



STRATÉGIE DES MARCHÉS PUBLICS DURABLES



Programme:

14h: Accueil des participants

14h15: Introduction et présentation de l'accompagnement sur mesure des administrations publiques pour les marchés publics durables (Rob Renaerts, CODUCO)

14h30: Présentation des différents plans stratégiques et des astuces pour réaliser son propre plan stratégique marchés publics durables (Rob Renaerts, CODUCO)

15h30 : Témoignage de Bruxelles Formation (Sandra DE MEYER, Responsable Service Achats)

15h45: Pause

16h: Témoignage de la Ville de Bruxelles (Benoit Hellings, Premier Echevin, Echevin du Climat et des Sports)

16h30: Exercice pratique : comment mettre sur pied son plan stratégique interne ?

17h: Fin

INTRODUCTION



Le nouveau Facilitateur Marchés Publics Durables

1) Service de Help desk → nouveau: visioconférence possible (30 min max et sous RDV)

→ nouveau: communication de listes de fournisseurs

2) Meet your buyer 2X/an :

- 23/11/2022: Shifting Economy Week
- 16/05/2023 (infos pratiques suivront prochainement)

→ Pour faciliter la prospection d'entreprises dans vos secteurs (consultations pour connaître vos secteurs et vos demandes)

3) Formations:

- Programme sept-déc 2022
- Programme 2023 (notamment espaces de travail, mobilité, zéro déchets, etc.)
- Formation générale en NL le 21/02/2023

3) Autres nouveaux services (listes de FAQ, fiches catégories de produits spécifiques)

4) Programme d'accompagnement sur mesure

Aperçu du workshop

1) Aperçu des stratégies existantes

2) Problèmes

3) Solutions

Objectifs de la formation



Proposer des solutions pour le développement d'une stratégie durable en matière de marchés publics.

Table des matières

- - - • 1. Aperçu des stratégies existantes

- - - • 2. Problèmes

- - - • 3. Solutions

1. STRATÉGIES EXISTANTES



Exemple de stratégie: organisation n°1

Etablissement d'un plan d'action pour la période 2012-2014 (2e plan d'action)

→ Objectif? 100 % de marchés publics durables en 2020.

Actions prévues:

- Des critères essentiels de durabilité pour les groupes de produits suivants:

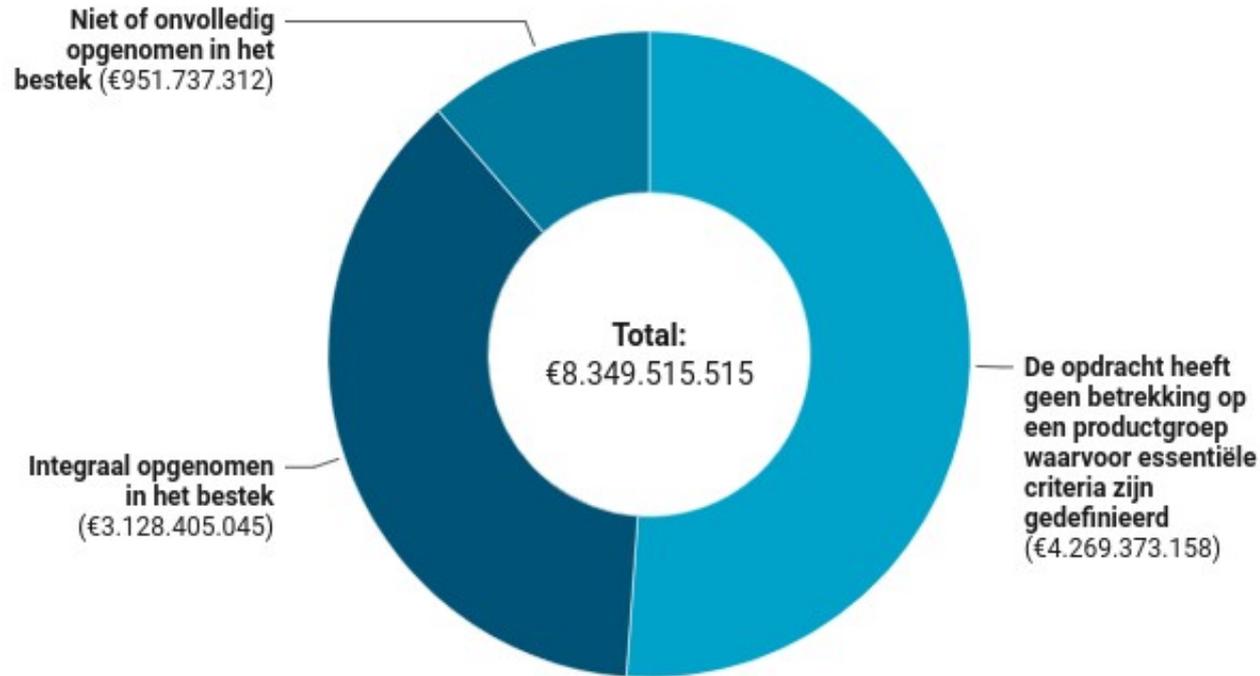
Produits en papier, gaz F, électricité, meubles, PC, ordinateurs portables et moniteurs, matériel de reproduction, produits et services de nettoyage, textiles et vêtements, sites web, véhicules et matériaux pour la rénovation de bâtiments

→ L'accent est mis sur l'introduction obligatoire de critères minimaux pour ces groupes de produits

Ce n'est que si un critère n'est pas pertinent pour le marché que le critère ne doit pas être inclus dans le cahier des charges.

