publique permet d'inciter les opérateurs économiques à s'emparer de ces sujets sociétaux. Elle contribue ainsi à renforcer la cohésion sociale et à faire de la commande publique un outil exemplaire d'égalité des chances.

FICHES ACTIONS AXE 4 - SOCIAL

Objectif 1 – Favoriser l'insertion pour un retour à l'emploi durable

Action 4.1.1

Développer l'insertion dans tous les types de marchés



Pourquoi

L'Agglomération a une longue pratique de l'insertion dans ses marchés de travaux. Il est néanmoins nécessaire de développer l'insertion dans les autres typologies d'achat (prestations intellectuelles, maîtrise d'œuvre, fournitures courantes et services) pour mieux cibler les publics. Au-delà des objectifs chiffrés, en part de marché, des outils sont nécessaires pour mieux connaître les possibilités, et les réalisations de l'Agglomération.



Objectif

- Insertion dans 50% des marchés publics
- Insertion dans 100% des marchés dont le montant est supérieur aux seuils européens
- Présentation en CoPil de la cartographie des profils (avec le recensement des ETP sous contrat)
- Recensement des équivalents temps pleins sous contrat

Action 4.1.2

Développer les marchés réservés à des entreprises de l'économie sociale et solidaire ou employant des personnes défavorisées ou appartenant à des groupes vulnérables



En soutenant ces structures par des marchés réservés, l'Agglomération favorise l'accès à l'emploi pour des publics éloignés du marché du travail. C'est un moyen de renforcer le tissu local en valorisant des entreprises engagées. Il est donc nécessaire d'avoir une connaissance fine des besoins de l'Agglomération et des possibilités offertes par les acteurs du territoire.



- Augmentation du nombre de marchés attribués à des entreprises solidaires d'utilité sociale (3 marchés réservés en 2024)
- Mise en place de la cartographie des solutions mobilisables et présentation en CoPil



- Déterminer la part en nombre de marchés attribués à des entreprises solidaires d'utilité sociale
- Déterminer la part en nombre de marchés attribués à des entreprises employant des personnes défavorisées ou appartenant à des groupes vulnérables

Action 4.1.3

Soutenir et promouvoir les entreprises de l'économie sociale et solidaire



De la même façon que pour le développement des marchés réservés, ce soutien permet de renforcer une économie locale durable, inclusive et responsable.



- Réaliser une cartographie du territoire
- Réaliser du sourçage auprès des entreprises cartographiées lorsque ces entreprises peuvent répondre à un besoin spécifique de l'Agglomération



Nombre de sourçages réalisés auprès des entreprises de l'économie sociale et solidaire.

Objectif 2 - Lutter contre les discriminations et promouvoir l'égalité

Action 4.2.1

Rédaction et mise en place d'une clause dans toutes les typologies de marchés des démarches engagées par les opérateurs économiques sur les actions mises en place en leur sein (information, formation du personnel...)



Intégrer des clauses pour mieux connaître les réalisations des opérateurs économiques permet d'avoir une meilleure visibilité, de démontrer l'importance que la lutte contre les discriminations a pour l'Agglomération, sans que cela ne soit contraignant, dans le cadre de ce premier Spaser, pour les opérateurs.



Création d'un groupe de travail élargi pour déterminer les questions qui revêtent une importance particulière pour l'Agglomération en matière de lutte contre les discriminations, quelles qu'elles soient.



Clause-type rédigée et insérée dans les cahiers des charges

Action 4.2.2

Intégrer des critères d'analyse des candidatures ou des offres dans la procédure de passation des marchés relatifs à l'engagement des candidats au titre des actions prises en faveur de la lutte contre les discriminations et la promotion de l'égalité



De tels critères permettront de favoriser les opérateurs engagés dans des démarches de lutte contre les discriminations, ce qui incitera l'ensemble des opérateurs à travailler sur ces sujet, sans être contraignant.



