



SCHÉMA
STRATÉGIQUE
de la commande
publique





© Région des Pays de la Loire / Ouest Médias

Christelle MORANÇAIS

Présidente du Conseil régional
des Pays de la Loire

La Région des Pays de la Loire a adopté sa stratégie d'achat le 22 juin 2017. Le présent livret en retrace le contenu. La stratégie d'achat régionale est l'aboutissement d'une démarche volontariste visant à appréhender la commande publique comme une véritable politique publique et à utiliser le poids de la commande publique au profit des priorités politiques de la collectivité. La stratégie d'achat régionale vise donc à accroître l'efficacité technique et économique de la commande publique régionale, à renforcer les relations au tissu économique, à promouvoir les achats publics socialement et écologiquement responsables et à mettre en œuvre une véritable gouvernance du schéma.

OPTIMISER L'ACHAT PUBLIC POUR RÉALISER DES ÉCONOMIES

La commande publique est un acte économique à part entière. Dans un contexte budgétaire contraint, la rationalisation des dépenses représente un enjeu majeur. Il ne s'agit toutefois pas d'acheter systématiquement « moins ou moins cher » mais plutôt d'acheter « mieux ». L'objectif final est donc bien d'accroître l'efficacité technique et économique de la commande publique régionale.



LAURENT DEJOIE

« La Région des Pays de la Loire mobilise la commande publique pour améliorer le quotidien des ligériens en matière de transports, de culture ou de formation (formation professionnelle, apprentissage, construction de lycées). Dans un souci de bonne gestion de l'argent public, la Région recherche, par sa stratégie d'achat, l'efficacité de la commande publique, pour garantir des dépenses maîtrisées et utiles au territoire. »

Δ *xe.1*

1 Optimiser l'achat public pour réaliser des économies

► Action 1

Anticiper et planifier les besoins afin de réduire le coût de l'urgence et du morcellement des commandes

► Action 2

Expérimenter sur quelques opérations, la publication de manière dématérialisée d'un cahier des charges sommaire au stade de l'avant-projet définitif, permettant aux entreprises d'anticiper et de s'organiser

► Action 3

Renforcer le lien entre la planification des besoins et la préparation budgétaire

2 Définir précisément et/ou autrement les besoins

► Action 4

Réfléchir aux modes de consommation et si nécessaire redimensionner les besoins

► Action 5

Inciter les acheteurs, dans la mesure du possible, à effectuer une définition des besoins fondée sur des exigences fonctionnelles ou de performances.

► Action 6

Effectuer un travail amont avec les prescripteurs et développer des outils d'aide à l'expression des besoins, comme l'outil PARÉO permettant de définir le Plan Annuel Régional des Équipements pour les EPLE.

► Action 7

Utiliser les techniques de « sourcing » lors de la phase d'expression des besoins (demandes d'informations, rencontres fournisseurs, etc.).

► Action 8

Assurer une veille technologique afin que la définition des besoins soit en adéquation avec les capacités et moyens du tissu économique

► Action 9

Recourir aux études de marché (particulièrement en termes d'offre disponible sur le territoire régional) et partager les bonnes pratiques avec les autres unités ou d'autres opérateurs publics lors de la phase d'expression des besoins.

► Action 10

Définir le plus précisément possible les montants minimums et maximums des marchés

3 Privilégier chaque fois que possible une approche en coût global

► Action 11

Privilégier le caractère durable, robuste et réparable des produits.

► Action 12

Adopter une approche en coût de cycle de vie

► Action 13

Systematiser l'approche en coût global dans les marchés régionaux au stade de l'analyse des besoins et de la programmation budgétaire.

► Action 14

Dans le cadre d'une approche en coût global, s'interroger sur les possibilités de recours aux logiciels libres : analyse du prix des licences, de la maintenance, des évolutions de version, etc.

► Action 15

Intégrer des clauses incitatives ou des critères de sélection dédiés dans les marchés pour contribuer à l'allongement de la durée d'usage.

4 Utiliser la nomenclature comme outil de gestion de la commande publique

► Action 16

Etablir et tenir à jour une cartographie des achats, des fournisseurs de la Région

► Action 17

Mettre en place une numérotation ASTRE de tous les marchés

► Action 18

Revoir la nomenclature devenue obsolète et mettre en place une nomenclature adaptée

► Action 19

Adopter des stratégies d'achat spécifiques et adaptées aux différentes familles d'achats de la Région.

5 Privilégier chaque fois que possible les achats mutualisés

► Action 20

Organiser une réflexion sur les marchés transversaux existants et sur les marchés transversaux à développer.

► **Action 21**

Organiser une réflexion sur les recours possibles aux centrales d'achat avec une approche différenciée par typologie d'achat (commandes standards, commandes de faibles montants, etc.)

► **Action 22**

Mettre en place une réflexion sur les groupements de commande susceptibles d'être élaborés avec d'autres opérateurs (autres collectivités, EPLE, CFA...) avec une approche différenciée par typologie d'achat (commandes standards, commandes de faibles montants, etc.)