Exemple de stratégie: organisation n°1 (suite)

Opname essentiële criteria (geraamde waarde excl. BTW, 2018-2021)



Exemple de stratégie: organisation n°1 (suite)

L'accent est mis sur 3 autres domaines :

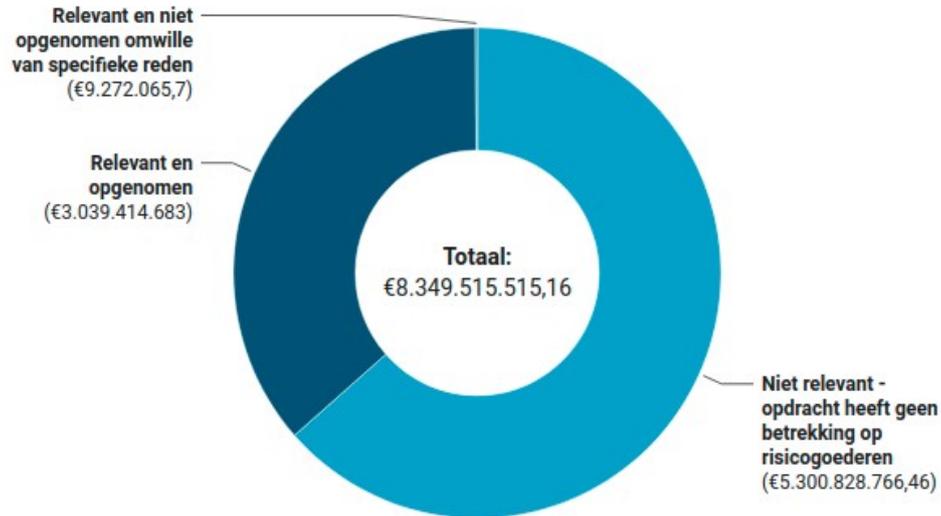
- Questions sur les systèmes de gestion environnementale (EMAS, ISO14001, ...)
- Clauses sociales et éthiques (par exemple bonnes conditions de travail)
- Achats innovants

Pour l'avant-dernier, une due diligence est attendue pour la vérification avec une demande de plan d'approche, un plan de limitation des risques et un rapport annuel.

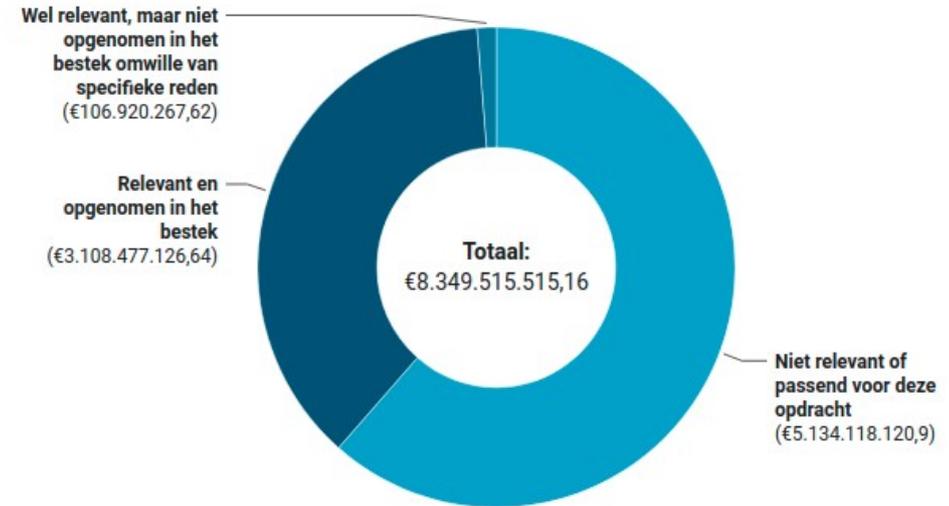
Conclusion: ambitieux mais aucune mise à jour depuis 2014

Exemple de stratégie: organisation n°1 (suite)

Opname ethische clausule (geraamd bedrag excl. BTW, 2018-2021)



Certificering milieubeheersysteem (geraamd bedrag excl. BTW, 2018-2021)



Exemple de stratégie: organisation n°1 (suite)

Problèmes

- Peu de critères ambitieux pour les groupes de produits → les critères doivent être régulièrement mis à jour.
- Peu ou pas de vérification ou de résultats pour les autres objectifs (social, EMAS/ISO14001 et marchés publics innovants).

→ Mais sur le papier, les résultats sont très bons.

Exemple de stratégie: organisation n°2

Etablissement d'une politique d'achat pour la période 2021-2023:

L'objectif ?

→ Promouvoir la durabilité des marchés publics (aspects environnementaux, innovants, sociaux et éthiques) et réduire les charges administratives

L'ambition ?

→ Inclure des clauses qui encouragent les soumissionnaires à présenter une offre respectueuse de l'environnement, de l'éthique durable et de la responsabilité sociale

Exemple de stratégie: organisation n°2 (suite)

Mesures prévues?

