

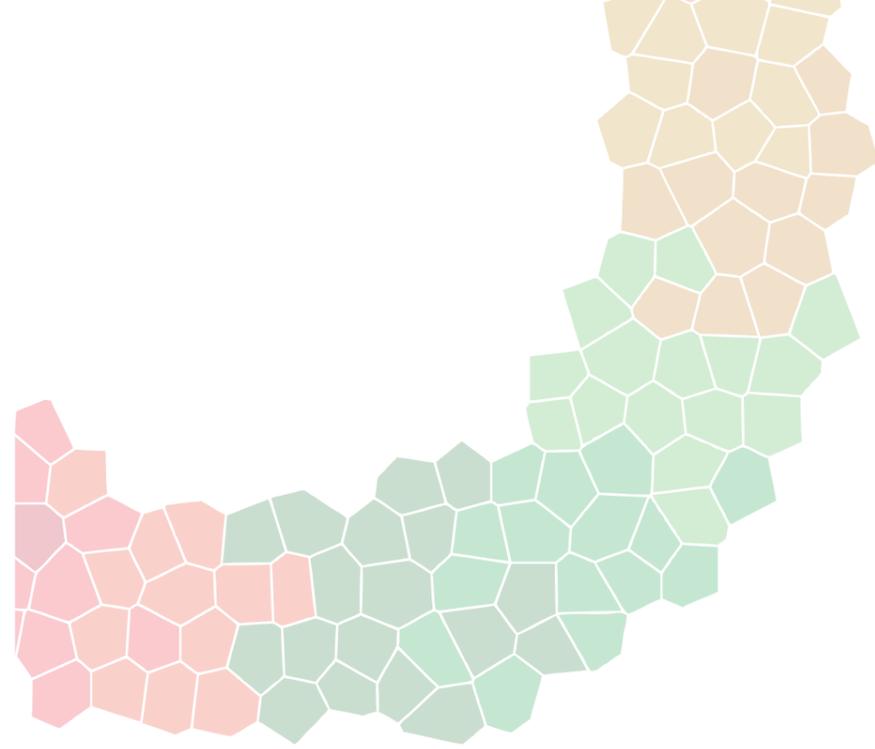


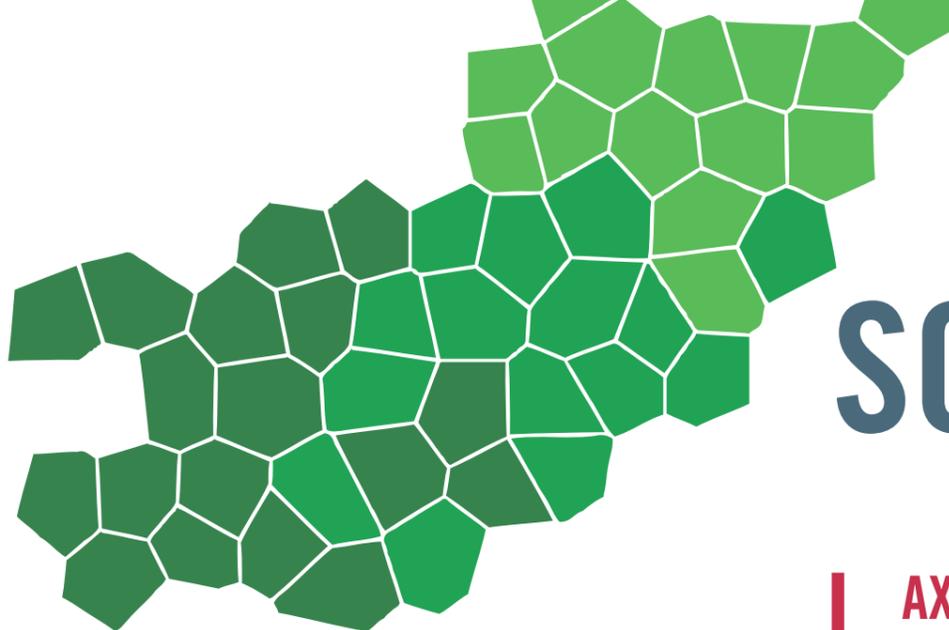
**UNIVERSITÉ
DE LORRAINE**

CA du 11 MARS 2025
Annexe 06

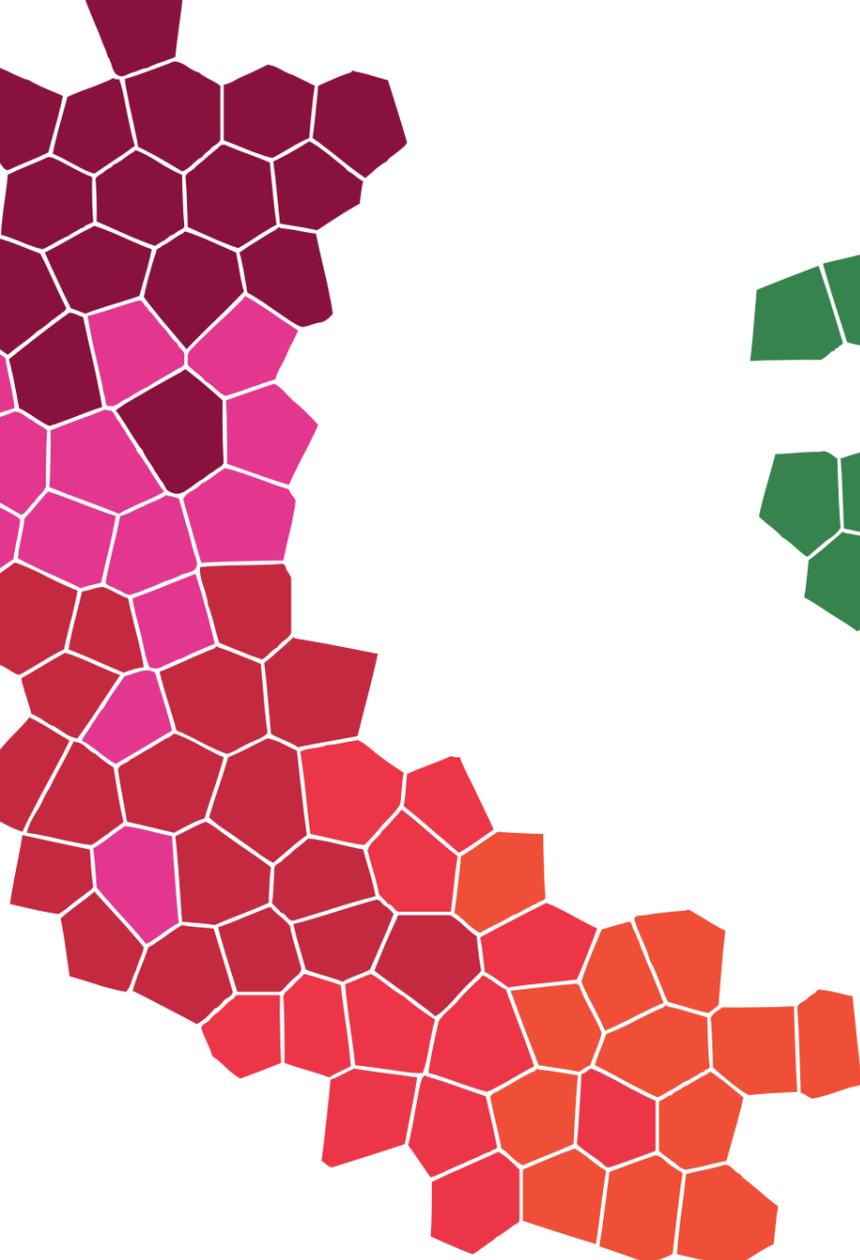
SPASER

**SCHÉMA DE PROMOTION
DES ACHATS SOCIALEMENT ET
ÉCOLOGIQUEMENT RESPONSABLES**





SOMMAIRE



AXE TRANSVERSAL ET GOUVERNANCE

- Positionner l'achat durable comme enjeu stratégique au sein de l'université 8
- Sensibiliser et professionnaliser les acteurs et actrices de l'université à l'achat durable 10



AXE SOCIAL

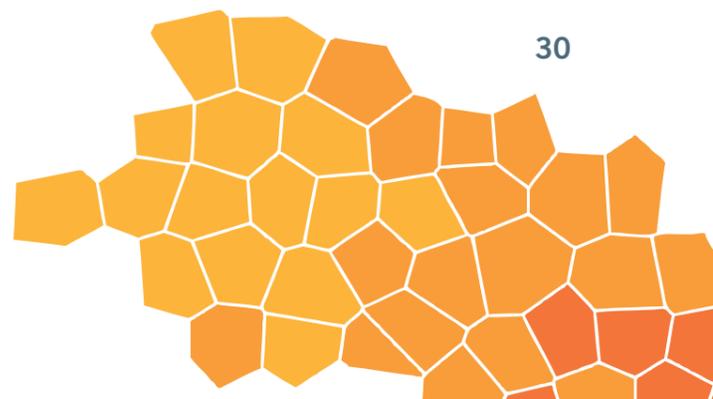
- Se servir des achats pour favoriser l'insertion et l'inclusion 14
- Promouvoir l'égalité femmes-hommes et lutter contre les discriminations 16

AXE ÉCONOMIQUE

- Rendre plus transparente la commande publique de l'Université de Lorraine 20
- Faciliter l'accès des TPE/PME aux marchés publics et favoriser le développement du tissu économique local 22

AXE ENVIRONNEMENTAL

- Consommer moins et consommer mieux dans une logique de réduction de notre impact écologique 26
- Inscrire pleinement les procédures d'achats dans une démarche éco-responsable 28



GLOSSAIRE

30



**AXE
TRANSVERSAL ET
GOUVERNANCE**

1 POSITIONNER L'ACHAT DURABLE COMME ENJEU STRATÉGIQUE AU SEIN DE L'UNIVERSITÉ



L'achat de biens, de prestations, de travaux et leur consommation occupent une place majeure dans l'instauration d'un monde plus durable et responsable. Aussi, l'Université a l'ambition d'accélérer le changement des pratiques dans ces domaines. Pour cela, elle met en place une instance dédiée aux achats et consommations responsables et renforce la programmation et la planification de ses achats. Qu'ils soient récurrents (nettoyage, fournitures) ou ponctuels (travaux, équipements scientifiques), cette démarche vise à intégrer concrètement les objectifs de développement durable dans les projets d'achats.



ACTION 1 PILOTER AU PLUS HAUT NIVEAU LES ACHATS ET ENCADRER LES CONSOMMATIONS À FORTE EMPREINTE ÉCOLOGIQUE