6 Recourir à la négociation

► **Action 23**

Négocier les offres reçues sur les aspects qualitatifs et quantitatifs et pas seulement sur le prix

► **Action 24**

Développer les techniques et les outils de négociation au profit des acheteurs régionaux.

► **Action 25**

Mettre en place des actions de formation au profit des acheteurs

7 Piloter la performance des achats et des fournisseurs

► **Action 26**

Développer la connaissance du tissu économique afin d'identifier les entreprises en capacité de répondre aux marchés de la Région

► **Action 27**

Assurer une veille de la santé financière du tissu économique afin de détecter les secteurs ou filières en tension

► **Action 28**

Accentuer l'observation du secteur autour de la cellule économique régionale du BTP pour se donner des outils communs d'analyse, d'alerte et d'anticipation entre les différents acteurs (ORES, UNTEC, FFB, CAPEB, NOVABUILD, maîtres d'ouvrage, etc.) et participer à l'observatoire régional de la commande publique.

► **Action 29**

Ajuster le poids du critère prix par rapport aux critères techniques en fonction de la nature et de l'objet des marchés

► **Action 30**

Accepter les variantes pour permettre aux entreprises de remettre des offres différenciantes

► **Action 31**

Réfléchir à des clauses d'exécution adaptées au marché et au besoin

► **Action 32**

Intégrer des plans de progrès dans certains cahiers des charges (plans de progrès en matière d'innovation, plan de progrès en matière environnementale, plan de progrès en matière économique...).

► **Action 33**

Evaluer le coût global des marchés

► **Action 34**

Sécuriser juridiquement et garantir la fluidité des process internes de la commande publique

► **Action 35**

Utiliser la procédure des accords-cadres comme un outil de référencement des meilleurs fournisseurs.

► **Action 36**

Systématiser le versement des intérêts moratoires, et de manière corollaire développer une nouvelle approche des pénalités contractuelles

► **Action 37**

Assurer une veille de la santé financière des titulaires, cotraitants et sous-traitants des marchés de la Région afin de détecter les entreprises fragiles ou en difficulté

► **Action 38**

Mettre en œuvre des actions de responsabilisation auprès des fournisseurs de la Région (alerte sur les taux de dépendance trop élevés, détection des offres anormalement basses...).

► **Action 39**

Effectuer des bilans de fin de procédure et des retours d'expérience pour capitaliser sur les bonnes pratiques et sur les erreurs à éviter.

► **Action 40**

Assurer un suivi régulier des marchés par des bilans intermédiaires et un bilan final d'exécution des marchés (application des primes / pénalités, mise en œuvre de la vérification du service fait, dialogue avec les prestataires...).

► **Action 41**

Bâtir un tableau d'indicateurs de la performance des achats régionaux mis à disposition de la direction générale.

SOUTENIR LES ENTREPRISES, PARTICULIÈREMENT LE TISSU LOCAL DES TPE/PME

La commande publique peut, au-delà de sa finalité première liée à la satisfaction d'un besoin de la collectivité, constituer un véritable soutien au tissu économique par le montant que représentent les achats de la Région (320 M€ en 2017) et le nombre de prestataires concernés (plus de 2 000). Pour cela, la Région souhaite entreprendre un travail de démystification de la commande publique en direction des entreprises du territoire, en particulier les TPE et PME, afin de leur faciliter une bonne appréhension des procédures et ainsi les encourager à se saisir d'une potentielle nouvelle part de marché. A cette fin, la politique régionale d'achat tiendra compte des besoins et des contraintes des entreprises et s'inscrira dans une logique de partenariat entre la collectivité et ses fournisseurs.



PAUL JEANNETEAU

« La Région des Pays de la Loire soutient activement l'économie régionale et notamment les TPE/PME en créant les conditions d'un écosystème favorable à la croissance des entreprises. La stratégie d'achat régionale s'inscrit dans cette dynamique en cherchant à simplifier et à faciliter l'accès des entreprises à la commande publique. »

Δxe.2

8 Lutter contre la concurrence déloyale

► **Action 42**

Contrôler le recours à la sous-traitance : s'interroger systématiquement sur l'opportunité d'intégrer une clause de restriction de la sous-traitance

► **Action 43**

Adopter une politique responsable envers la sous-traitance (réduction des délais d'agrément des sous-traitants, amélioration des conditions de paiement)

► **Action 44**

Acter et détailler les engagements en matière de lutte contre les offres anormalement basses par la signature d'une charte avec les fédérations professionnelles ou organismes consulaires. La promotion de cette charte sera assurée auprès des acheteurs publics du territoire régional.

► **Action 45**

Identifier et écarter les offres économiquement incohérentes ou anormalement basses avec une meilleure utilisation des moyens juridiques afférents. Ce processus sera étendu aux prestations sous-traitées par les titulaires des marchés publics.

