

# RECUEIL PRATIQUE



## PROMOUVOIR L'ÉGALITÉ FEMMES-HOMMES DANS LA COMMANDE PUBLIQUE

La promotion de l'égalité femmes-hommes dans la commande publique constitue un enjeu émergent au sein de l'achat socialement responsable.

Ce recueil reflète l'état des pratiques des acheteurs mobilisant des considérations relatives à l'égalité femmes-hommes dans la commande publique. Il a vocation à valoriser ces démarches innovantes, susceptibles d'inspirer et d'accompagner la réflexion d'autres organismes acheteurs qui souhaiteraient investir le sujet de la promotion de l'égalité femmes-hommes au titre des aspects sociaux de la commande publique.

Les exemples de pièces marchés relatés et leur éventuelle réutilisation ou adaptation, relève ainsi de la responsabilité de chaque organisme acheteur.

Le Centre Hubertine Auclert et le GIP Maximilien tiennent à adresser leurs sincères remerciements à l'ensemble des contributeurs qui ont bien voulu partager leur expérience sur ce sujet : Direction des Achats de l'État (DAE), Ville de Paris, Ville de Lyon, Lyon métropole, Ville et métropole de Bordeaux, Nantes métropole, Eurométropole de Strasbourg, Aix Marseille métropole, l'UGAP, France Urbaine et l'Alliance Villes Emploi.

### CONCEPTION ET RÉDACTION

Pauline DEHANI : Consultante, Experte aspects sociaux commande publique

### GRAPHISME

GIP Maximilien et Centre Hubertine Auclert

### DATE DE PUBLICATION

Septembre 2023





# ÉGALITÉ, SOURCING ET DÉFINITION DU BESOIN



LES FICHES PRATIQUES  
GIP MAXIMILIEN



## OBJECTIF STRATÉGIQUE

Le **sourcing** permet à l'organisme acheteur « d'effectuer des consultations ou réaliser des études de marché, de solliciter des avis ou d'informer les opérateurs économiques<sup>1</sup> de son projet et de ses exigences », afin de préparer la passation d'un marché (Article R. 2111-1 CCP).

Par cette démarche, l'organisme acheteur peut évaluer la capacité des opérateurs économiques à répondre à ses besoins, y compris ses besoins en termes d'innovation et de qualité sociale de la prestation<sup>2</sup>. Ceci autorise l'organisme acheteur à « sourcer » sur la prise en compte de l'égalité femmes-hommes par les soumissionnaires, afin de développer une bonne connaissance des enjeux et des pratiques existantes, par segment d'achat.

Il sera ainsi en mesure, à l'issue de cette démarche, de **définir précisément quel est son besoin et quelles sont ses exigences, réalistes et proportionnées, relatives à la prise en compte de l'égalité femmes-hommes**. Du travail sur la **définition du besoin**, va découler pour l'organisme acheteur le choix du levier juridique pertinent pour promouvoir l'égalité femmes-hommes dans le cadre de la réalisation du marché (objet du marché, condition d'exécution, plan de progrès, spécifications techniques, critère d'attribution, etc.).

## EN MATIÈRE D'ÉGALITÉ FEMMES-HOMMES, LA LOI DÉTERMINE NEUF DOMAINES D' ACTIONS :

- Embauche
- Rémunération effective
- Formation
- Qualification
- Classification
- Conditions de travail
- Promotion professionnelle
- Sécurité et santé au travail
- Articulation entre vie professionnelle, personnelle et familiale

La formulation même de **l'objet du marché** est susceptible de faire expressément référence à l'égalité femmes-hommes. Si la Direction des Affaires Juridiques de Bercy reconnaît la faculté de l'organisme acheteur d'intégrer un critère d'attribution relatif à l'égalité femmes-hommes<sup>3</sup>, il importe de mentionner pour la bonne information du lecteur ou de la lectrice, qu'il existe en parallèle d'autres interprétations juridiques plus restrictives, qui tendent à questionner la caractérisation du lien entre un critère relatif à l'égalité et l'objet du marché quel qu'il soit.

Si tous les organismes acheteurs ne prennent pas cette précaution, considérant ce risque faible et maîtrisé, le fait de **mentionner expressément la prise en compte de l'égalité femmes-hommes dans l'objet contractuel du marché**, dès lors que cela est pertinent, vient renforcer juridiquement si besoin était, le lien entre l'objet du contrat et les critères d'attribution ou conditions d'exécution s'y rapportant.

**Par exemple** : « *Service de soins à domicile tenant compte de la problématique hommes-femmes* », ou « *Conception d'un plan de mobilité urbaine tenant compte du genre* » ; ou encore : « *Acquisition de services de formation intégrant des mesures de conciliation entre la vie personnelle, professionnelle et familiale* »

<sup>1</sup> Bien que le terme « opérateur économique » puisse renvoyer aussi bien à une personne physique que morale, et devrait à ce titre comporter un versant féminin (opératrice), il figure dans ces fiches au masculin afin de reprendre la terminologie du code de la commande publique.

<sup>2</sup> Pour approfondir : [Guide DAE Le sourcing opérationnel, 2019](#)

<sup>3</sup> Sur ce point, voir le guide [DAJ Aspects sociaux de la commande publique, 2022 : Fiche 12 Pratiques pour promouvoir l'égalité dans la commande publique](#), Point 3.5 Prévoir un critère d'analyse des offres sur l'égalité femmes-hommes.



## RETOUR D'EXPÉRIENCES

### 1. IDENTIFIER LES ENJEUX ÉGALITÉ SUR UN PROJET DE MARCHÉ

La **Direction des Achats de l'État** (DAE) décrit la phase de sourcing comme étant une étape primordiale : de l'analyse de l'avant-projet et des échanges préalables avec les opérateurs économiques, va découler la caractérisation précise du besoin. Il s'agit d'une analyse au cas par cas, qui doit permettre de dégager les enjeux sociaux et environnementaux du projet d'achat, pour mobiliser en réponse les leviers pertinents. À l'issue du sourcing, l'organisme acheteur va pouvoir identifier les leviers à actionner, sur le plan social ou environnemental, et choisir de mobiliser plutôt tel ou tel dispositif, pour atteindre les résultats escomptés au regard des enjeux prioritaires qui auront été identifiés. Le dialogue avec la structure facilitatrice des clauses sociales d'**Ensemble Paris Emploi Compétences** (EPEC) a permis de mener une analyse fine des métiers qui seront mobilisés dans le cadre du projet de marché, contribuant au repérage des enjeux en termes d'égalité professionnelle.

L'expérience de la DAE en termes de sourcing relatif à l'égalité femmes-hommes, est intervenue auprès de ses fournisseur-euses en matière de location et maintenance de solutions d'impression. Cette expérience montre que la démarche n'a pas été vécue comme un frein pour les entreprises en termes de positionnement sur l'appel d'offre, les opérateurs prenant de plus en plus largement en considération ces sujets. Le sourcing permet d'évaluer le niveau de maturité des soumissionnaires sur le sujet<sup>4</sup>, pour être plus pertinent dans la formulation des exigences.

### 2. QUESTIONNAIRE FACULTATIF DE SENSIBILISATION À L'ÉGALITÉ AU STADE DE LA CONSULTATION (SOURCING) – TOUT SEGMENT D'ACHAT

L'**Eurométropole de Strasbourg** mobilise en phase de consultation, un **questionnaire** facultatif relatif à la prise en compte de l'égalité femmes-hommes, que renseignent les entreprises. À vocation strictement pédagogique, la démarche permet d'objectiver le niveau de maturité des opérateurs économiques et d'identifier les bonnes pratiques. Il implique néanmoins de la disponibilité en termes de ressources humaines, pour l'analyse et l'exploitation des questionnaires rendus.

### 3. PRISE EN COMPTE DU GENRE DANS LA DÉFINITION DU BESOIN ET L'OBJET DU MARCHÉ - MAÎTRISE D'OEUVRE

La **Ville de Paris** et la **Ville de Lyon** intègrent dans les marchés de maîtrise d'œuvre relatifs à l'aménagement de l'espace public (réhabilitation de places, construction d'aires de jeux, pistes cyclables inclusives, etc.) une approche de genre. Cette dimension est considérée dès la formulation du besoin de l'organisme acheteur, et se traduit en exigences vis-à-vis du ou de la soumissionnaire.