En septembre 2024, l'Université de Lorraine a constitué un comité de pilotage consacré à l'achat et aux consommations responsables (COPIL ACOR). Il a vocation à définir les grandes orientations de la politique d'achats de l'établissement. Il analyse et valide les politiques d'achats et de consommations ou les éléments de la stratégie d'achats.

INDICATEURS

- Nombre de réunions du COPIL ACOR
- Nombre de politiques achats et de consommations validées et suivies

VALEURS CIBLES

- **Dès 2025** : validation au COPIL ACOR de chaque politique achat et de consommation
- Examen de la cartographie annuelle des achats

ACTION 2 AMÉLIORER LA PROGRAMMATION DES ACHATS

Programmer les achats de l'établissement constitue une démarche indispensable pour prendre en compte les enjeux du développement durable à leur juste valeur. Si cette programmation est réalisée en ce qui concerne les marchés récurrents (nettoyage, gardiennage, fourniture de bureaux, de périphériques informatiques ...), l'université a pour objectif de la développer à l'égard des achats ponctuels.

INDICATEURS

- Taux de marchés récurrents programmés qui ont été réalisés l'année prévue
- Déploiement d'un processus de programmation des achats ponctuels, de façon annuelle

VALEURS CIBLES

- **Dès 2025** pour la programmation des marchés récurrents
- **A compter de 2026** : élaboration d'un processus permettant la programmation des achats ponctuels

ACTION 3 INTÉGRER LES ENJEUX DU DÉVELOPPEMENT DURABLE À LA PLANIFICATION ET AU PILOTAGE DES ACHATS STRATÉGIQUES

La planification vient compléter la programmation des achats. Elle définit précisément et à l'avance les étapes clés à mener pour un achat efficient (cartographie des dépenses, bilan interne, sourcing, benchmark, définition d'objectifs précis).

L'université souhaite renforcer cette planification pour donner à ses acheteurs et acheteuses l'opportunité d'intégrer pleinement les enjeux économiques, environnementaux et sociaux dans leurs projets.