→ La publication d'une liste des produits préférés qui sont qualifiés comme durables

Par exemple : véhicules, matériel TIC, matériaux de construction, consommables médicaux, outils à main,

→ Les éléments suivants seront pris en compte : l'emballage du produit, l'impact sur le climat, le fait que le produit soit réparable et qu'il s'agisse d'un produit biologique ou local

→ Il est prévu de donner la préférence aux produits figurant sur cette liste et de ne s'en écarter qu'avec une justification concrète

Cette liste n'a pas encore été publiée, il est donc difficile d'estimer le degré de durabilité de cette stratégie.

Exemple de stratégie: organisation n°2 (suite)

La stratégie devrait être orientée davantage vers:

- l'augmentation du niveau de participation des PME aux marchés publics, et
- vers la promotion de la durabilité dans les marchés publics de services et de fournitures.

Conclusion : bon point de départ, mais il faut plus d'informations avant de pouvoir tirer des conclusions définitives.

Exemple de stratégie: organisation n°3

Etablissement d'un plan d'action pour la période 2017-2019 :

→ axé sur l'introduction de clauses durables et la formation

Pour ce faire, création :

- De formations et d'un réseau d'acheteurs
- D'une charte
- D'une série d'outils tels qu'une feuille Excel pour le suivi des marchés publics et un document avec des critères pour une série de groupes de produits prioritaires
- D'un help desk

=> Aucun indicateur ou rapport sur les marchés publics durables n'a été trouvé.

Exemple de stratégie: organisation n°4

Plan d'action de 2021 avec des liens avec les plans d'action existants tels que le plan climat, le plan diversité et le plan développement durable. Suivi d'un projet européen (making spend matter) dans lequel une analyse financière des marchés publics a été réalisée.

Plan comportant plusieurs sections mais peu d'éléments concrets:

- Identifier les marchés ayant le plus grand potentiel
- Création et suivi d'indicateurs
- Créer une bibliothèque d'outils
- Faciliter les études de marché
- Informer et former les acheteurs

Conclusion: plan peu concret sans indicateurs ni mesures concrètes.

Exemple de stratégie: organisation n°5

Première stratégie (2014) : basée sur un ensemble de groupes de produits prioritaires:

Bâtiments - Nettoyage - Alimentation et restauration - Mobilier - Jardins, espaces verts - Matériel informatique et d'imagerie - Éclairage - Fournitures de bureau - Papier - Nettoyage et eau - Textiles - Véhicules et transports - Gestion des déchets

Classification sur la base de 5 « codes » :

- 1) Pas écologique
- 2) Légèrement écologique
- 3) Ecologique
- 4) Très écologique
- 5) Par nature écologique

Exemple de stratégie: organisation n°5 (suite)

Obligatoire pour les achats dépassant un certain seuil, facultatif pour les montants inférieurs.

Remarque: le système ne permet pas de publier le marché si la classification écologique n'est pas renseignée.

Adaptations (2020) :

Seules les catégories suivantes existent encore: écologique, par nature écologique et pas écologique → plus facile de classer les achats.

Exemple de stratégie: organisation n°5 (suite)

Formation de plus de 200 acheteurs et services techniques: formation de deux jour sur les achats durables.

Mise en place d'un help desk pour les questions concernant les cahiers des charges, l'attribution, ... avec des FAQ, des workshops semestriels et des études de marché.

Adaptations (2022) :

- Formations complémentaires: achats circulaires et sociaux
- Extension du service de help desk à d'autres administrations

Conclusion: aucun indicateur n'a été trouvé mais des mises à jour régulières sont effectuées.

Exemple de stratégie: organisation n°6

Introduction d'une stratégie climatique (2015), d'une stratégie circulaire (2021) et d'un plan d'engagement supply chain (2022).

Nécessité d'un plan spécifique sur les marchés publics durables (2023) :

- Guide pratique avec des objectifs concrets pour les acheteurs pour tous les groupes de produits prioritaires
- Formations pour les acheteurs
- Accès au service de help desk d'une autre administration

Conclusion : si vous voulez réduire votre impact en tant qu'organisation, vous devez travailler autour de votre politique d'achat, car c'est elle qui détermine l'impact.

Conclusions

Les groupes de produits prioritaires sont toujours utilisés.

Dans certains cas, des suggestions sont faites quant aux exigences minimales pour ces groupes de produits.

De nombreux plans sont élaborés, mais le suivi laisse ensuite beaucoup à désirer.

Les outils à disposition sont nombreux : fiches produits, formations, help desk, ...

Et pourtant, il y a pas mal de problèmes.

2. PROBLÈMES



Qu'est ce qui peut mal tourner?

Quels problèmes peuvent être rencontrés lors de l'élaboration d'une stratégie durable en matière de marchés publics ?



Qu'est ce qui a mal tourné?

« The procurement service should take into account environmental and social aspects of technical specifications whenever possible and cost-effective »

Questions sur l'EMAS et/ou d'autres certifications

Demander des documents de due diligence sur l'approche des bonnes conditions de travail

→ Les formulations sont vagues et ne donnent pas de bons résultats.

Qu'est ce qui a mal tourné?