*« La question de la place des femmes dans l'espace public est une donnée essentielle du projet, la vision d'un espace genré et aimable, l'aménagement permettant une appropriation simple et directe par les femmes seront des éléments à prendre en compte pour les solutions proposées par la maîtrise d'œuvre, conformément au guide de bonnes pratiques disponible [ici](#) »*

*Pour cela, par exemple, des actions dédiées peuvent être menées aux étapes suivantes :*

- *Communication des opérations d'aménagement : employer des images et des messages sans stéréotype de sexe et adopter l'écriture inclusive*
- *Concertation : inviter les riveraines ou les associations de femmes, adapter les horaires et les formats des réunions et organiser une prise de parole paritaire*
- *Études urbaines et évaluations : mener des diagnostics genrés*
- *Aménagement : veiller à proposer des objets adaptés à l'usage de tout.e.s (agrès adaptés aux femmes et aux seniors, bancs et mobiliers urbains conçus pour toute la population dans sa diversité). »*

**Marché de MOE (ville de Paris)**

<sup>4</sup> Voir sur ce sujet le guide *Egalité Femmes Hommes, mon entreprise s'engage*, Le laboratoire de l'égalité, 2021.



## MÉTHODE

### 1. INSCRIRE LA DÉMARCHE DANS LES DOCUMENTS CADRE ET DÉFINIR UNE STRATÉGIE PRÉALABLE

Les politiques et documents cadre de l'organisme acheteur permettent d'appuyer et de communiquer sur la démarche de mobilisation de considérations relatives à l'égalité dans la commande publique.

Si les SPASER sont largement mobilisés dans ce cadre (voir fiche dédiée), d'autres stratégies peuvent concourir au portage de la démarche : le rapport obligatoire des collectivités en matière d'égalité femmes-hommes peut être mobilisé, comme à **Bordeaux**, ou encore la Feuille de route égalité (**Paris**), mais aussi plus largement la démarche de labélisation Afnor Diversité et Égalité professionnelle (**Paris, Bordeaux, Nantes**).

Une logique de seuil pour la mobilisation de ces considérations égalité peut également être envisagée, pour prioriser la démarche : à **Bordeaux** seules les délégations de services publics mobilisent des conditions d'exécution relatives à l'égalité ; à **Paris**, un seuil a été fixé : les marchés supérieurs à 3 ans et 50 000 euros mobilisent une clause de lutte contre les discriminations.

Il s'agit de cibler les secteurs économiques et les opérations les plus pertinentes pour porter la démarche et susciter l'engagement des opérateurs économiques.

### 2. TRAVAILLER EN MODE PROJET

Une approche transversale est à privilégier, en s'appuyant sur les ressources internes mobilisables, et/ou les partenaires externes disposant d'une expertise sur le sujet. Les services achats peuvent éventuellement s'appuyer sur des services internes à leur structure, tels que :

- La mission Label égalité diversité (Bordeaux, Paris, Nantes)
- La mission Budget sensible au genre (Paris, Lyon)
- La mission Égalité (Lyon)

Au stade de l'analyse préalable d'un projet de marché, les grandes étapes à considérer pour prendre en compte l'égalité peuvent être synthétisées de la manière suivante :

- Étude préalable, pour déterminer si l'aspect genre/égalité doit être inclus dans le marché.
- Recueil et analyse d'informations (statistiques, études, rapports) en propre, ou en lien avec des partenaires qualifiés.
- Définition des scénarii d'intégration de l'aspect genre/égalité dans le marché et des conditions d'exécution possibles.
- Réalisation du sourcing : validation ou adaptation des conditions d'exécution visées (qui doivent être réalisables et proportionnées).



## EN PRATIQUE

En phase de déploiement du marché, la mobilisation de considérations relatives à l'égalité, comme toute autre considération, va nécessiter un **suivi d'exécution**, et implique de pouvoir dégager un temps pour cela. L'**UGAP** préconise de bien calibrer dès le stade de la conception du marché, les informations qui vont être demandées aux entreprises, et de construire les outils de suivi et de collecte des informations et résultats, lors de la phase de préparation du marché.

L'institut pour l'égalité entre les femmes et les hommes de Belgique, a publié en 2018, [une check-list](#) pour l'intégration de la dimension de genre et la prise en compte de l'égalité des femmes et des hommes dans le cadre des marchés publics. Il s'agit d'une pratique inspirante qui peut accompagner l'organisme acheteur dans sa réflexion.

### Intégration de la dimension de genre dans les marchés publics

#### 1. Langage

Le langage utilisé dans l'avis de marché et le cahier des charges est-il le plus inclusif possible, afin qu'il soit évident que l'on doit aussi bien tenir compte de la situation des femmes que de celle des hommes dans le cadre de l'exécution du marché ?

#### 2. Détermination du marché

Au niveau de la définition des objectifs du marché a-t-on vérifié si le marché concerne un domaine dans lequel il existe des différences de situation entre les femmes et les hommes (dimension de genre) ? S'il y a une dimension de genre : les objectifs du marché tiennent-ils compte des différences de situation entre les femmes et les hommes ?

#### 3. Étude de marché préalable

Dans le cadre de l'étude de marché, vérifie-t-on concrètement si dans le domaine du marché, il existe des différences de situation entre les femmes et les hommes (dimension de genre) dont il est préférable de tenir compte dans le cadre de l'élaboration du cahier des charges ?

#### 4. Critères d'attribution

Y a-t-il dans les critères d'attribution des éléments relatifs à d'éventuelles différences entre les femmes et les hommes (dimension de genre) ?

#### 5. Condition d'exécution

Dans les conditions d'exécution est-il demandé de tenir compte des éventuelles différences entre les femmes et les hommes (dimension de genre) ?

### Prise en compte de l'égalité Femmes-Hommes dans les marchés publics

#### 1. Langage

Le langage utilisé dans l'avis de marché et le cahier des charges est-il le plus inclusif possible, afin qu'il soit évident que l'exécution du marché peut être confiée aussi bien à des femmes qu'à des hommes ?

#### 2. Étude de marché préalable

Dans le cadre de l'étude de marché vérifie-t-on concrètement s'il est possible de favoriser la représentation aussi bien des femmes que des hommes au niveau de l'équipe chargée de l'exécution du marché ?

#### 3. Motif d'exclusion<sup>5</sup>

Les motifs d'exclusion reprennent-ils l'exclusion automatique des soumissionnaires qui ont par le passé commis des infractions à la législation sociale pertinente et notamment aux obligations en matière d'égalité entre les femmes et les hommes ?

#### 4. Critères d'attribution

Les critères d'attribution reprennent-ils des éléments concernant la promotion de l'égalité professionnelle ?

#### 5. Condition d'exécution

Est-il demandé de promouvoir l'égalité entre les femmes et les hommes dans les conditions d'exécution du marché ?

<sup>5</sup> Les motifs d'exclusion relatif à l'égalité sont traités dans le guide DAJ Aspects sociaux de la commande publique : Fiche 12, Point 3.1. Faire connaître les motifs d'exclusion de la commande publique relatifs à l'égalité.





# CONDITIONS D'EXÉCUTION RELATIVES À L'ÉGALITÉ

LES FICHES PRATIQUES  
GIP MAXIMILIEN



## OBJECTIF STRATÉGIQUE

Il s'agit pour l'organisme acheteur de prévoir des conditions d'exécution relatives à l'égalité femmes-hommes, dont la réalisation s'inscrit au cours et dans le périmètre de l'exécution du marché, et qui s'imposent à l'entreprise. Le plus souvent, ces clauses concernent des exigences relatives aux salarié-es affecté-es à la réalisation du contrat public, car elles se prêtent d'avantage aux marchés mobilisant de la main d'œuvre. Ces conditions d'exécution sont susceptibles de concerner l'ensemble des secteurs d'activités, selon les enjeux d'égalité repérés lors du sourcing préalable.

Le panel des considérations susceptibles d'être prises en compte par l'organisme acheteur sur l'égalité femmes-hommes est multiple, et découle des caractéristiques du marché et du travail de caractérisation du besoin. La diversité des techniques mobilisables permet d'avoir une approche plus ouverte ou plus prescriptive, selon l'effet recherché et l'enjeu égalité identifié. Ces techniques peuvent être mobilisées conjointement ou non, et permettent de s'adapter à l'approche adoptée par l'organisme acheteur.