INDICATEURS

- Nombre de marchés planifiés par an
- Volume de dépenses couvertes par des marchés planifiés

VALEUR CIBLE

Dès 2025 : 4 marchés jugés stratégiques par an font l'objet d'une planification

2 SENSIBILISER ET PROFESSIONNALISER LES ACTEURS ET ACTRICES DE L'UNIVERSITÉ À L'ACHAT DURABLE



Si les acteurs et actrices de l'achat public sont nombreuses et dotées de profils variés, elles ont toutes un rôle à jouer dans la transition vers des achats plus durables. Qu'ils soient acheteur et acheteuse de métier, chargé-e d'opération, enseignant-e chercheur-e, responsable administratif, chargé-e de communication ou gestionnaire financier, leur professionnalisation et leur sensibilisation sont essentielles pour une meilleure intégration des enjeux du développement durable dans les pratiques d'achat.



7 200 personnels, dont plus de
4 400 enseignant-es et chercheur-es ou personnels d'enseignement et de recherche

ACTION 4

FORMER LES ACHETEURS ET LES ACHETEUSES À L'ACHAT DURABLE

Face aux enjeux environnementaux et à l'évolution de la réglementation en la matière, les acheteurs et acheteuses de l'établissement dont c'est le métier doivent être formés à l'achat durable. En développant leurs compétences, l'université contribue, à travers ses achats, à une gestion plus durable de ses ressources.

INDICATEUR

Nombre de collaborateurs et collaboratrices formés à l'achat public durable

VALEURS CIBLES

- **2026** : DAMP : 100 % des acheteurs, acheteuses et responsables de service ont suivi au moins une formation certifiante relative à l'achat durable
- **2026** : DPI : au moins 1 personne formée dans trois sous-directions (SDPI, GEM, AGEPI)

ACTION 5

SENSIBILISER LE PERSONNEL ET EN PARTICULIER LES PRESCRIPTRICES ET LES PRESCRIPTEURS À L'ACHAT DURABLE

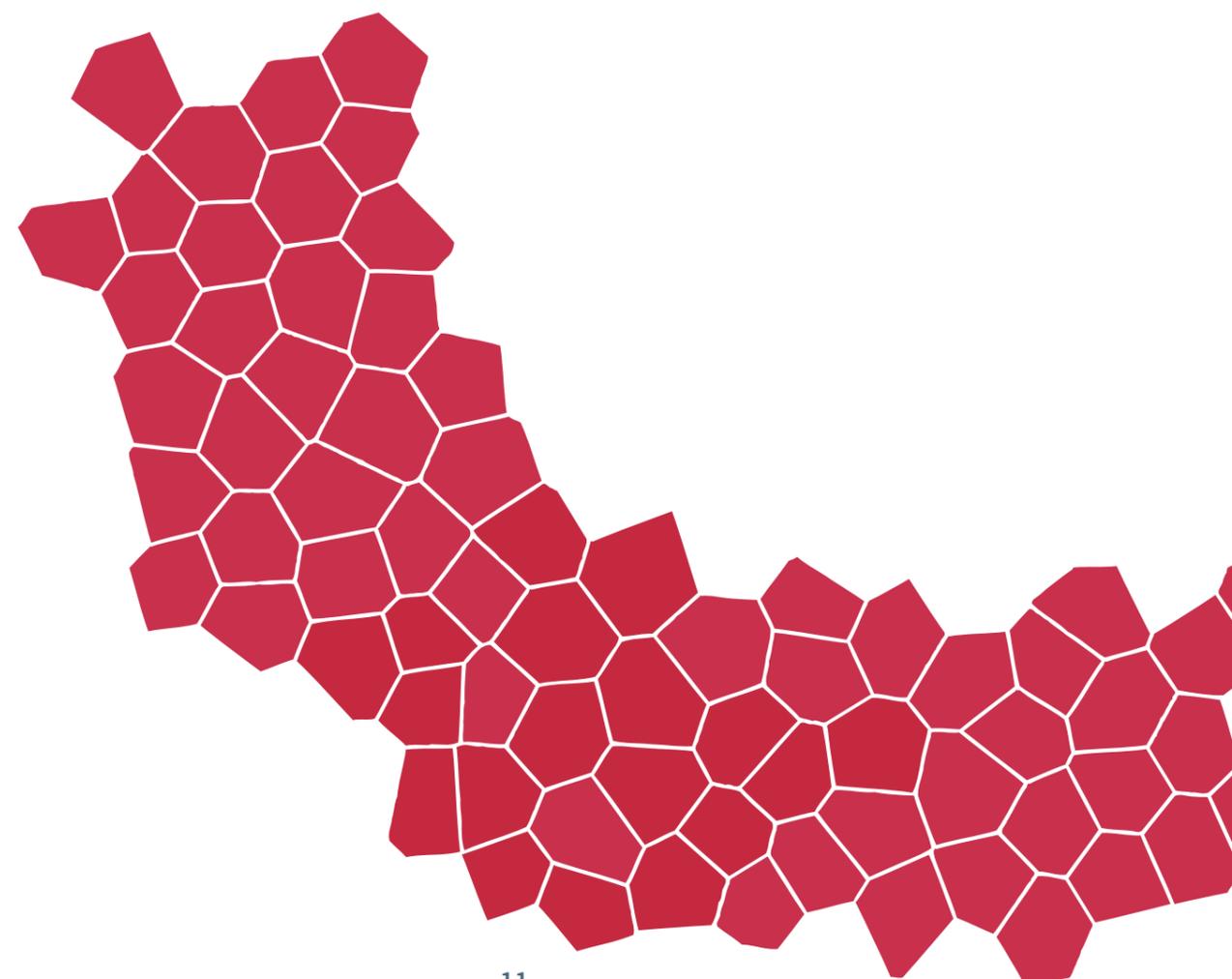
Si tous les acteurs et actrices sont concernées par les achats durables, cette action vise particulièrement les prescripteurs et prescriptrices, c'est à dire les personnes qui sont amenées à définir techniquement un besoin en vue d'acquies un bien, un service ou de réaliser des travaux.

INDICATEURS

- Déploiement d'un espace d'information dédié à l'achat durable sur l'intranet
- Nombre d'articles publiés dans la newsletter traitant de l'achat durable
- Nombre d'ateliers de sensibilisation réalisés auprès des composantes, laboratoires et directions centrales

VALEURS CIBLES

- **Dès 2025** : déploiement d'un espace d'information dédié
- A minima deux ateliers d'information sur l'achat durable par an



The background of the page is a pattern of irregular, organic shapes in a vibrant orange color, set against a white background. The shapes vary in size and orientation, creating a dynamic and textured visual effect. The text 'AXE SOCIAL' is centered within one of the larger orange shapes.