« Het papier mag bestaan uit elke combinatie van gerecycleerde en nieuwe vezels, waarbij minstens 65 % van deze gerecycleerde vezels na verbruik gerecycleerd werden en minstens 50 % van de nieuwe vezels uit duurzaam beheerde bossen afkomstig zijn. Het overige deel van de nieuwe vezels moet minstens afkomstig zijn uit de legale houtkap. »

« De hoeveelheid eenmalige verpakkingen wordt zoveel mogelijk beperkt. Wanneer verpakkingen nodig zijn, wordt de voorkeur gegeven aan herbruikbare verpakkingen. »

Les clauses ne sont pas adaptées à la réalité et doivent être mises à jour régulièrement.

Qu'est ce qui a mal tourné?

Définition d'achat écologique

Si pour le produit ou le service concerné une fiche existe :

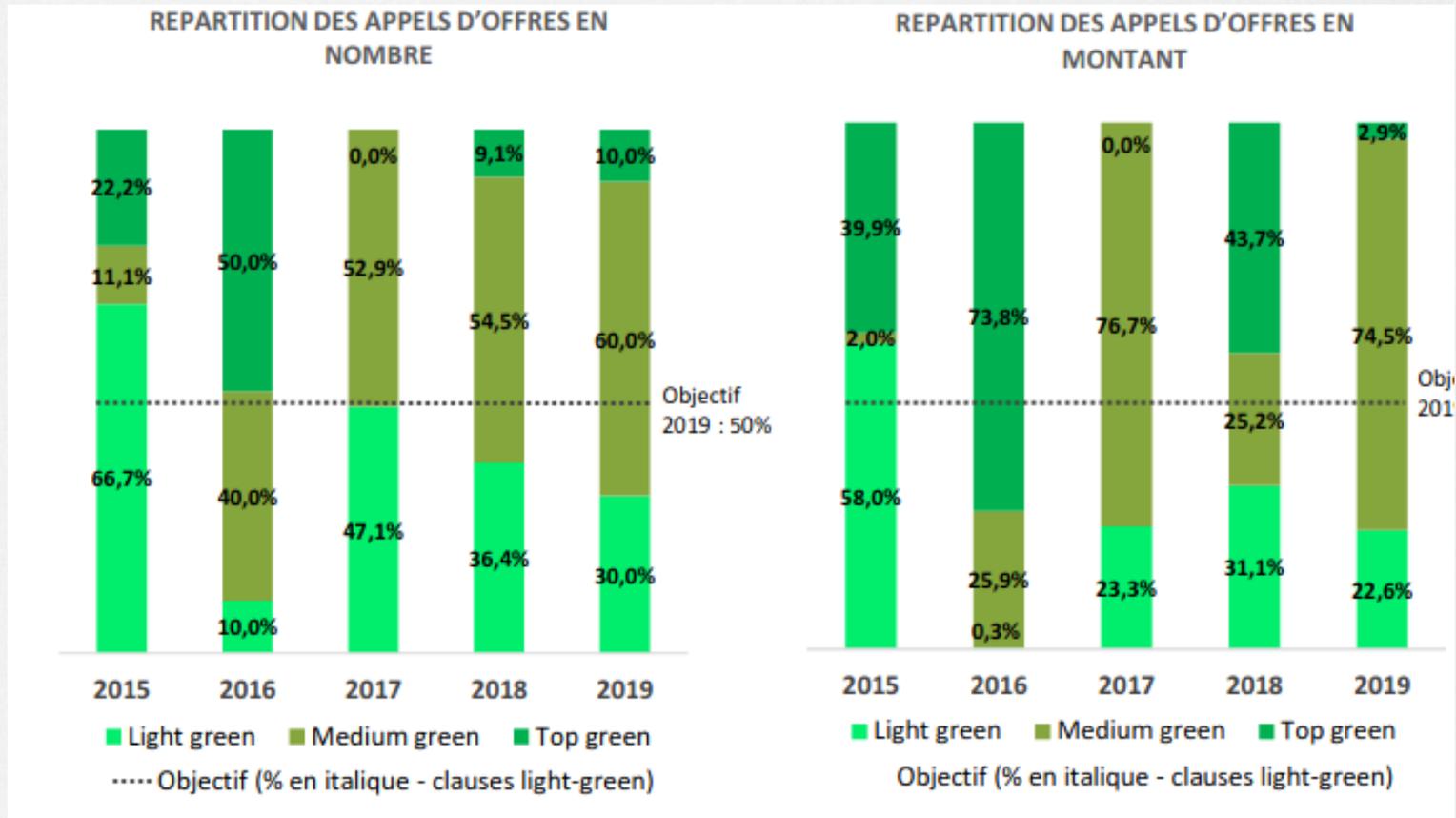
Les critères visés dans les documents d'appel d'offres (notamment dans les spécifications techniques et dans le cadre des critères d'attribution) ne respectent que partiellement les critères MPE essentiels applicables au groupe de produits concerné. Lorsque le principal aspect «écologique» de la procédure concerne les critères d'attribution, la pondération des critères environnementaux représente moins de 10 % de la pondération totale (pour le prix et la qualité).