## RETOUR D'EXPÉRIENCES

### 1. CLAUSES INCITATIVES RELATIVES À LA PROMOTION DE LA DIVERSITÉ OU LA LUTTE CONTRE LES DISCRIMINATIONS - TOUS SECTEURS D'ACTIVITÉS

**La Ville de Paris, la Ville de Lyon et la Ville et la métropole de Bordeaux**, mobilisent des clauses visant à sensibiliser les soumissionnaires, au sujet de la lutte contre les discriminations et de la promotion de la diversité. Ce questionnaire, renseigné par l'entreprise en phase de soumission, n'est pas pris en compte dans l'attribution du marché et ne fait pas l'objet d'un engagement contractuel. Dans le cas de Paris, il est renseigné dans le cadre de la consultation, puis 6 mois avant la fin de marché.

Il s'agit surtout de mener une démarche de sensibilisation de ses fournisseurs au sujet de l'égalité. Bien que non contraignantes, ces clauses incitatives renferment un intérêt pédagogique vis-à-vis des opérateurs économiques, qui sont amenés à mieux considérer le sujet.



## 2. CLAUSE DE PROGRÈS RELATIVE À LA LUTTE CONTRE LES DISCRIMINATIONS ET LA PROMOTION DE L'ÉGALITÉ

**La Ville et la métropole de Nantes** mobilisent une condition d'exécution relative à l'égalité sur les secteurs prioritaires identifiés (gestion des déchets, distribution, nettoyage, enlèvements des graffitis).

Cet engagement de progrès est présenté en *fiche 3 Critères d'attribution relatif à l'égalité*, dans la mesure où la clause relative à un engagement de progrès «égalité», et un critère d'attribution sont mobilisés conjointement par l'organisme acheteur.

Il est toutefois envisageable de mobiliser une telle clause de progrès «égalité» en tant que simple condition d'exécution, sans y adosser un critère.

Cette clause de progrès implique également les sous-traitant-es, et est assortie de pénalités en cas de non-réalisation. Le suivi est porté en interne au service marché. Voir présentation et rédaction associée en Fiche 3.

Pionnière dans la mobilisation de l'approche genrée dans la conception des politiques publiques, la ville de Vienne (Autriche) mobilise dans ses marchés des clauses de progrès relatives à l'égalité femmes-hommes et à la lutte contre les discriminations, en tant que condition d'exécution du marché, et dans les limites de celui-ci. Cette initiative a été retravaillée pour être mobilisable en considération de la législation française du code du travail.

Les mesures concernent les salarié-es susceptibles d'être affecté-es ou participant de manière directe ou indirecte à l'exécution du marché, et ne s'appliquent qu'aux entreprises soumissionnaires de plus de 11 salarié-es.

**L'ENTREPRISE CANDIDATE S'ENGAGE À METTRE EN ŒUVRE LES MESURES QU'ELLE SÉLECTIONNE PARMIS UN CATALOGUE DE MESURES DE PROMOTION DE L'ÉGALITÉ FEMMES-HOMMES, RÉPERTORIÉES EN 4 SOUS-GROUPES THÉMATIQUES :**

→ **Promotion des femmes dans le recrutement**

→ **Renforcement de l'accès des femmes à la formation**

→ **Équilibre vie professionnelle vie personnelle**

→ **Mesures structurelles**

En considération de leur taille, les entreprises s'engagent sur deux actions (de 11 à 49 salarié-es), ou quatre actions (au-delà de 50 salarié-es), appartenant chacune à des sous-groupes distincts.

À l'attribution, la proposition du ou de la soumissionnaire devient une condition d'exécution.

En termes de suivi, à la moitié du délai d'exécution, puis lors du dernier trimestre d'exécution du marché, le ou la titulaire fournit à la maîtrise d'ouvrage une attestation écrite détaillant les mesures mises en œuvre à date, contresignée par un-e représentant-e du Comité social et économique, ou par les membres de l'instance représentative des salarié-es en charge des questions relatives à l'égalité femmes-hommes. Une restitution est organisée en fin de marché.





### 3. CLAUSES RELATIVES À LA MIXITÉ DES SALARIÉ·ES AFFECTÉ·ES À LA RÉALISATION DU CONTRAT

Sur les contrats de travaux d'une durée significative, il est recommandé pour l'organisme acheteur de prévoir explicitement l'installation de **bases vies mixtes**, indépendamment du prévisionnel de la composition des équipes, pour lever cet obstacle matériel des femmes à l'accès à ces métiers, et adapter les conditions de travail par anticipation<sup>1</sup>.

#### → EST-IL POSSIBLE POUR L'ORGANISME ACHETEUR DE DÉFINIR DES QUOTAS DE PERSONNELS FÉMININS AFFECTÉS À LA RÉALISATION DU MARCHÉ ?

L'état actuel du droit amène à être prudent-es sur ce point. Le retour d'expérience d'un organisme acheteur semble intéressant à cet égard.

**Un organisme acheteur public** a pu mobiliser un plan de progrès de promotion de l'égalité femmes-hommes, **sur un marché de propreté**.

La phase de sourcing a permis d'identifier sur ce secteur, fortement féminisé, une sous-représentation des femmes au niveau des postes d'encadrement. Il a ainsi été choisi de mobiliser un plan de progrès en matière d'égalité professionnelle : celui-ci prévoyait, à l'égard des personnels affectés à la réalisation du marché, l'objectif de tendre vers 50% ou plus de personnel féminin parmi les personnels encadrants, à 6 mois du terme de l'exécution du marché.

L'accent était porté sur le suivi, qui permet d'obtenir de bons résultats même en l'absence de pénalités assorties aux engagements. Le taux de réponse des soumissionnaires sur ce plan de progrès égalité fut en effet de 90%. En termes de résultat, 45% des personnels encadrants de ce marché étaient des femmes, et 65% du total des marchés de nettoyage concernés par cette clause, ont un taux d'encadrement supérieur ou égal à 50%.

Le fait d'imposer l'atteinte de 50 % minimum de femmes au sein des publics affectés à la réalisation du marché, pourrait néanmoins être interprété comme une **discrimination positive**, laquelle est **interdite en droit français à moins de n'être explicitement prévue par la loi**.

Ici le fait que l'exigence soit souple dans sa formulation, et qu'elle ne soit pas assortie de pénalité vient atténuer ce risque. Une approche où le ou la **soumissionnaire définit, à son initiative, sa marge de progression en termes de mixité des salarié-es, semble plus sécurisée**.

Ce même organisme acheteur, fort de cette première expérience, prévoit la mobilisation d'une démarche similaire sur l'offre de **prestations intellectuelles informatiques**. Le sourcing a en effet permis d'identifier des tensions de recrutement dans le secteur, où les femmes sont sous-représentées. La stratégie idéale consisterait davantage à privilégier l'engagement des entreprises sur la définition d'un plan d'actions pour atteindre l'égalité, plus que sur l'atteinte d'un résultat chiffré via un quota défini unilatéralement par l'organisme acheteur.

<sup>1</sup> Le guide Aspects sociaux de la DAJ, précité, comporte des propositions de rédactions. Voir Fiche 13 Annexes relatives à l'égalité.pdf (economie.gouv.fr)





#### 4. CLAUSE DE PRÉVENTION DES VIOLENCES SEXISTES ET SEXUELLES AU TRAVAIL - TOUS SECTEURS D'ACTIVITÉS

L'organisme acheteur peut mobiliser des clauses relatives à la prévention des violences sexistes et sexuelles au travail : exiger un affichage et un dispositif de signalement spécifique, prévoir la tenue de modules de sensibilisation sur la prévention des violences, à destination des salarié-es affecté-es à la réalisation du contrat public.

Il le prévoit au CCAP, en assure le suivi (sur justificatifs), et prévoit des pénalités en cas de non-réalisation?

#### 5. CLAUSE RELATIVE À LA PRISE EN COMPTE DES CONTRAINTES PERSONNELLES ET FAMILIALES DES SALARIÉ·ES

L'organisme acheteur peut définir son besoin en traduisant dans les conditions d'exécution, l'exigence de la prise en compte des contraintes personnelles et familiales des salarié-es affecté-es à la réalisation du contrat.

Il peut s'agir par exemple, d'exiger que le travail soit réalisé en journée pour des prestations de nettoyage, ou plus globalement, de prendre en compte cet enjeu s'agissant de l'accès aux dispositifs de formation pour les salarié-es affecté-es à la réalisation du contrat (pendant les heures de travail, ou à distance, etc.), pour réduire l'impact des freins périphériques d'accès à l'emploi des femmes.