AXE SOCIAL

3 SE SERVIR DES ACHATS POUR FAVORISER L'INSERTION ET L'INCLUSION



L'université inscrit pleinement la dimension sociale dans sa politique d'achats en favorisant l'insertion des personnes éloignées de l'emploi et en développant des actions en faveur de ses personnels, étudiantes et étudiants en situation de handicap. Elle prévoit ainsi d'élaborer une programmation sociale des achats.



AXION 6 CONSTRUIRE UNE PROGRAMMATION SOCIALE DES ACHATS

Construire une programmation sociale des achats consiste à cibler en amont les marchés pour lesquels le déploiement d'une considération sociale peut s'avérer pertinent. Celle-ci ne peut être réalisée qu'avec l'aide d'experts du secteur, notamment la Maison de l'Emploi du Grand Nancy dans son rôle de facilitateur.

INDICATEURS

- Rencontre annuelle avec la Maison de l'Emploi pour cibler les marchés clausables
- Réalisation d'une programmation sociale annuelle
- Taux de marché annuel disposant d'une considération sociale

VALEURS CIBLES

- **Dès 2025** : déploiement de la programmation sociale annuelle
- **Dès août 2026** : toutes les procédures d'appel d'offres contiennent une considération sociale, sauf exception prévue par la loi Climat et Résilience

AXION 7 OPTIMISER L'INSERTION SOCIALE VIA LES ACHATS

Cette action vise non seulement à augmenter le nombre de clauses d'insertion dans les marchés de l'université mais aussi à évaluer la qualité de ces actions d'insertion, par exemple à travers un critère de sélection des offres.

INDICATEURS

- Nombre d'heures d'insertion réalisées par rapport au nombre d'heures prévues
- Nombre de marchés dotés d'une clause d'insertion et d'un critère de sélection relatif à la qualité de l'insertion prévue
- Nombre de marchés dotés d'une clause d'insertion /an

VALEURS CIBLES

- **Dès 2025** : 90% des heures d'insertion prévues dans nos consultations ont été effectivement réalisées
- **Dès 2025** : au moins un marché contenant une clause d'insertion contient également un critère de sélection relatif à la qualité de l'insertion.
- **Dès 2025** : expérimentation d'une clause d'insertion dans les marchés de maîtrise d'œuvre

AXION 8 RENFORCER LE RECOURS AUX MARCHÉS RÉSERVÉS

Le marché réservé est un levier d'insertion que l'université utilise pour certains secteurs d'activité (nettoyage, accueil, espaces verts, ...). Elle a pour ambition de le déployer sur davantage de secteurs et de l'ouvrir à une plus grande variété de structures.

INDICATEURS

- Nombre de marchés réservés déployés
- Volume achat attribué aux structures adaptées ou d'insertion par l'activité économique par secteur

VALEURS CIBLES

- **Dès 2025**, lancement d'un marché réservé à la fois aux structures adaptées mais aussi aux SIAE.
- 2% du volume d'achat (hors fluide) est attribué à des ESAT/EA

AXION 9 DÉVELOPPER LES ACHATS EN FAVEUR DE L'INCLUSION DES PERSONNELS ET ÉTUDIANT-ES DE L'UNIVERSITÉ EN SITUATION DE HANDICAP

Cette action est tournée non pas vers les fournisseurs mais vers le personnel, les étudiant-es de l'université en situation de handicap. Elle vise à mettre en valeur et à développer les achats en faveur de l'inclusion de ces personnes.

INDICATEURS

- Nombre d'actions déployées (fournitures, services, formations, sensibilisation, ...)
- Montants engagés pour ces actions
- Nombre de personnels et étudiant-es touchés par une action de sensibilisation concernant le handicap
- Nombre de personnels ou étudiant-es bénéficiaires
- Taux de satisfaction des personnes accompagnées

VALEURS CIBLES

- **Chaque année** : tous les besoins validés au préalable par la commission handicap sont réalisés
- **Chaque année** : toutes les personnes recensées par la mission handicap bénéficient au moins d'un aménagement
- + 5 % chaque année de personnels, étudiantes et étudiants touchés par une action de sensibilisation ou de formation concernant le handicap
- **Chaque année** : au moins 80% de personnes satisfaites par le dispositif d'accompagnement (étudiants et personnels)

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



L'Université de Lorraine se veut résolument engagée et s'investit pour l'égalité, la diversité et l'inclusion de toutes et tous.

La promotion de l'égalité femmes-hommes dans la commande publique, enjeu émergent de l'achat socialement responsable, constitue un levier de progrès certain. L'Université entend s'emparer pleinement de cette question et mettre en place les outils nécessaires pour lutter contre toute forme de discrimination.



5 conseils pour écrire l'égalité
>> u2l.fr/ecrire-egalite

ACTION 10

ACCROÎTRE L'UTILISATION DE L'ÉCRITURE ÉPICÈNE ET ACCESSIBLE DANS LES ACHATS

L'écriture épïcène consiste en un ensemble de pratiques visant à corriger le sexisme dont le langage pourrait être porteur.

L'écriture accessible, quant à elle, vise à s'assurer que le contenu est compréhensible et accessible à tous et toutes.

Cette action vise à instaurer une écriture épïcène et accessible au sein des livrables liés à l'achat : documents de la consultation, livrables produits par les titulaires mais aussi supports de communication internes.

INDICATEURS

- Nombre de documents types mis à jour
- Nombre de marchés comprenant une clause liée à l'écriture épïcène et accessible dans les marchés

VALEURS CIBLES

- **Dès 2025** : formation des acheteur-ses à l'écriture épïcène et accessible
- **Courant 2025** : insertion d'une clause type pour les marchés sujets à livrable (formation, communication).
- **Dès 2026** : écriture épïcène et accessible à toutes et tous pour les documents de consultation et pour tous les supports de communication achat (atelier flash, newsletter, ...)

ACTION 11

PROMOUVOIR L'ÉGALITÉ FEMMES-HOMMES

De multiples leviers existent pour promouvoir l'égalité femmes-hommes à travers la commande publique dès lors que les enjeux d'égalité sont ciblés en amont sur un projet de marché.