Création d'un groupe de travail élargi pour déterminer les modalités de valorisation des candidatures et des offres en matière de lutte contre les discriminations, quelles qu'elles soient.



Rédaction de critères-types à intégrer dans les analyses des candidatures et / ou des offres.

■ SYNTHÈSE DES ACTIONS

Axes	Objectifs	Actions
Axe Gouvernance	Mettre en place la gouvernance achat	▪ Mettre en place un CoPil ▪ Mettre en place un CoTech ▪ Mettre en place des groupes de travail
	Évaluer les contrats	▪ Évaluer financièrement les achats ▪ Évaluer qualitativement les achats ▪ Mettre en place des indicateurs d'impact ▪ Cartographie des achats
	Culture achat commune	▪ Plan de formation ▪ Guide de la commande publique
Axe Economique	Mettre en place des stratégies achats	▪ Recruter un acheteur ▪ Déterminer les segments d'achat les plus importants
	Développer la mutualisation	▪ Mettre en place un groupement permanent ou se constituer en centrale d'achat ▪ Optimiser l'utilisation des centrales d'achat
	Développer la part de réponse TPE/PME	▪ Diffuser la planification des marchés ▪ Diffuser les données essentielles ▪ Développer le sourcing ▪ Développer l'information sur Internet
Axe Environnemental	Gestion durable des équipements	▪ Construire / réhabiliter de manière sobre en énergie ▪ Réduire l'impact environnemental des équipements
	Réduction des déchets et économie circulaire	▪ Réduire la production de déchets ▪ Promouvoir l'économie circulaire
	Préserver la biodiversité	▪ Prendre en compte la biodiversité dans nos achats ▪ Protéger la ressource en eau
Axe Social	Favoriser l'insertion pour un retour à l'emploi durable	▪ Développer l'insertion dans tous les types de marchés ▪ Augmenter le nombre de marchés réservés ▪ Augmenter la part des entreprises sociales et solidaires
	Lutter contre les discriminations et promouvoir l'égalité	▪ Rédiger des clauses sur les engagements des opérateurs économiques ▪ Développer les critères liés à l'engagement des candidats

■ SPASER & PROCESSUS D'ACHAT

Avec le SPASER pour chaque marché public le processus d'achat évolue :



Avant d'acheter

- Recenser & anticiper pour s'assurer de la mise en place des actions du Spaser
- S'interroger sur la pertinence de l'achat
- Travailler en transversalité (groupements, services intéressés et / ou concernés, insertion, finances)
- Benchmark & sourcing (innovation, offres disponibles sur le territoire)



Procédure

- Intégrer les évaluations des précédents marchés à la réflexion
- Mettre en place des procédures permettant l'innovation (variantes), les négociations, critères adaptés à chaque marché
- Intégrer clauses durables dans les cahiers des charges techniques et administratifs
- Diminuer l'impact environnemental des procédures (visio, papier, partage de documents)



Exécution

- Accompagner les entreprises pour l'application des clauses
- Contrôler l'application des clauses sociales et durables (collecte des données)
- Evaluer les contrats (financièrement, qualitativement, etc.)
- Diminuer l'impact environnemental de l'exécution des marchés publics (privilégier les visios lorsque c'est pertinent, partage de documents)



Après la fin du contrat

- Evaluer le contrat (procédure pertinente, clauses et budgets respectés, évaluation des avenants, évaluation sur le long terme des choix techniques, etc.)
- Alimenter les indicateurs pour atteindre les objectifs
- Capitaliser sur l'expérience (mesures correctives, alerte sur les critères de choix, rédaction des clauses, choix techniques, etc.)



Hôtel d'Agglomération Seine-Eure

1, place Ernest Thorel, 27400 Louviers
02 32 50 85 50 | agglo-seine-eure.fr

Service Marchés Publics

02 76 46 03 30
marchespublics@seine-eure.com

Q | agglo-seine-eure.fr



**seine
-eure**
agglo