L'**État** en tant qu'organisme acheteur, s'est engagé en faveur du travail en journée dans la filière de la propreté depuis 2013, avec l'objectif de favoriser un emploi de qualité et responsable. De nombreuses collectivités territoriales s'engagent également en ce sens : **Nantes métropole, Toulouse Métropole Emploi**, Villes de **Rennes**, de **Brest**, de **Caen, Poitiers** ou encore de **Marseille**<sup>3</sup>.

#### 6. CLAUSE DE PRÉVENTION DES DISCRIMINATIONS, DE PROMOTION DE L'ÉGALITÉ DES CHANCES ET DE LA DIVERSITÉ - ANIMATION ET ÉDUCATION

La **Ville de Paris** prévoit dans le cadre des marchés relatifs à l'encadrement d'ateliers sportifs, une clause s'appliquant à l'égard des animateurs et animatrices mobilisé-es par le titulaire. Le personnel mobilisé signe une charte visant à s'engager à ne pas véhiculer de stéréotypes genrés, et à promouvoir une pratique sportive égalitaire et non stigmatisante.

<sup>2</sup> Voir guide DAJ précité.

<sup>3</sup> Source : Fiche 12 Pratiques pour promouvoir l'égalité dans la commande publique, guide DAJ précité.



## MÉTHODE

### 1. RESPECTER LES PRINCIPES DE LA COMMANDE PUBLIQUE ET DU CODE DU TRAVAIL

L'impulsion européenne sur la prise en compte de l'égalité femmes-hommes au sein de la commande publique est notable, et s'est traduite en droit interne par l'intégration de la lutte contre les discriminations au sein du code de la commande publique.

Les principes de la commande publique et du droit du travail sont à concilier : les organismes acheteurs doivent s'assurer que la prise en compte de l'égalité femmes-hommes présente un lien avec l'exécution des prestations, quelques soient les étapes du cycle de vie concernées, et que l'exigence est proportionnée. Les critères et sous-critères doivent être précis, objectifs et liés au marché. Par ailleurs, les entreprises soumises au droit français doivent traiter les femmes et les hommes de façon égale<sup>4</sup>.

### 2. ASSOCIER LES ACTEUR·RICES ET LES MILIEUX FOURNISSEURS À LA DÉMARCHE

Les expériences acquises dans le cadre des clauses d'insertion ont montré que le dialogue permanent avec les acteur·rices des secteurs fournisseurs constituait un facteur décisif de la réussite du projet.

Ce dialogue a pour objectifs :

- D'expliquer la démarche de l'organisme acheteur et de partager avec les acteur·rices des secteurs fournisseurs (entreprises, syndicats) les enjeux et finalités liés à la mise en œuvre de considérations relatives à l'égalité dans la commande publique.
- De co-construire avec elles et eux la démarche et les outils, afin que le dispositif ne soit pas vécu comme une nouvelle contrainte mais comme une opportunité de mettre en place ou d'améliorer une politique de gestion des ressources humaines qui lutte contre les discriminations et promeut l'égalité .
- D'ajuster, en fonction des retours d'expériences, les méthodes, les indicateurs de résultats, la rédaction des clauses. Ces dispositifs sont par nature évolutifs et en démarche de progrès permanent. L'association des acteur·rices des secteurs fournisseurs peut prendre différentes formes, mais il apparaît indispensable pour ce faire que l'organisme acheteur s'appuie, quand elles existent, sur des structures territoriales et partenariales en lien avec les entreprises sur les questions d'égalité, de mixité et de non-discrimination.

### 3. ASSURER UN SUIVI D'EXÉCUTION

Ce point est traité en Fiche 3 sur les critères, les mêmes recommandations s'appliquent ici.

## EN PRATIQUE

Voir en **fiche Annexes**, des exemples de pièces contractuelles proposées par les organismes acheteurs :

#### 1. Clauses incitatives relatives à la promotion de la diversité ou à la lutte contre les discriminations

*Ville de Paris, Ville et métropole de Bordeaux*

#### 2. Clause de progrès sur la promotion de l'égalité femmes-hommes

*Ville de Vienne (Autriche) - Rédaction adaptée*

#### 3. Clause de prévention des discriminations, de promotion de l'égalité des chances et de la diversité

##### – Animation et encadrement

*Ville de Paris*

<sup>4</sup> Sur ces aspects, se reporter [Guide DAJ-aspects sociaux\\_fiche11.pdf \(economie.gouv.fr\)](#) partie 3. *Un cadre normatif incitatif pour la commande publique.*





# CRITÈRES D'ATTRIBUTION RELATIFS À L'ÉGALITÉ FEMMES-HOMMES

LES FICHES PRATIQUES  
GIP MAXIMILIEN



## OBJECTIF STRATÉGIQUE

L'enjeu, pour l'organisme acheteur qui mobilise un critère d'attribution relatif à l'égalité femmes-hommes, pourra être de valoriser concrètement les offres des soumissionnaires qui s'engagent à déployer des actions pertinentes sur l'égalité femmes-hommes dans le cadre de l'exécution du contrat public, dans une logique de mieux-disant social.

De plus en plus d'entreprises ou de branches professionnelles développent des actions sur le sujet de l'égalité professionnelle, au-delà de leurs obligations juridiques en la matière. L'égalité est en parallèle l'un des axes des stratégies RSE des entreprises et les fédérations professionnelles accompagnent ces évolutions.

→ À travers la mobilisation d'un critère sur l'égalité femmes-hommes, l'organisme acheteur encourage ainsi concrètement le déploiement d'une conduite responsable de la part de ses partenaires économiques sur ce sujet, en valorisant cet effort au stade de l'attribution du contrat public.

## RETOUR D'EXPÉRIENCES

### 1. CRITÈRE D'ATTRIBUTION ET CLAUSE DE PROGRÈS RELATIFS À L'ÉGALITÉ FEMMES-HOMMES – TOUS SECTEURS D'ACTIVITÉS

**Nantes métropole** mobilise un critère d'attribution relatif à l'égalité, conjointement à une clause de progrès relative à l'égalité en tant que condition d'exécution. La démarche a notamment été déployée sur des marchés de gestion des déchets, de distribution, de nettoyage et d'enlèvement de graffitis.

Le ou la candidat-e propose au titre des conditions d'exécution du marché, les modalités d'exécution de trois actions concourant à la lutte contre les discriminations et la promotion de l'égalité.

#### LES ACTIONS DÉFINIES PAR L'ORGANISME ACHETEUR COUVRENT TROIS AXES :

1.

Lutte contre toute forme de discrimination

2.

Meilleure qualité de vie au travail des salarié-es seniors

3.

Égalité professionnelle entre les hommes et les femmes



Pour chacun de ces trois axes, le ou la candidat-e choisit une des actions parmi celles définies par l'organisme acheteur. S'agissant du premier et troisième axe, il s'agit des actions suivantes :

- Lutter contre les discriminations à l'embauche
- Assurer une meilleure conciliation des temps de vie professionnelle et personnelle
- Agir pour accroître l'accès des femmes à des postes d'encadrement opérationnel
- Agir pour une plus grande mixité des métiers
- Prévenir et lutter contre les stéréotypes, les préjugés et les comportements sexistes au travail et contre les discriminations liées au handicap.
- Agir pour améliorer les conditions de travail des femmes et prévenir les situations de pénibilité

Le ou la candidat-e détaille au sein d'une annexe à l'acte d'engagement, les modalités précises d'exécution et de déploiement pluriannuel de chacune des trois actions pour lesquelles il-elle aura opté. À défaut, l'offre est considérée comme irrégulière.

Ce critère « discrimination », qui évalue la pertinence des engagements pris par les candidats sur chacun des trois axes, est pondéré à 10 points de la note totale.

Le suivi d'exécution des engagements pris, à la fois important et chronophage, est réalisé en interne par la direction des achats. Une réflexion est en cours pour cibler la démarche sur les secteurs économiques prioritaires en termes d'enjeux sur l'égalité femmes-hommes, en lien avec la mission label égalité/diversité.

**Bordeaux métropole** a souhaité développer des considérations relatives à l'égalité et la lutte contre les discriminations, spécifiquement dans le cadre des contrats de concession : assainissement, eau potable, réseaux de chaleur, transport, gestion des crèches, des centres culturels et du casino, service de traitement des déchets, etc.

L'objectif était à la fois de cibler des contrats publics de longue durée, pour permettre le délai nécessaire à la mise en œuvre d'une démarche de progrès, et dénotait aussi de la volonté de mobiliser sur le sujet d'autres partenaires économiques que ceux et celles déjà mobilisé-es habituellement dans le cadre de la clause sociale d'insertion.