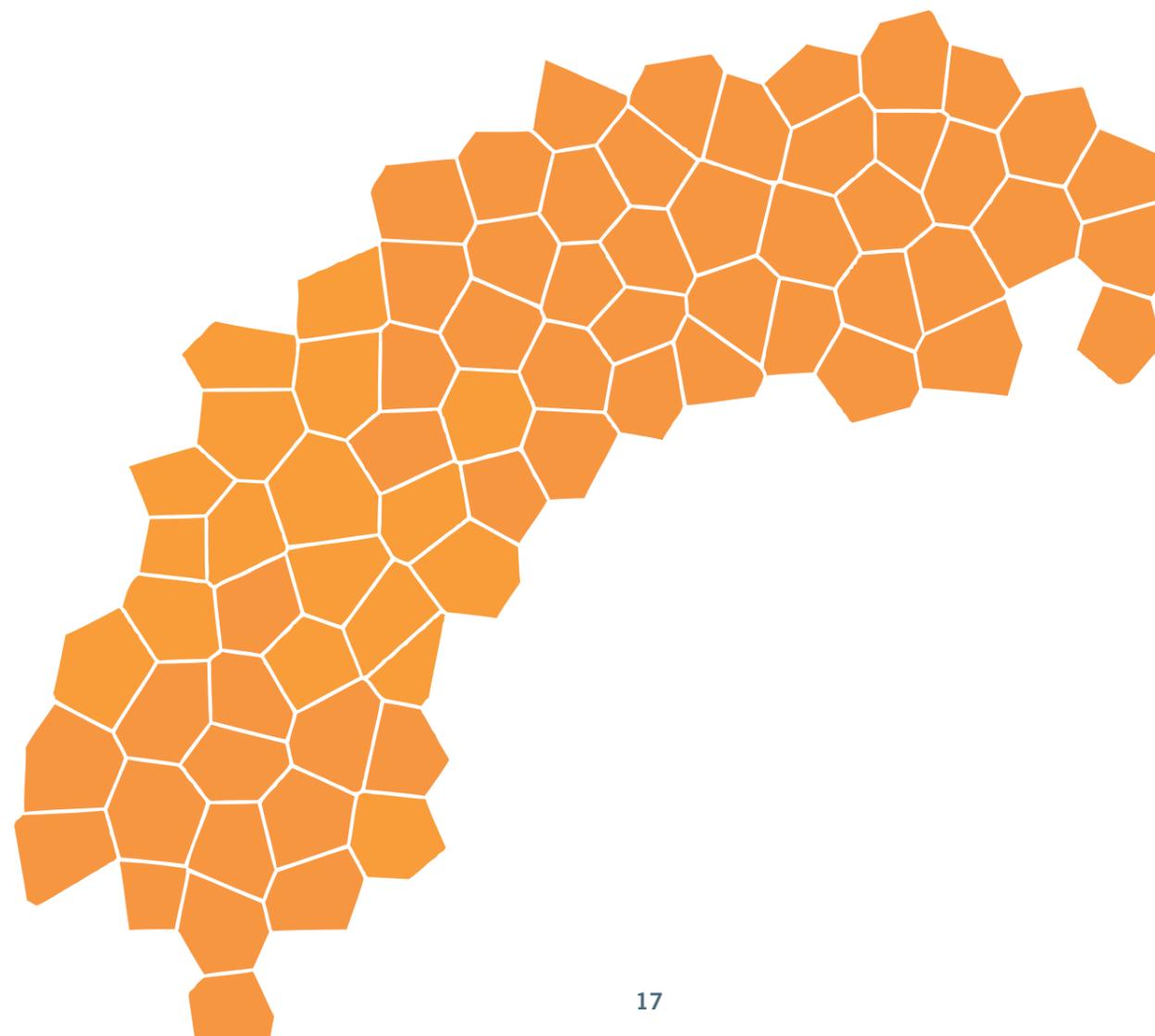
Qu'il s'agisse de clauses incitatives, de plans de progrès ou de conditions d'exécution, l'université entend faire progresser ces leviers du changement pour valoriser et favoriser l'égalité entre les femmes et les hommes.

INDICATEURS

Nombre de marchés disposant d'une clause relative à la promotion de l'égalité femmes/hommes

VALEURS CIBLES

- **Dès 2025** : insertion d'une considération pour la promotion de l'égalité femmes-hommes dans les marchés de services lorsque cela est pertinent (marchés de communication, de formation ou d'événementiels, ...)
- **A compter de 2026** : expérimenter sur au moins un site les prestations de nettoyage avec des heures de travail en journée et en continu
- **A compter de 2027** : introduire une considération pour la promotion de l'égalité femmes-hommes dans au moins une opération de travaux





AXE ÉCONOMIQUE

RENDRE PLUS TRANSPARENTE LA COMMANDE PUBLIQUE DE L'UNIVERSITÉ DE LORRAINE



Soucieuse de transparence, attentive à favoriser une concurrence saine et aussi large que possible, l'Université de Lorraine maintient un dialogue ouvert avec l'ensemble des opérateurs économiques, en particulier les acteurs locaux. Elle prévoit ainsi de publier ses intentions d'achat plusieurs années à l'avance et de renforcer les échanges avec ces acteurs, notamment à travers des rencontres dédiées à la thématique des achats.



164

consultations publiées sur le profil acheteur en 2024

ACTION 12

PUBLIER LES INTENTIONS D'ACHAT DE L'UNIVERSITÉ

A travers cette action, l'université souhaite donner aux opérateurs économiques plus de visibilité sur ses projets d'achat. Cela se traduit par une publication de ses intentions d'achats sur divers supports dédiés, au niveau national et régional.

INDICATEUR

Publication de la programmation achat

VALEUR CIBLE

Dès 2025 : publication des intentions d'achat de l'université prévues en 2025, 2026 et 2027