Si pour le produit ou le service concerné une fiche n'existe pas :

Le dossier d'appel d'offres contient certaines clauses environnementales, mais celles-ci concernent uniquement un ou plusieurs aspects secondaires du contrat proposé. Lorsque le principal aspect « écologique » de la procédure concerne les critères d'attribution, la pondération des critères environnementaux représente moins de 10 % de la pondération totale (pour l'ensemble prix et qualité).

Difficulté à définir clairement les indicateurs

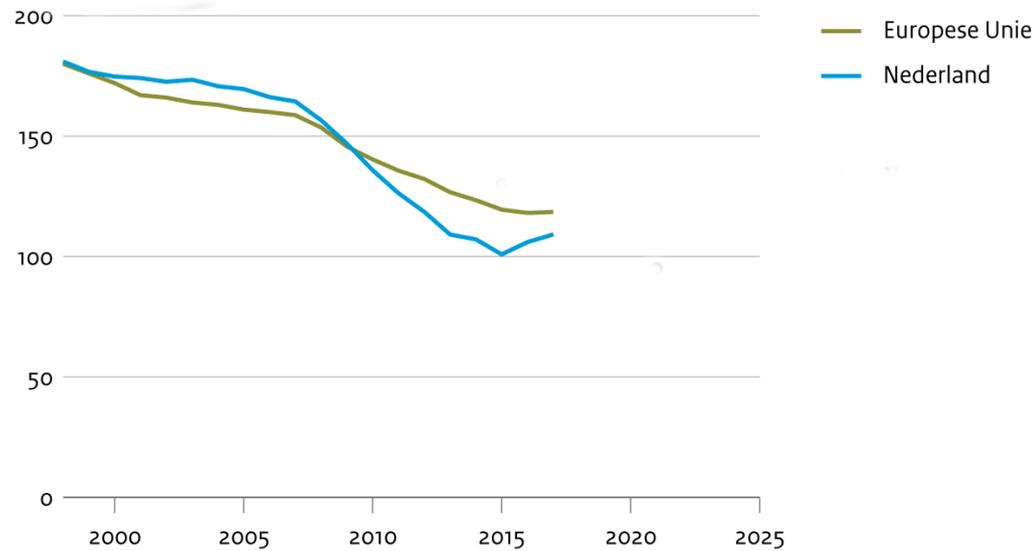
Qu'est ce qui a mal tourné?



→ Les chiffres varient très fort d'année en année

Qu'est ce qui a mal tourné?