Les soumissionnaires s'engagent sur un engagement de progrès, celui-ci faisant l'objet d'un suivi annuel. Le guichet unique « clause sociale » est mobilisé pour récupérer les justificatifs produits par les entreprises, puis l'exploitation des données est assurée par le service achat directement.

Les premiers retours d'expériences sur cette démarche font état d'initiatives intéressantes de la part des concessionnaires : formation des personnels, recrutements de femmes, notamment dans l'encadrement pour équilibrer les effectifs, intervention auprès des lycéen·nes, création d'un outil d'orientation pour faire découvrir les métiers de l'assainissement, mise en place d'un·e référent·e interne sur les violences sexistes et sexuelles et d'une cellule d'écoute sur le ressenti discriminatoire des salarié·es, etc.

**→ CE CRITÈRE D'ATTRIBUTION RELATIF À L'ÉGALITÉ ET LA LUTTE CONTRE LES DISCRIMINATIONS EST PONDÉRÉ À HAUTEUR DE 7% DE LA NOTE TOTALE.**



## 2. L'ÉGALITÉ COMME CRITÈRE D'ATTRIBUTION D'UN CONTRAT PUBLIC COMPORTANT UNE DIMENSION PÉDAGOGIQUE

La **Ville de Paris** mobilise un critère d'attribution relatif à la prise en compte de l'égalité, en combinaison de clauses techniques sur l'égalité, pour l'ensemble des marchés comportant une dimension pédagogique : marché de petite enfance, exploitation des espaces jeunes, des ludothèques, fourniture d'aires de jeux, etc.

L'enjeu est d'intégrer et de valoriser la dimension inclusive, pour favoriser l'égalité et lutter contre la reproduction de stéréotypes de genre, dans le cadre d'activités ou de fournitures comportant une dimension éducative.

À travers ce critère, la ville valorise la promotion de la diversité et de l'égalité dans le projet pédagogique des candidat-es.

## 3. L'ÉGALITÉ COMME CRITÈRE DE DÉPARTAGE DES SOUMISSIONNAIRES EN CAS D'ÉGALITÉ DE NOTATION

La **Ville de Lyon** a expérimenté la mobilisation d'un critère de départage des soumissionnaires en cas d'égalité de notation, portant sur la prise en compte de l'égalité femmes-hommes. Pour l'ensemble des marchés formalisés, à partir de 40 000 euros, chaque soumissionnaire est invité-e à s'interroger sur ses propres pratiques et à s'inscrire (ou poursuivre) dans une démarche de lutte contre les discriminations et de promotion de l'égalité. Le ou la candidat-e décrit, de façon précise et concrète, l'action ou les actions de promotion de l'égalité et de prévention des discriminations qu'il ou elle souhaite mener parmi les 5 axes suivants (*au minimum 1 axe choisit parmi les 5 proposés*) :

### GENRE | HANDICAP | ÂGE | ORIGINE | RELIGION

Ces actions sont mises en œuvre pendant l'exécution du marché et concerneront les moyens affectés à la réalisation du marché. Il est demandé au ou à la candidat-e de décrire les modalités de mise en œuvre des actions choisies (tels que les moyens humains, matériels et financiers) en fonction des domaines d'action suivants : recrutement – rémunération – formation et développement des compétences – mixité des métiers – évolution professionnelle (le ou la candidat-e devra choisir au minimum un domaine d'action).

70% des candidat-es répondent en moyenne au questionnaire, et se positionnent le plus souvent sur des actions de lutte contre les discriminations lors du recrutement.

La limite de cette pratique réside néanmoins dans son aspect chronophage : sur trois cents marchés analysés par an, le critère n'a été utilisé qu'une seule fois pour départager les candidat-es et attribuer le marché. Cette démarche a néanmoins eu une portée pédagogique intéressante vis-à-vis des soumissionnaires et a permis à la ville de Lyon d'évaluer le niveau de maturité de ses partenaires sur le sujet (44% des répondant-es obtiennent une note supérieure à 2/5).

## MÉTHODE

### 1. RESPECTER LES PRINCIPES DE LA COMMANDE PUBLIQUE ET DU CODE DU TRAVAIL

Des recommandations identiques à celles exposées en Fiche 2 s'appliquent. Les critères et sous-critères doivent être précis, objectifs et liés au marché.



## 2. ASSURER UN SUIVI D'EXÉCUTION DES ENGAGEMENTS PRIS

La crédibilité de la démarche et le respect des conditions d'égalité de traitement impliquent d'assurer un suivi d'exécution des engagements pris par les candidat-es en phase de soumission, qui deviennent des conditions d'exécution du marché pour l'attributaire.

La métropole et la Ville de **Bordeaux** mobilisent le **guichet «clause sociale»** du territoire dans le cadre de leur partenariat, en appui sur le suivi des considérations sociales relatives à l'égalité : le guichet «clause sociale» assure la récupération des justificatifs produits par l'entreprise attributaire, et le service marché de Bordeaux prend en charge en interne l'analyse des éléments transmis et le reporting contractuel des résultats.

D'autres organismes acheteurs internalisent le suivi des considérations relatives à l'égalité directement au sein du service marché, tout en soulignant la limite chronophage de l'exercice. En termes de perspectives, la plupart des organismes acheteurs soulignent l'intérêt de se voir proposer à terme, une offre de service « égalité » équivalente à celle qui existe sur les clauses sociales d'insertion.

## 3. CRITÈRE D'ATTRIBUTION ET/OU CLAUSE D'EXÉCUTION ?

Un critère relatif à l'égalité est le plus souvent mobilisé en lien avec une condition d'exécution relative à l'égalité et/ou la lutte contre les discriminations, ou à l'insertion des personnes éloignées de l'emploi, mais il arrive également que l'enjeu «égalité» relève directement de l'objet du marché ou de ses spécifications techniques (ex : aménagement inclusif d'une place).

Le choix de ne mobiliser qu'une condition d'exécution, ou bien de l'assortir d'un critère d'attribution dépendra du contexte de l'organisme acheteur, de la considération «égalité» mobilisée, et du but recherché.

Le tableau ci-après schématise les avantages et inconvénients de différents outils.

	Condition d'exécution simple	Condition d'exécution portant sur un engagement de progrès	Critère d'attribution lié à une condition d'exécution
AVANTAGES	L'action qui sera déployée est précisément connue en amont de la consultation.	Accessibilité quel que soit le niveau de maturité du ou de la soumissionnaire sur le sujet égalité.	Capacité d'innovation de l'entreprise valorisable.
INCONVÉNIENTS	Laisse moins de place aux capacités de proposition des entreprises.	À mobiliser sur des opérations d'une durée suffisamment importante pour permettre la progression .	Chronophage (analyse réponses).

## EN PRATIQUE

Voir en **fiche Annexes**, des exemples de pièces contractuelles proposées par les organismes acheteurs :

- 1. L'égalité comme critère d'attribution, en lien avec une clause de progrès comme condition d'exécution - tous secteurs d'activités**  
*Nantes métropole, Bordeaux métropole et ville*
- 2. L'égalité comme critère d'attribution d'un contrat public comportant une dimension pédagogique**  
*Ville de Paris*
- 3. L'égalité comme critère de départage des soumissionnaires en cas d'égalité de notation**  
*Ville de Lyon*





# CLAUDE SOCIALE D'INSERTION ET PRISE EN COMPTE DE L'ÉGALITÉ

LES FICHES PRATIQUES  
GIP MAXIMILIEN



## OBJECTIF STRATÉGIQUE

Les clauses sociales d'insertion se sont développées historiquement sur les marchés de travaux, secteur économique où les femmes sont de fait sous-représentées, induisant ainsi un accès inégal des femmes et des hommes au dispositif d'insertion. Conscient de ces enjeux, le réseau des facilitateur·rices des clauses sociales s'est saisi de **l'enjeu de diversification**<sup>1</sup> : tant des segments d'achats que des filières économiques mobilisées, de sorte à diversifier *in fine* le profil des publics mobilisables, et à accroître ainsi l'accès à des femmes aux opportunités offertes par le dispositif.