ACTION 13

ORGANISER DES JOURNÉES DE RENCONTRES ENTRE L'UNIVERSITÉ DE LORRAINE ET LES ENTREPRISES

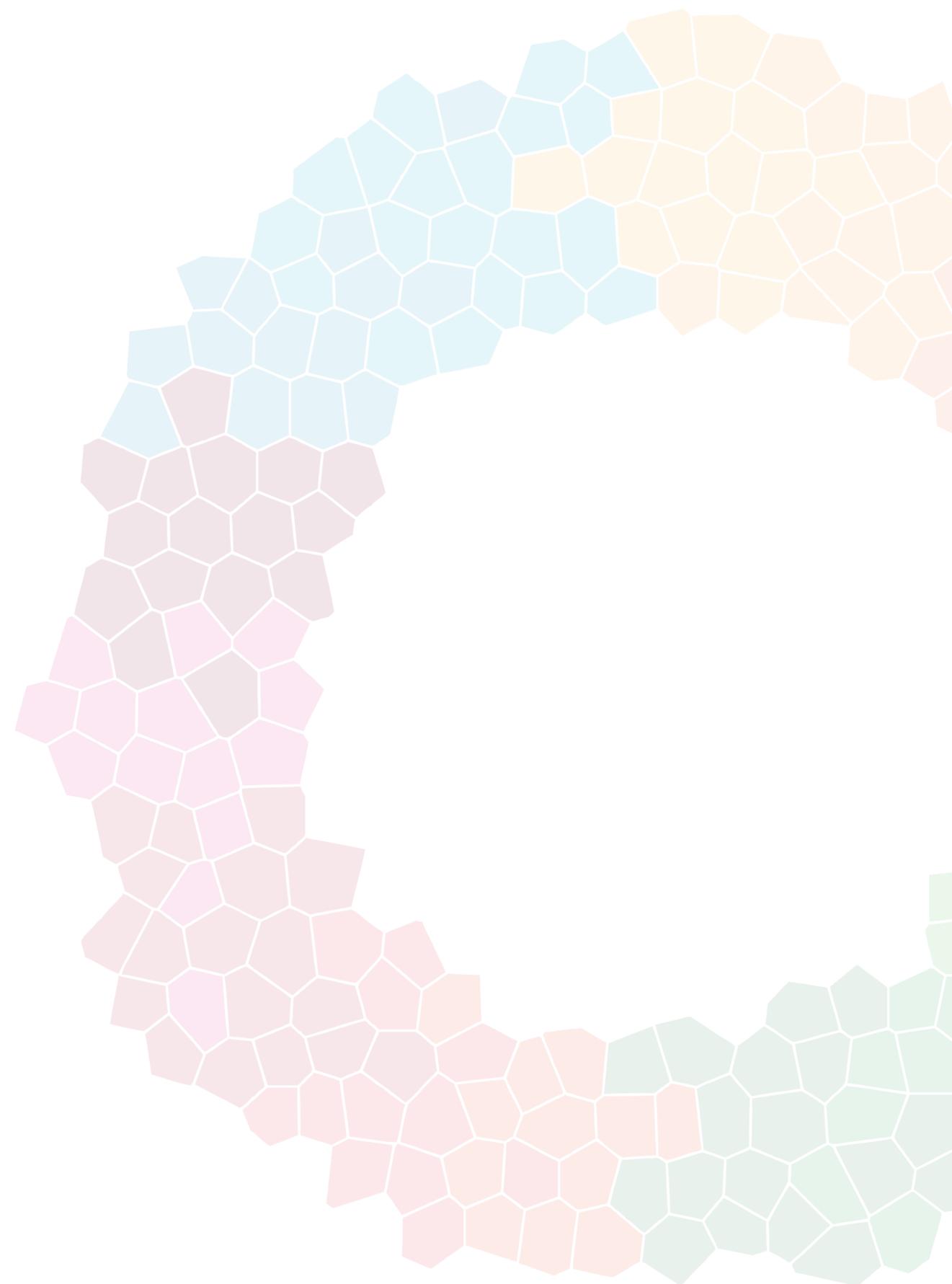
Les acheteurs de l'université rencontrent régulièrement des opérateurs dans le cadre d'opérations de sourcing. Cette action vise à compléter cette démarche en se tournant de manière proactive vers les entreprises, via des rencontres thématiques, organisées par l'université pour faire se rencontrer ses projets d'achats et le savoir-faire des acteurs économiques.

INDICATEURS

Nombre de journées organisées

VALEURS CIBLES

Dès 2026 : organisation d'au moins une rencontre entreprises / Université de Lorraine par an



FACILITER L'ACCÈS DES TPE/PME AUX MARCHÉS PUBLICS ET FAVORISER LE DÉVELOPPEMENT DU TISSU ÉCONOMIQUE LOCAL



Fortement ancrée dans son territoire, l'Université de Lorraine souhaite valoriser les compétences locales, en particulier celles de l'économie sociale et solidaire, dont elle partage les valeurs.

Consciente des défis auxquels font face les petites structures pour accéder aux marchés publics, elle veille à utiliser au mieux le cadre réglementaire pour simplifier ses procédures, mais aussi à améliorer les conditions financières de ses marchés.



36 %
des marchés de l'université attribués à des PME en 2022

ACTION 14

RENFORCER LE RECOURS AUX STRUCTURES ISSUES DE L'ÉCONOMIE SOCIALE ET SOLIDAIRE (ESS)

L'économie sociale et solidaire regroupe un ensemble de structures avec des valeurs et principes communs : démocratie, utilité sociale du projet, ancrage local et non lucrativité. Il s'agit d'une économie qui se centre sur l'humain et son environnement, autour de différents statuts : coopératives, mutuelles, associations, fondations et entreprises solidaires d'utilité sociale.

L'université a pour ambition de tourner davantage ses achats vers ces structures, à travers les leviers prévus par le Code de la commande publique.

INDICATEURS

- Nombre de marchés attribués aux structures issues de l'ESS
- Volume d'achat attribué aux structures issues de l'ESS
- Nombre de structures issues de l'ESS concernées par les commandes de l'Université de Lorraine

VALEURS CIBLES

- **Dès 2025** : se mettre en capacité de détecter les structures issues de l'ESS dans notre logiciel financier afin de pouvoir établir une cartographie des dépenses
- **Dès 2025** : étudier l'offre économique des structures issues de l'ESS