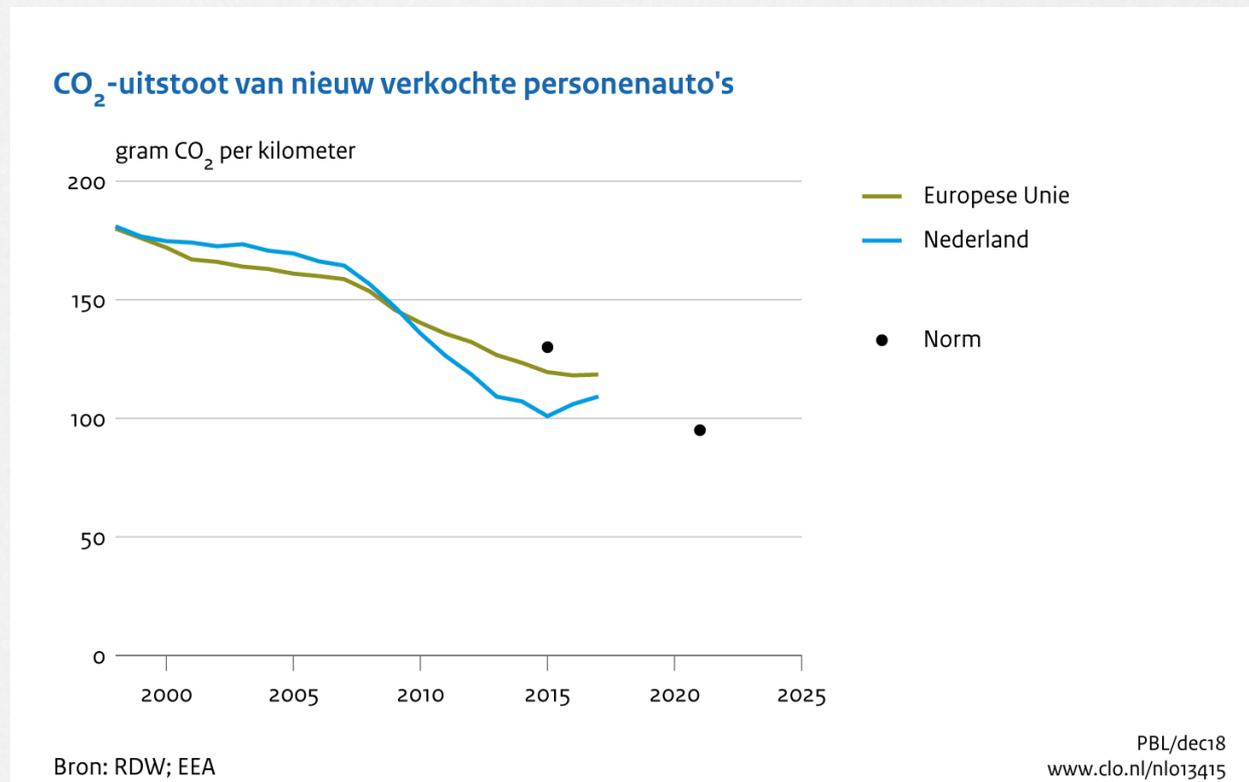
CO₂ -uitstoot



Bron: RDW; EEA

PBL/dec18
www.clo.nl/nl013415

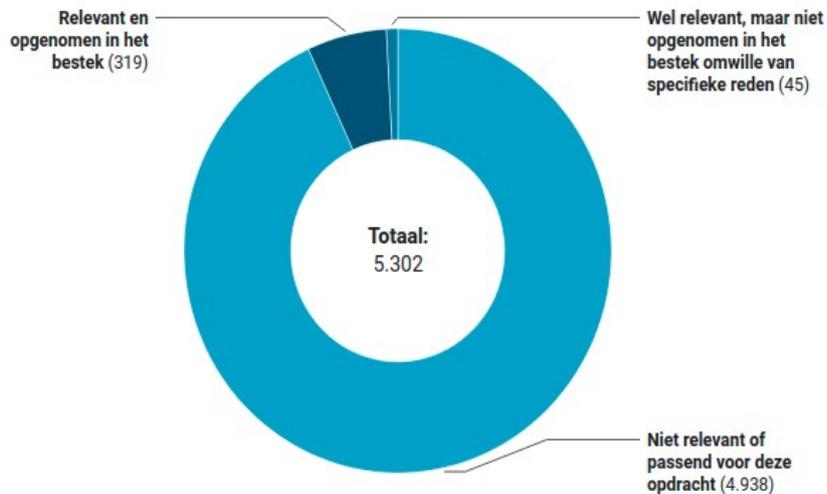
Qu'est ce qui a mal tourné?



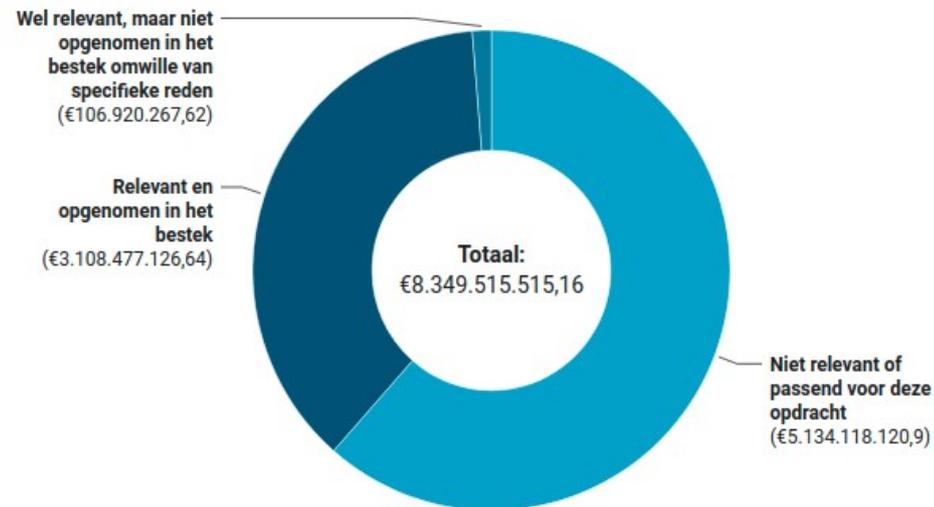
Même si vous ne faites rien, beaucoup d'indicateurs vont dans la bonne direction.