## OBJECTIF DIVERSIFICATION :

→ **Une étape clef** reste le dialogue entre l'organisme acheteur et la structure facilitatrice, au stade **de l'analyse de la programmation prévisionnelle des marchés publics et contrats de concession** : c'est ce travail partenarial qui permettra l'identification des projets pertinents à mobiliser pour inscrire des considérations sociales, qui soient à même de concourir à l'objectif d'augmentation de la part des femmes sur le dispositif clauses sociales.

Pour prendre en compte l'égalité dans le cadre des clauses sociales d'insertion, différentes approches, complémentaires l'une de l'autre, peuvent être actionnées :

### ✓ DANS LE CADRE D'UN CONTRAT PUBLIC

Du ressort de l'organisme acheteur, en lien avec la structure facilitatrice, celui-ci a la faculté d'adjoindre des considérations relatives à l'égalité dans le cadre de la mobilisation de considérations sociales relatives à l'insertion des personnes éloignées de l'emploi.

### ✗ EN DEHORS DU CADRE DU CONTRAT PUBLIC

Du ressort des guichets uniques « clauses sociales » et de leurs partenaires, les structures porteuses sont susceptibles de développer, en lien avec l'écosystème territorial emploi-insertion, un ensemble d'initiatives de nature à accroître la part des femmes mobilisées sur le dispositif « clauses sociales ».

## RETOUR D'EXPÉRIENCES

### A - LEVIERS DANS LE CADRE DU CONTRAT PUBLIC

#### CRITÈRE D'ATTRIBUTION RELATIF À L'ÉGALITÉ FEMMES-HOMMES, EN LIEN AVEC UNE CLAUSE SOCIALE D'INSERTION

La **Direction des Achats de l'État (DAE)**, a identifié lors du sourcing sur un projet de marché interministériel portant sur la location et la maintenance de solutions d'impressions, un enjeu sur la féminisation des métiers du secteur, où les femmes sont moins représentées que les hommes.

<sup>1</sup> Cette dynamique s'est traduite par un rééquilibrage entre la part de marchés de travaux et de services mobilisés : en 2020, la répartition est de 56% travaux et 44% services, et la part des femmes sur le dispositif clauses sociales a progressé de 6 points en 10 ans, passant de 13% en 2012 à près de 19% en 2022.





Avec l'appui de la structure facilitatrice **Ensemble Paris Emploi Compétence (EPEC)**, ce projet a ainsi mobilisé une clause sociale d'insertion, qui comprend une dimension relative à la prise en compte de l'égalité femmes-hommes, en combinaison d'un critère d'attribution relatif à la performance en matière d'insertion, lequel comporte un sous-critère relatif au taux de féminisation du public en insertion.

Les soumissionnaires sont amenés à remplir un questionnaire portant sur leur performance en matière d'insertion, au sein duquel un volet relatif à l'enjeu d'égalité femmes-hommes, dans le strict périmètre des personnels affectés à la réalisation des prestations liées au marché. Ce questionnaire vaut engagement une fois le marché notifié.

Le suivi d'exécution est réalisé par la structure facilitatrice des clauses sociales, il montre des résultats positifs au terme d'une année d'exécution : 37% des publics bénéficiaires sont des femmes.

Pour répondre à l'enjeu de diversification des publics éligibles à la clause sociale d'insertion, la **Métropole de Lyon**, en lien avec la **Maison Métropolitaine pour l'Insertion et l'Emploi (MMIE)**, a mobilisé pour la première fois dans la cadre d'un marché de collecte de déchets, un critère portant sur la « pertinence des mesures permettant de favoriser l'accès des publics féminins aux opportunités d'emploi générées par le marché ». Ce sous critère est pondéré à 3% de la note globale (10% portant sur le critère de performance en matière d'insertion).

Les soumissionnaires sont invité-es à indiquer dans un cadre de réponse dédié, la part des heures d'insertion réservées aux femmes dans l'exécution du marché, la liste des structures que l'entreprise s'engage à contacter, et la procédure de recrutement prévue pour atteindre ces objectifs.

Cette expérimentation devrait être reconduite sur certains contrats publics, en considération de leur durée, de l'estimation financière et des caractéristiques des secteurs d'activités concernés.

## B - LEVIERS EN DEHORS DU CONTRAT PUBLIC, DANS LE CADRE DE LA MOBILISATION DU PARTENARIAT TERRITORIAL DU GUICHET CLAUSES SOCIALES

Le réseau **Alliance Villes Emploi** a développé dans le cadre de l'appel à projet du Secrétariat d'Etat chargé de l'Égalité entre les femmes et les hommes « Les Territoires en faveur de l'Égalité Économique entre les Femmes et les Hommes », un *Recueil national de pratiques inspirantes en faveur de la promotion de l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes*<sup>2</sup>. Les pratiques décrites ci-après en sont directement issues.

### 1. CIBLAGE SYSTÉMATIQUE DES PUBLICS PRIORITAIRES DÉFINIS SUR LE TERRITOIRE, POUR TOUTE ACTION INCLUSIVE

La **MMIE de Lyon** a été amenée à définir le public prioritaire sur son territoire d'intervention, à savoir : les femmes, les habitants QPV et les bénéficiaires du RSA. Pour l'ensemble des actions développées par la MMIE, ce public est de manière systématique, prioritairement ciblé (découverte métier, ciblage des personnes éligibles à la clause, parcours métiers, portrait de personnes éligibles à la clause, communication, etc.).

### 2. LEVÉE DES FREINS PÉRIPHÉRIQUES À L'AUTONOMIE ÉCONOMIQUE DES FEMMES

Les difficultés de mobilité, le manque de confiance en soi, la conciliation vie privée / vie professionnelle, les violences sexistes et sexuelles, ou encore la question du temps partiel ou de l'accès au numérique et à la formation constituent des freins périphériques à l'emploi, qui affectent plus spécifiquement les femmes<sup>3</sup>.

<sup>2</sup> Publication à venir sur le site d'[Alliance Villes Emploi](#).

<sup>3</sup> Source : FNCIDFF *Visio-conférence « L'autonomie économique des femmes : quels défis ? - Pour une approche féministe de l'accompagnement socioprofessionnel des femmes »* (2021). *Rapport 2021 de la Fédération Nationale des CIDFF « L'autonomie économique des femmes, quels défis ? »*



### → PLUSIEURS BONNES PRATIQUES ONT ÉTÉ IDENTIFIÉES AU SEIN DU RÉSEAU ALLIANCE VILLES EMPLOI :

- Des négo-training par la **MEF du Cotentin**, vise à outiller les femmes dans la négociation de leur salaire et donc à participer à lever les inégalités salariales entre les femmes et les hommes.
- Le développement de crèches solidaires et sociales, par la **MMIE de Lyon**, visant à sécuriser l'accès à l'emploi ou à la formation en proposant une place en crèche aux parents bénéficiaires d'un accompagnement par Pôle emploi.
- « Act'elles » par le **PLIE de Toulouse Métropole Emploi (TME)**, action lancée afin de répondre aux besoins des femmes, notamment celles ayant subi des violences physiques ou verbales. L'objectif de cette action est de remobiliser les participantes du PLIE par des activités artistiques, d'autodéfense et d'empowerment, pour les aider à s'affirmer.

### 3. SENSIBILISATION DES PUBLICS FÉMININS AUX MÉTIERS EN TENSION ET À LA MIXITÉ DES MÉTIERS

Dans l'objectif d'augmenter la part des femmes sur les clauses sociales, **Toulouse métropole emploi (TME)** a développé le programme « égalité professionnelle », qui a vocation à favoriser la mixité professionnelle et l'accès des femmes aux différents métiers et notamment ceux, traditionnellement masculins : sensibilisation des partenaires et entreprises à la féminisation, actions de formation pré-qualifiantes pour les publics féminins sur les métiers traditionnellement masculins, etc.

**LE PLIE « ENSEMBLE POUR L'EMPLOI »**, en lien avec **l'EPT Est Ensemble**, mobilise des groupes de femmes et organise des visites de chantiers, pour identifier des publics féminins intéressés par le secteur du bâtiment et montrer que ces métiers peuvent être accessibles à toutes et à tous.

**LA MIE DU ROUBAISIS** a mis en place une action de sensibilisation aux métiers du numérique, secteur traditionnellement masculin, en tension et pourvoyeur d'opportunités professionnelles. 60% des femmes sensibilisées ont poursuivi leur parcours dans cette filière.

### 4. CHANGEMENT DES PRATIQUES DES EMPLOYEUR·EUSES ET DES INTERMÉDIAIRES DE L'EMPLOI

La **MDE Ouest Provence**, confrontée aux difficultés de recrutement dans le secteur de l'industrie, très masculinisé, a déployé un plan d'action porté par le service en charge de l'égalité : « la diversité, une richesse pour l'entreprise<sup>4</sup> ».