ACTION 15

RENDRE LES MARCHÉS DE L'UNIVERSITÉ PLUS ATTRACTIFS POUR LES PME/TPE

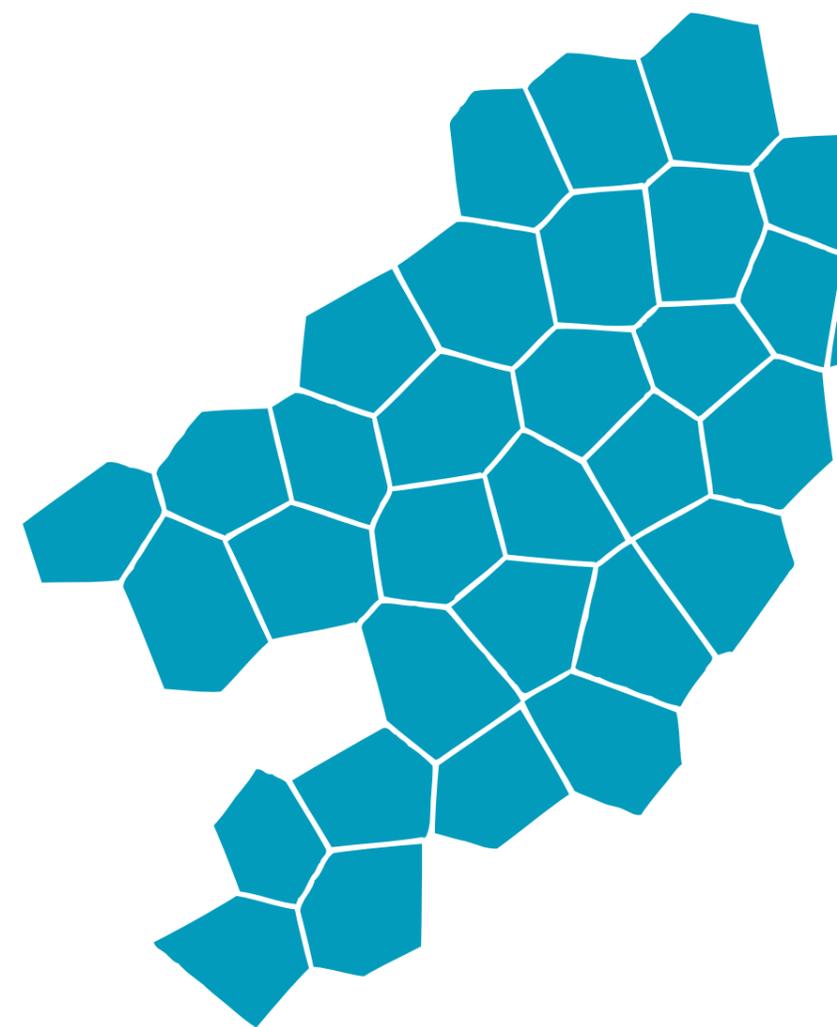
Depuis sa création en 2012, l'université s'efforce de rendre ses consultations les plus accessibles possibles aux PME et aux TPE. Qu'il s'agisse de clauses financières ou de simplification des documents de la consultation, des leviers restent à activer pour rendre les marchés de l'université toujours plus attractifs.

INDICATEURS

Taux de marchés attribués à des PME/TPE, notamment du territoire

VALEUR CIBLE

Dès 2025 : 40% minimum du volume de dépenses achat est consacré aux PME/TPE



The background of the page is a white field filled with numerous overlapping, organic, teal-colored shapes. These shapes vary in size and form, resembling cells or abstract organic structures. The largest shape, located on the right side, contains the text.

**AXE
ENVIRONNEMENTAL**

CONSOMMER MOINS ET CONSOMMER MIEUX DANS UNE LOGIQUE DE RÉDUCTION DE NOTRE IMPACT ÉCOLOGIQUE



L'université s'est donnée comme objectif de réduire de 6% par an son bilan carbone. Une ambition dans laquelle les achats jouent un rôle prédominant puisqu'ils représentent plus de la moitié des émissions de gaz à effet de serre de l'établissement. Il est donc primordial pour l'université de redéfinir ses modes de consommation et d'être en capacité de mesurer son impact écologique.



Plus de 41 000 tonnes équiv CO2
Poids des achats en 2024

ACTION 16

FORMALISER DES POLITIQUES D'ACHATS RESPONSABLES SUR 5 GRANDS SEGMENTS

Pour réduire l'impact écologique de ses achats, l'Université de Lorraine doit nécessairement s'interroger sur ses justes besoins. A ce titre, elle ambitionne de se doter de politiques d'achats et de consommation sur 5 grands segments stratégiques : numérique, alimentation, équipements scientifiques, bâtiments et déplacements afin d'orienter les comportements vers des usages plus sobres.

INDICATEURS

- État d'avancement des politiques achats
- Nombre de politiques achats déployées
- Nombre de bilans politiques achats réalisés

VALEURS CIBLES

- **2025** : déploiement de la politique de numérique et d'alimentation responsables
- **2026** : déploiement des politiques d'achats pour les bâtiments, les déplacements et les équipements scientifiques
- **2027** : réalisation d'un bilan de suivi de ces politiques

ACTION 17

MESURER L'IMPACT ÉCOLOGIQUE DES ACHATS

Afin de mesurer l'impact de nos actions, il est primordial de pouvoir disposer d'un outil à l'échelle de l'Université mais aussi des composantes et des laboratoires, pour permettre à chaque acteur et actrice de s'emparer de ces enjeux. Un outil de calcul, interfacé avec la nomenclature achat de l'université, est en cours d'élaboration.

INDICATEURS

- Opérationnalité de l'outil de calcul GES des achats
- Nombre de composantes ayant accès à l'outil de calcul

VALEUR CIBLE

Dès 2025 : outil opérationnel permettant l'analyse à l'échelle de l'université et déploiement de l'outil BGES du TBO à tous les responsables administratifs des composantes de formation et de recherche. La mission transition écologique accompagnera cet outil et l'explicitera pour en faire un véritable outil d'aide au pilotage.

ACTION 18

AMPLIFIER L'ACQUISITION DE BIENS ISSUS DE L'ÉCONOMIE CIRCULAIRE

Bien que non directement soumise aux obligations de l'article 58 de la loi AGEC (anti-gaspillage économie circulaire) obligeant certains acheteurs à acquérir des biens issus du réemploi, de la réutilisation ou intégrant des matières recyclées, l'université souhaite y répondre dans une logique de réduction de son impact environnemental.

INDICATEURS

- Nombre de marchés incluant des dispositions favorisant l'économie circulaire
- % du volume d'achat de biens issus du réemploi/réutilisation ou intégrant des matières recyclées par domaine

VALEUR CIBLE

2027 : l'université met tout en œuvre pour répondre aux exigences de l'article 58 de la loi AGEC sur tous les segments concernés

INSCRIRE PLEINEMENT LES PROCÉDURES D'ACHATS DANS UNE DÉMARCHE ÉCO-RESPONSABLE



La loi climat et résilience a érigé les objectifs de développement durable au même niveau que les principes fondamentaux destinés à garantir une libre et égale concurrence entre les entreprises. En août 2026, tous les marchés publics devront contenir des considérations environnementales au travers de critères de sélection, de conditions d'exécution et de spécifications techniques. L'université saisit cette évolution comme une opportunité pour adopter une démarche écoresponsable pro active dans ses consultations.