Organisation n°1

**Certificering milieubeheersysteem
(aantal opdrachten, 2018-2021)**



**Certificering milieubeheersysteem
(geraamd bedrag excl. BTW, 2018-2021)**



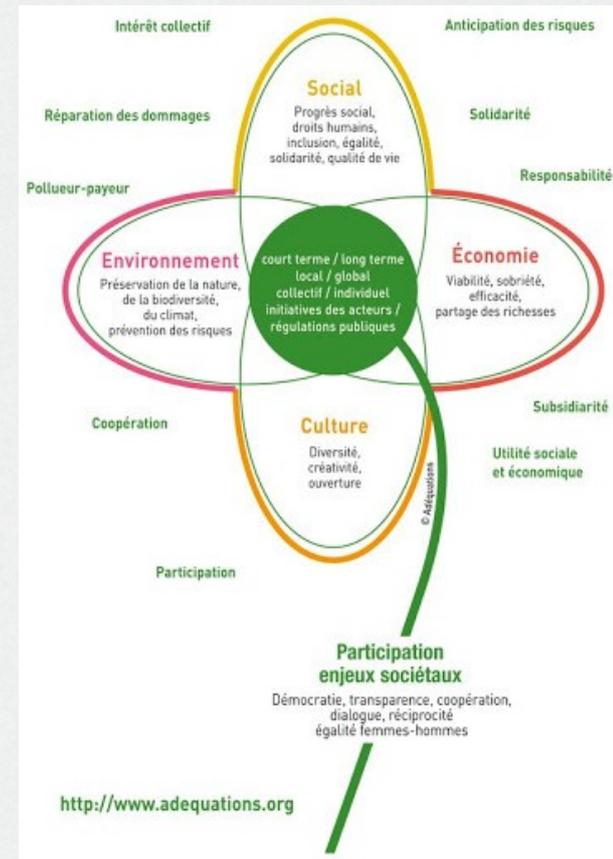
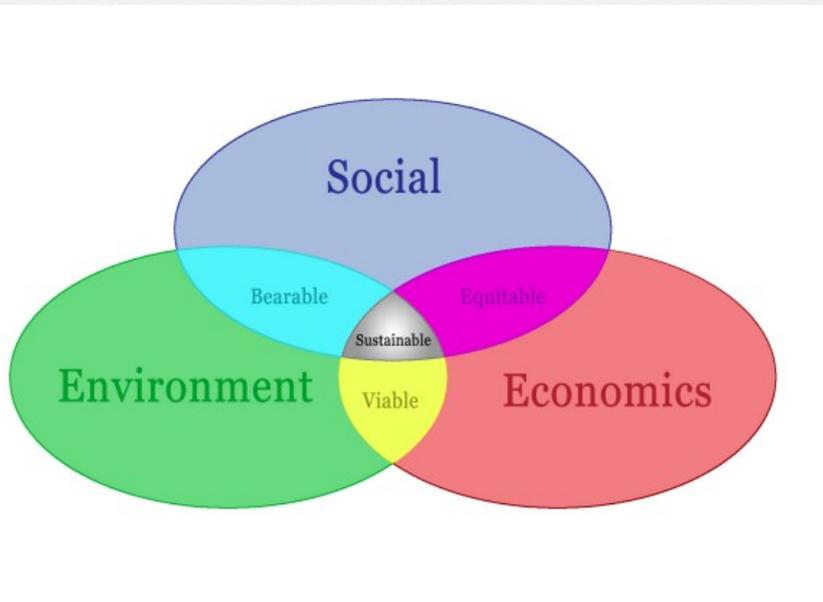
3. SOLUTIONS



Quelques astuces pratiques

- - - • a) Quelles sont mes priorités ?
- - - • b) Optez pour des critères de base et des achats prioritaires
- - - • c) Qui doit être impliqué?
- - - • d) Comment réaliser et mesurer les progrès ?
Mettre en place des indicateurs
- - - • e) Comment éviter le Greenwashing ?

a) Quelles sont mes priorités ?



Questions contradictoires

- Produits locaux *vs* fair trade
→ Jus de pomme local ou fair trade
- Matériel écologique *vs* la santé
→ Assiettes en bambou
- Mauvaises conditions de travail *vs* contribution au changement climatique
→ Batteries *vs* carburant

Les éléments qui aident

Économie sociale et locale

Production locale et bonnes conditions de travail

Économie circulaire et sociale

...

Basez-vous sur les plans stratégiques existants

Une stratégie d'achat durable doit être en fonction des autres objectifs stratégiques de l'organisation : émissions de CO2, réduction des déchets, objectifs budgétaires, ...

Regardez quelles sont les marchés qui ont le plus d'impact sur l'environnement → cela peut varier fortement entre les organisations (restauration, travaux, ...).

Conseil pratique : travaillez avec une liste d'achats prioritaires ; tous les autres plans stratégiques le font aussi.

b) Liste de groupes prioritaires

- Bâtiments (construction et rénovation)
- Nettoyage
- Alimentation
- Mobilier
- Entretien des jardins, parcs et espaces verts
- Matériel informatique
- Éclairage
- Matériel de bureau
- Papier
- Équipement et entretien de l'eau et de l'assainissement
- Textiles
- Véhicules et transports
- Élimination des déchets

	Light green	Green	Very Green
<p>Pre procurement phase</p> <p>timing: 1 year before start of Contract</p>	<p>An overview of all paper products that are procured by the <u>EIB</u> is created.</p> <p><u>Deliverable</u>: Indicator on all paper products procured by the <u>EIB</u></p>	<p>1) Perform a need analysis for the weight of all paper products (envelopes, folders, ...) , including impressions for events, brochures, ...</p> <p>Objective: to reduce the weight as much as possible without compromising the quality.</p> <p><u>Deliverable</u>: overview of the ideal weight of standard paper products according their use is created.</p> <p>2) Make an analysis of all paper products (envelopes, folders, reports, brochures, ...) that can be used in promoting recycled paper with an <u>Ecolabel</u>¹.</p>	
<p>Writing the tender</p> <p>Timing: up to 18 months before start of the contract</p>		<p>1) All paper products are made of 100% recycled paper with EU <u>Ecolabel</u> (unless technically not feasible)</p> <p>2) All tenders have detailed specification for the weight of the paper based upon the results of the needs analysis</p> <p>3) The following phrase is added on all paper products that have been identified as potential promotion material: <i>“This paper is made of 100% recycled paper with a limited environmental impact“</i></p>	<p>An environmental award criterion on the CO2-emission for paper production is inserted in the purchase of printing paper. This criterion will be based upon the CO2-emission calculation of the EU <u>Ecolabel</u> or any other equivalent CO2 calculation.</p>

c) Qui doit être impliqué?

Pour les personnes concernées : formation et help desk

Pour la mise en œuvre, votre personnel doit développer de nouvelles compétences : la formation et l'accompagnement sont essentiels !

→ Profitez de l'offre d'Environnement Bruxelles et n'oubliez pas de vous abonner aux centrales d'achat de fournitures de bureau, de véhicules et de matériel informatique.

d) Comment réaliser et mesurer les progrès ?