- « Atout mixité » : sensibilisation des chef-fes d'équipe et des chef-fes de quart à l'égalité professionnelle, et accompagnement de l'intégration des femmes dans des équipes masculines. Cinq industriels sont impliqués dans ce projet : Arcelor Mittal, Elengy, Ortec, Safran et Suez.
- « Newsletter égalité diversité » : à destination des intermédiaires de l'emploi et des entreprises, cet outil permet de diffuser les actualités sur l'égalité professionnelle, de relayer des pratiques inspirantes, pour rendre visible auprès du plus grand nombre la dynamique territoriale sur le sujet de l'égalité et la consolider.
- « Challenge Marchetti » : manifestation sur l'égalité, réunissant des tables rondes, des retours d'expériences, des témoignages. Les entreprises du territoire investies dans la thématique sont mises à l'honneur et reçoivent le trophée Ange Marchetti.

<sup>4</sup> Ce projet a été récompensé par le prix « or » dans la catégorie « égalité » du concours des trophées des initiatives du village des initiatives FSE 2023 : Concours Trophée des Initiatives - Village FSE 2023 - 16-17 mars 2023 (village-fse.fr)



## MÉTHODE

### 1. PORTAGE DE LA DÉMARCHE

Impulser une démarche relative à la prise en compte de l'égalité dans le cadre des clauses sociales d'insertion, constitue une source d'innovation sociale qui impacte l'ensemble d'un écosystème, raison pour laquelle il importe d'établir un portage préalable clair de la démarche de la part des décideur-euses.

### 2. S'INSCRIRE DANS UNE DYNAMIQUE PARTENARIALE ET ANTICIPER

L'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes, sujet par nature transversal et plurifactoriel, implique une forte dimension partenariale. Structures facilitatrices et chargé-es de mission «égalité» présent-es sur les territoires peuvent travailler de concert, de manière à acquérir une connaissance fine et partagée de ces enjeux, et à mobiliser en conséquence l'ensemble de l'écosystème pertinent : acteur-rices de la formation, fédérations professionnelles, CIDFF, acteur-rices de l'emploi et de l'insertion, club d'entreprises, organismes ressources, OPCO, etc.

La **métropole de Nantes** identifie dans ses documents contractuels mobilisant une condition relative à l'égalité, une liste de prestataires susceptibles d'être mobilisé-es par les opérateurs économiques pour progresser sur le sujet. La **Ville de Paris** travaille avec l'ordre des architectes en Ile-de-France, à travers un groupe de travail dédié à l'égalité dans la maîtrise d'œuvre.

L'enjeu de ce dialogue tient à caractériser le niveau de maturité des différent-es acteur-rices sur le sujet de l'égalité, de sorte à avoir une vision réaliste de l'état des lieux des pratiques sur le sujet, et à identifier les enjeux prioritaires pour l'égalité, aux termes de ce dialogue partenarial.

### 3. EXPERTISER DES PROJETS DE CONTRATS PUBLICS AU PRISME DE L'ÉGALITÉ

Différents facteurs peuvent concourir à la montée en compétences des structures facilitatrices sur cette expertise : leur expérience sur le dispositif clause sociale, et l'intérêt porté au sujet égalité les rend à même de rechercher les informations préalables pertinentes pour identifier les enjeux relatifs à l'égalité dans un projet de contrat public, et proposer ensuite les leviers juridiques pertinents. C'est ensuite et surtout le dialogue collaboratif entretenu régulièrement avec les partenaires clefs de l'égalité, qui va leur permettre progressivement d'acquérir une expertise égalité et commande publique.

L'Alliance Villes Emploi et le centre Hubertine Auclert proposent depuis peu des formations portant sur l'égalité femmes-hommes dans la commande publique ([AVE](#), [Centre Hubertine Auclert](#)). Les acheteurs de l'État peuvent quant à eux s'orienter vers [l'IGPDE](#).

## EN PRATIQUE

Voir en **fiche Annexes**, des exemples de pièces contractuelles proposées par les organismes acheteurs :

#### **Critère d'attribution relatif à l'égalité femmes-hommes, en lien avec une clause sociale d'insertion**

*Direction des Achats de l'État  
Métropole de Lyon*





# LES SPASER ET L'ÉGALITÉ FEMMES-HOMMES



LES FICHES PRATIQUES  
GIP MAXIMILIEN



## OBJECTIF STRATÉGIQUE

L'inscription de la promotion de l'égalité entre les femmes et les hommes au sein des schémas publics d'achat socialement et écologiquement responsable (SPASER) permet de donner une **impulsion stratégique à la démarche**, en offrant un cadre opérationnel pour le déploiement d'une politique de promotion de l'égalité femmes-hommes dans la commande publique.

Les SPASER de différentes collectivités territoriales intègrent d'ores et déjà un axe relatif à l'égalité. Ce cadre permet le **pilotage en mode projet**, en donnant de la visibilité aux engagements pris, tant pour permettre leur **déploiement en interne**, que pour communiquer vis-à-vis de **l'ensemble des parties prenantes** de la commande publique. Les différents axes composant un SPASER (dont l'égalité) sont assortis d'indicateurs de résultats, et font l'objet d'un reporting périodique.

→ **CE PILOTAGE PERMET DE MESURER L'ATTEINTE DES OBJECTIFS, NOTAMMENT EN TERMES D'ÉGALITÉ, ET D'AJUSTER LA DÉMARCHÉ LE CAS ÉCHÉANT.**

Il est bien sûr possible pour un organisme acheteur d'engager une démarche visant à promouvoir l'égalité femmes-hommes dans la commande publique, **indépendamment de l'adoption d'un SPASER** : il pourra s'inspirer des initiatives d'ores et déjà déployées.

Les SPASER ci-après sont tous relativement récents, ils illustrent des approches et des engagements de nature et de portée différente, selon l'approche propre à chaque entité. Cette revue d'initiatives ne vise pas l'exhaustivité mais **met en lumière des engagements inspirants.**

## RETOUR D'EXPÉRIENCES

### 1. VILLE DE PARIS : SPASER 2022 - 2026<sup>1</sup>

#### ACTION 3.2 : PROMOUVOIR LA DIVERSITÉ ET L'ÉGALITÉ FEMMES-HOMMES

Chantier 1 : Développer la prise en compte de la diversité lors de la rédaction des contrats

Chantier 2 : Promouvoir l'égalité femmes-hommes par la commande publique parisienne

Chantier 3 : Encourager les fournisseurs à s'engager dans la promotion de la diversité

#### INDICATEURS ET OBJECTIFS CHIFFRÉS

• Atteindre 100% des contrats éligibles intégrant des dispositions favorables à la diversité, l'accessibilité et à l'égalité femmes-hommes.

• Augmenter le nombre d'heures d'insertion réalisées par des femmes.

<sup>1</sup> SPASER de la ville de Paris



## 2. VILLE DE LYON : SPASER 2021 - 2026<sup>2</sup>

### OBJECTIF 2.2 : LUTTER CONTRE TOUTE FORME DE DISCRIMINATION ET PROMOUVOIR ACTIVEMENT L'ÉGALITÉ, NOTAMMENT L'ÉGALITÉ FEMMES-HOMMES

- Intensifier les actions de sensibilisation (en lien avec la Mission Égalité de la Ville de Lyon), notamment auprès des réseaux d'entreprises (valoriser le label Diversité et le label Égalité).
- Dans les marchés de communication et événementiel, mentionner systématiquement la volonté de la Ville d'une communication non stéréotypée et accessible, et instaurer un suivi de sa bonne application.
- Mettre en exergue, dans les documents de la consultation, les interdictions de soumissionner liées aux discriminations ou au non-respect des politiques d'égalité, et exiger une déclaration sur l'honneur attestant de la non-condamnation de l'entreprise pour le délit de discrimination (article 225-1 du code pénal) et pour infraction à l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes (article L.1146-1 du code du travail).
- Développer les clauses de progrès auprès de marchés dont la durée est supérieure à 3 ans : questionnaire au début du marché, engagement sur une démarche de progrès, questionnaire et bilan en fin de marché.
- Intégrer des exigences de parité dans les conditions d'exécution du marché, dès que l'objet du marché le permet.