87 %

des marchés lancés par la direction des achats et des marchés publics sont dotés d'au moins une considération environnementale en 2024

ACTION 19

DOTER LES MARCHÉS PUBLICS DE L'UNIVERSITÉ DE CONSIDÉRATIONS ENVIRONNEMENTALES

Depuis 2023, l'université a déployé un plan d'actions visant à renforcer davantage la présence de considérations environnementales réellement efficaces dans ses marchés, pour être au rendez-vous des exigences de la loi climat et résilience en 2026.

INDICATEURS

Pourcentage de marchés clausés par rapport au nombre de marchés notifiés (supérieurs à 40 000 € HT)

VALEURS CIBLES

Dès 2025 :

- Marchés de fournitures et de services :
 - 100% des consultations (lots) avec une condition d'exécution et un critère de sélection environnemental
 - 50% avec une spécification technique environnementale
- Marchés de travaux ou de services liés aux bâtiments : 100% des achats immobiliers de travaux de +400 K€ HT avec une spécification, une condition d'exécution ou un critère de sélection environnemental (sauf exception)

A partir de 2026 : 100% de tous les marchés comprennent une clause d'exécution, un critère de sélection et une spécification technique environnementales

ACTION 20

ACHETER AVEC UNE APPROCHE EN COÛT GLOBAL

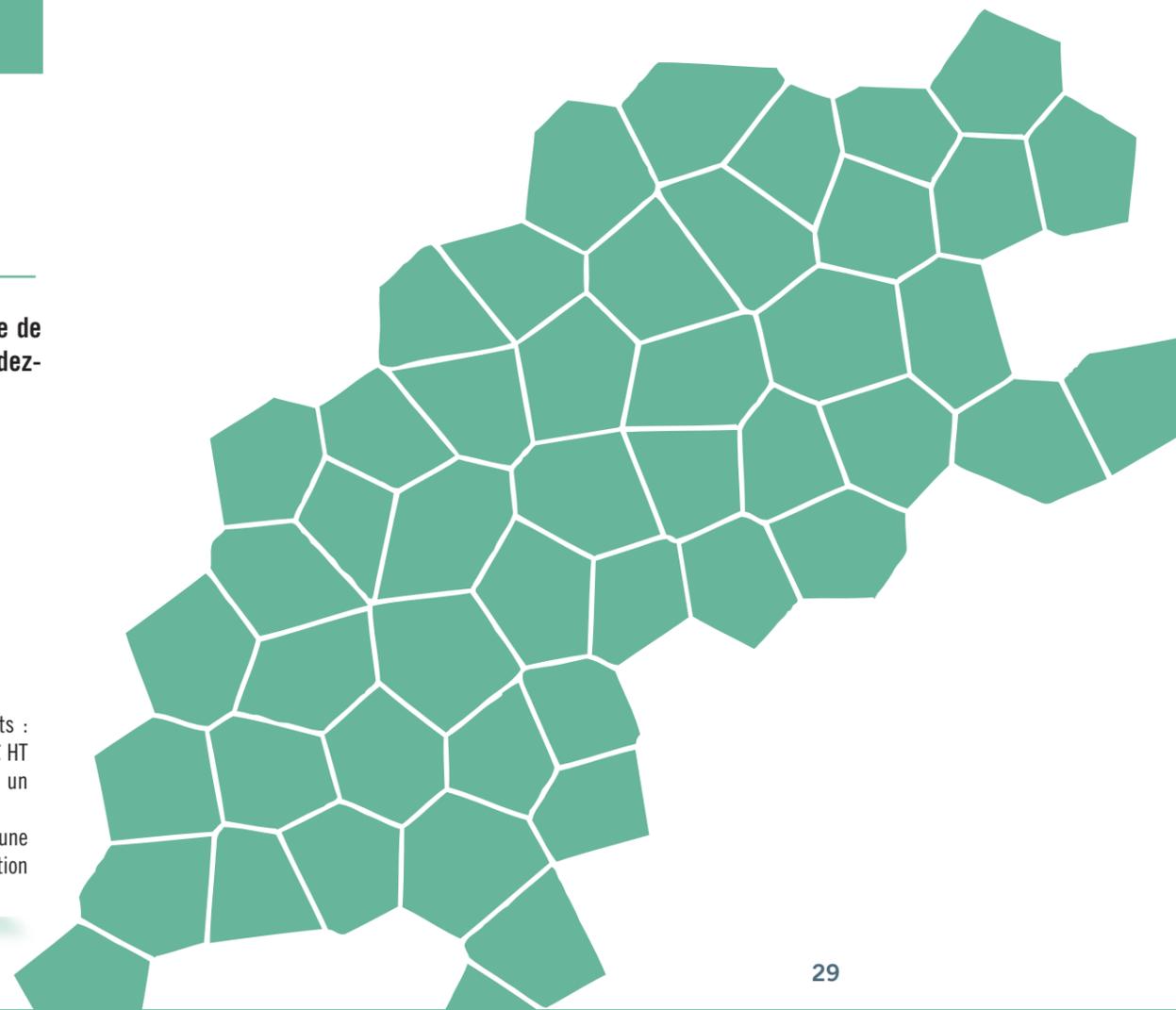
Par cette approche, l'université envisage de prendre en considération d'autres coûts que celui de l'acquisition lors de ses procédures d'achat. Il peut s'agir notamment des coûts d'usage et de maintenance afin de privilégier des matériels plus sobres.

INDICATEURS

Nombre de consultations dotées d'une appréciation en coût global en lieu et place du critère prix

VALEURS CIBLES

- **Dès 2025 :** au moins cinq consultations sont dotées d'un critère de sélection appréciant le coût global
- Définition de critères permettant de systématiser le recours au coût global
- **En 2026 :** toutes les consultations répondant aux critères définis sont dotées d'un critère d'appréciation en coût global



GLOSSAIRE

GES : Gaz à effet de serre

BGES : Bilan gaz à effet de serre

TPE : Très petites entreprises

PME : Petites et moyennes entreprises

ESS : Économie sociale et solidaire

COPIL ACOR : Comité de pilotage Achats et consommations responsables

DAMP : Direction des achats et de marchés publics

DPI : Direction du Patrimoine Immobilier

SDPI : Sous direction des projets immobiliers

GEM : Sous direction gestion de l'exploitation - maintenance

AGEPI : Sous direction appui à la gestion du patrimoine immobilier

SIAE : Structure de l'insertion par l'activité économique

ESAT : Etablissement et service d'accompagnement par le travail

EA : Entreprise adaptée

TBO : Tableau de bord opérationnel

AGEC : Anti gaspillage et économie circulaire