Mise en place d'indicateurs

Prévoyez des indicateurs facilement mesurables → Le manque de temps est un gros problème pour les acheteurs.

Référez-vous à d'autres indicateurs tels que la consommation d'énergie, la réduction des déchets, ...

N'oubliez pas de faire un rapport sur :

- La disparition de produits sur le marché → par exemple, moins de véhicules.
- Nouveaux marchés écologiques : déconstruction, panneaux solaires, ...

d) Comment réaliser et mesurer les progrès ? Mise en place d'indicateurs (suite)

Bonnes pratiques (indicateurs globaux) :

- 1) Décomposer les groupes de produits : groupes de produits prioritaires, travaux et autres.
- 2) Prendre en compte tous les marchés en cours
- 3) Comparer avec un ensemble de critères de base obligatoires

d) Comment réaliser et mesurer les progrès ? Mise en place d'indicateurs (suite)

Suivi individuel:

- 1) Comparer avec le marché précédent → rendre compte des améliorations apportées.
- 2) Utiliser les critères d'attribution comme étude de marché
- 3) Adaptez régulièrement vos critères de base
- 4) Vous placez vos changements sur une ligne du temps

Exemple de ligne du temps

2015-2020 :

- Achat de papier 100 % recyclé + configuration des paramètres par défaut des imprimantes (noir et blanc + recto/verso)
- Achat de mobiliers de bureau reconditionnés + achat de tous les produits de nettoyage avec ecolabel européen
- Réduction de 50 % du papier d'impression et des fournitures de bureau
- Audit éclairage et remplacement des luminaires

2020-2025:

- Achat d'une voiture de société électrique
- Achat de chaises de bureau en seconde main
- Modification du contrat de service de nettoyage : adaptation des horaires de travail
- Achat de produits alimentaires biologiques et/ou fair trade (thé, café, sucre, lait, ...)
- Appel à une entreprise d'économie sociale pour les services de catering

2025-2030 :

- Appel à un fournisseur de services IT local
- Remplacement des équipements TIC par des équipements ecolabellisés TCO certified ou Ange Bleu
- Achat de toutes les fournitures en bois certifiées FSC ou PEFC
- Appel à une entreprise d'économie locale pour l'entretien des espaces verts
- Achats de vêtements de travail ecolabellisés Oeko-tex

e) Comment éviter le greenwashing?

Soyez le plus concret possible :

- Renvoyez vers des outils, normes, labels existants
- Evitez les termes vagues comme écologique, de préférence, ...
- Vérifiez tous les critères
- Evitez les critères invérifiables et les labels sans obligation de résultat.

Pièges

Essayez d'éviter les pièges suivants :

- Vouloir aller trop vite : prévoyez un calendrier clair qui tienne compte des contrats à long terme.
- Des objectifs trop ambitieux : 100 % de marchés publics durables
- Critères pour tous les groupes de produits (par exemple, la consultance intellectuelle)
- Rapportage non ciblé → expliquez pourquoi les rapports sont importants.

La consommation durable n'est pas une compétition pour obtenir le meilleur produit. C'est un processus continu de remplacement des mauvais éléments par des éléments moins nocifs.

CONCLUSION

Respecter les valeurs sociales et favoriser l'économie sociale

Rôle d'exemple

Prévention des risques

Réduire les coûts des services/produits



Réduire l'impact environnemental des achats

Assurer la conformité réglementaire (sociale et environnementale)

Offrir de meilleurs services ou de meilleurs produits au personnel ou aux utilisateurs

Stratégie de la Région de Bruxelles-Capitale

La Région de Bruxelles-Capitale a inclus les marchés publics durables dans sa stratégie 'shifting economy'.

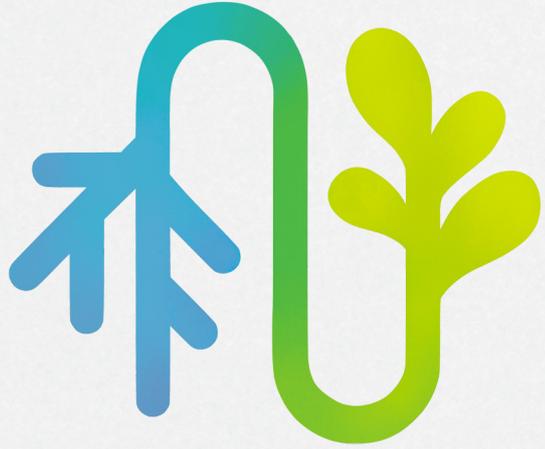
Il existe plusieurs bons exemples de plans stratégiques de différentes autorités et nous avons pu apprendre de leurs erreurs.

Il est temps d'élaborer votre propre stratégie, en fonction de vos priorités.

Éléments clés

- ✓ Gardez votre stratégie aussi concrète que possible → utilisez des critères de base minimums.
- ✓ Concentrez-vous sur les achats prioritaires, ayant un impact environnemental important
- ✓ Établissez un calendrier et choisissez de bons indicateurs.
- ✓ Utilisez les outils, le help desk et les formations fournis par Bruxelles Environnement.





MERCI!



Rob Renaerts

Directeur

0032 488 994488

rob@coduco.be

www.coduco.be