#### INDICATEURS DE RÉUSSITE

- Dès 2022, émettre 100 % des marchés avec un rappel des obligations légales en matière de non-discrimination.
- Dès 2022, inclure un dispositif de prévention et de lutte contre les discriminations dans tous les marchés de la Ville de Lyon.

## 3. VILLE ET MÉTROPOLE DE NANTES : SPAR 2022 - 2026<sup>3</sup>

### ENJEU 7 : LUTTER CONTRE LES DISCRIMINATIONS ET PROMOUVOIR L'ÉGALITÉ 7.2 ÉGALITÉ FEMMES-HOMMES

- **Acquérir** des jouets et outils pédagogiques non genrés pour mettre fin à la catégorisation « jouets pour les filles » et « jouets pour les garçons », avec pour objectif que les écoles, multi-accueils nantais ou toute autre structure municipale accueillant de jeunes enfants en soient dotées. Au-delà des jouets eux-mêmes (couleur, forme etc.), l'attention sera également portée sur les stéréotypes sexistes pouvant être diffusés ;
- **Contribuer** à la déclinaison des enjeux d'égalité inscrits dans la stratégie patrimoniale ;
- **Maintenir** la réalisation des prestations de nettoyage en journée, s'agissant du secteur de la propreté. Cela permet d'éviter le travail en horaires décalés, très impactant pour l'accès et le maintien dans l'emploi des personnes, où les femmes sont surreprésentées. Enfin, une action spécifique sera conduite en lien avec les fédérations professionnelles portant sur la féminisation des métiers intervenants dans l'exécution des marchés publics ;
- **Mentionner** systématiquement la volonté de la Ville d'une communication non stéréotypée et accessible dans les marchés de communication, de formation et d'événementiel, et instaurer un suivi de sa bonne application ;
- **Inscrire** l'adaptation aux différentes morphologies dans les marchés vêtements de travail et équipements de protection individuelle (EPI) ;
- **Intégrer** le genre dans la conception de l'espace public ;
- **Favoriser** des bases vie pouvant accueillir un public féminin dans le secteur du bâtiment et des travaux publics, en lien avec les fédérations professionnelles concernées. La mise à disposition d'un bloc sanitaire et d'un vestiaire pour les travailleuses n'est en effet pas systématique sur les chantiers, ce qui constitue un obstacle matériel pour les femmes candidates dans le secteur et pour les entreprises susceptibles de les intégrer en leur sein.

<sup>2</sup> SPASER de la ville de Lyon

<sup>3</sup> SPAR ville et métropole de Nantes



#### 4. VILLE ET MÉTROPOLE DE BORDEAUX : SPASER<sup>4</sup>

##### PROMOUVOIR L'ÉGALITÉ ENTRE LES FEMMES ET LES HOMMES DANS L'EMPLOI ET LUTTER CONTRE TOUTES LES FORMES DE DISCRIMINATION

- Poursuivre les clauses contractuelles, les engagements de promotion de l'égalité et de promotion de la diversité (y compris dans les concessions).
- Intégrer une clause Responsabilité Sociétale des Entreprises.
- Valoriser le label Diversité et le label Égalité auprès des opérateurs économiques.

##### EXEMPLES D'INDICATEURS MIS EN PLACE :

- Analyse des engagements contractuels notamment sur les concessions
- Nombre de contrats concernés
- Nombre d'actions de sensibilisation organisées

#### 5. MÉTROPOLE D'AIX MARSEILLE : SPASER<sup>5</sup>

##### PROMOUVOIR L'ÉGALITÉ FEMMES-HOMMES ET LUTTER CONTRE LES DISCRIMINATIONS

##### OBJECTIF 9 : OEUVRER POUR L'ÉGALITÉ FEMMES/HOMMES

##### M21 – AFFICHER L'ENGAGEMENT ET LA VOLONTÉ DE LA MÉTROPOLE EN FAVEUR DE L'ÉGALITÉ FEMMES/HOMMES

- En rappelant les obligations concernant l'égalité femmes/hommes dans les documents de consultations pour associer les partenaires économiques dans cette dynamique ;
- En intégrant les principes de l'égalité femmes/hommes dans la charte « fournisseurs responsables ».

##### M22 – INCITER LES ENTREPRISES À S'ENGAGER EN FAVEUR DE L'ÉGALITÉ FEMMES/HOMMES

- En intégrant aux documents contractuels une clause d'exécution relative à l'égalité professionnelle femmes/hommes, associée à des pénalités ou à des clauses incitatives ;
- En ciblant ces actions sur les domaines dits « masculins » (travaux, déchets, transport, manutention...);
- En proposant des critères sur des actions en lien avec l'objet du marché pour valoriser les initiatives en faveur de l'égalité femmes/hommes.

DOMAINES D'ACTIVITÉS : Tous

RESSOURCES ET PARTENAIRES EXTERNES : le Réseau régional pour l'égalité entre les femmes et les hommes (RREFH), Direction régionale aux Droits des femmes et à l'Égalité DIRECCTE PACA, Plateforme Osez le Mix de la Cité des métiers – « Le site de la mixité professionnelle en PACA », Fondation agir contre l'exclusion - FACE Sud Provence.

##### INDICATEURS DE PERFORMANCE :

- Pourcentage de contrats notifiés intégrant une **clause ou des critères relatifs à l'égalité F/H.**
- Pourcentage de contrats notifiés intégrant une **clause ou des critères relatifs à la lutte contre les discriminations.**
- Pourcentage de contrats notifiés intégrant une **clause ou des critères relatifs à l'égalité F/H ou contre les discriminations, segmentation par domaine d'achat.**

<sup>4</sup> SPASER Ville et métropole de Bordeaux

<sup>5</sup> SPASER métropole d'Aix Marseille Provence



## 6. EUROMÉTROPOLE DE STRASBOURG : SPASER 2021 - 2026<sup>6</sup>

### AXE 1 ACTION 2 : PROMOTION DE L'ÉGALITÉ PROFESSIONNELLE ENTRE LES FEMMES ET LES HOMMES ET LUTTE CONTRE LES DISCRIMINATIONS

- Exiger une déclaration sur l'honneur attestant de la non-condamnation de l'entreprise pour le délit de discrimination (article 225-1 du code pénal) et pour infraction à l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes (article L.1146-1 du code du travail).
- Sensibiliser à la question de l'égalité professionnelle via la réponse à un questionnaire destiné à ce que chaque candidat aux marchés publics réinterroge ses pratiques en termes d'égalité entre les femmes et les hommes.

#### DÈS LORS QUE L'OBJET DU MARCHÉ LE PERMET

- Proposer aux soumissionnaires de s'engager sur un ensemble\* de mesures relatives à l'égalité entre les femmes et les hommes et de valoriser leurs propositions.

- Intégrer des prescriptions\* obligatoires relatives à l'égalité entre les femmes et les hommes dans le cadre des conditions d'exécution du marché.

\* Ces mesures pourront être formalisées dans un catalogue incluant, par exemple, des formations relatives à la lutte contre les discriminations et de promotion de l'égalité F/H, l'existence d'un plan d'action pour l'égalité F/H dans l'entreprise, le recrutement de personnes favorisant la mixité professionnelle, la mise en place d'une référente ou d'un référent 'harcèlement sexuel et agissements sexistes', des offres de stages pour des jeunes femmes, etc

## MÉTHODE

- **ASSURER LE PORTAGE** de la démarche égalité via le SPASER : l'inscrire explicitement<sup>7</sup>.
- **ACCOMPAGNER LE DÉPLOIEMENT** du SPASER<sup>8</sup> par un pilotage adapté, dans une logique d'amélioration continue : sensibilisation et formation des agents, mise à jour des process achats (sourcing égalité), travail en transversalité, développement de partenariats, etc.
- **ASSURER UN REPORTING** des indicateurs définis, déclinés annuellement.
- **ANALYSER LES RÉSULTATS** des expérimentations menées, et ajuster les objectifs au besoin.
- **COMMUNIQUER** sur la démarche.

## EN PRATIQUE

Pour aller plus loin, le CGDD propose un bouquet de ressources disponible sur le réseau Rapidd : [mission SPASER](#).

<sup>6</sup> SPASER Eurométropole de Strasbourg

<sup>7</sup> Pour approfondir les fondements sur lesquels appuyer sa démarche, se reporter au Guide-aspects sociaux\_partie3.fr (economie.gouv.fr)

<sup>8</sup> Guide méthodologique sur la mise en oeuvre et le suivi des SPASER | France urbaine