► **Action 46**

Utilisation des cartes professionnelles dans les marchés de travaux

► **Action 47**

Proposer à l'Etat la signature d'une convention afin d'organiser les modalités de contrôle et les procédures de signalement des situations pour lesquelles un doute paraît quant à la sécurité ou au respect des droits sociaux des salariés

► **Action 48**

Expérimenter le renforcement des obligations de veille et de remontée d'information en cas de carence en matière de sécurité dans les marchés de SPS, notamment sur les plus gros chantiers

► **Action 49**

Expérimenter la clause d'interprétariat, dite clause Molière, en vue d'assurer la sécurité de tous les intervenants et le respect du droit social français.

9 Préserver la trésorerie des entreprises

► **Action 50**

Poursuivre la réduction des délais de paiement des entreprises : le délai moyen de paiement était de 33 jours fin 2015, de 32 jours fin 2016.

L'objectif est d'être sous le délai moyen national de 28 jours avant la fin du mandat

► **Action 51**

Adapter les outils de gestion, la révision des circuits de traitement des factures et des procédures de contrôle.

► **Action 52**

Proposer systématiquement des avances pour tout marché supérieur ou égal à 20 000 € HTVA

► **Action 53**

Prévoir une clause de révision pour tout marché d'une durée supérieure à un an

► **Action 54**

Prévoir des clauses d'actualisation dans les marchés de travaux

► **Action 55**

Limiter les demandes d'échantillons aux cas strictement indispensables. Simplifier autant que possible les BPU, cas pratiques et mémoires techniques attendus. Dans le cas contraire, prévoir une indemnisation des entreprises lorsque la réponse au marché représente un investissement en temps ou en échantillons

10 Consolider les relations partenariales avec le tissu économique et avec les parties prenantes de l'économie sociale et solidaire

► **Action 56**

Mettre en œuvre des actions de pédagogie envers les TPE/PME (ateliers de sensibilisation/formation sur la réponse à un marché public, sur le décryptage d'un DCE) en mobilisant les chambres consulaires, les fédérations professionnelles, l'ordre des architectes.

► **Action 57**

Communiquer auprès du tissu économique ligérien sur la commande publique régionale

► **Action 58**

Encourager les entreprises à se constituer en groupements momentanés d'entreprises pour répondre à certaines consultations notamment dans le cadre de procédures novatrices ou de macro-lots

► **Action 59**

Motiver systématiquement les courriers informant les entreprises du rejet de leur offre

► **Action 60**

Utiliser la commande publique régionale pour contribuer à la

structuration des acteurs locaux des filières économiques. Pour atteindre cet objectif, la Région mobilise les établissements d'enseignement et d'apprentissage et les collectivités territoriales et prend une part active dans les réseaux économiques (club stratégie d'achat et autres réseaux consulaires)

► **Action 61**

Soutenir, en collaboration avec la Chambre régionale de l'économie sociale et solidaire, la structuration du réseau des acteurs de l'IAE dans l'interaction avec la commande publique.

► **Action 62**

Consolider les relations avec le réseau régional des Assistants à Maîtrise d'Ouvrage Insertion au service des entreprises et des acheteurs publics.

11 Simplifier les marchés publics afin d'en faciliter l'accès aux TPE et PME

► **Action 63**

Favoriser une stratégie d'allotissement des achats.

► **Action 64**

Développer les mesures de simplification et alléger les contraintes liées aux marchés publics : simplifier et harmoniser les documents de marchés,

donner un délai de deux semaines supplémentaires pour la remise des offres en cas d'opération impliquant une complexité ou une technicité particulière, adapter les modalités de sélection des candidatures (niveaux minimaux de capacité adaptés, limitation dans le nombre de documents demandés...).

► **Action 65**

Elaborer des trames de mémoires techniques pour guider les entreprises dans l'élaboration de leur réponse et pour faciliter l'examen et la comparaison des offres

► **Action 66**

Ne pas imposer des exigences disproportionnées en termes de références, de CA. Accepter la preuve de la qualification de l'entreprise par la production d'un certificat de qualification Qualibat ou Qualifelec ainsi que par des certificats établis par des organismes indépendants, voire tout autre moyen de preuve équivalent, ou par des identifications professionnelles résultant d'attestations de travaux prouvant que ces derniers ont été menés régulièrement à bonne fin

► **Action 67**

Adapter ses exigences en matière d'assurances en fonction de l'objet du marché et du secteur économique.

► **Action 68**

Systematiser la mise en place d'un accompagnement avec une hotline sur chaque marché et l'identification d'un référent, afin de répondre à toute demande de bonne compréhension d'une entreprise.

► **Action 69**

Ne pas imposer la signature des Actes d'Engagement au stade de la remise des offres

► **Action 70**

Autoriser les candidats à compléter leur offre

12 Dématérialiser la commande publique

► **Action 71**

Dématérialiser la procédure de marché de la publication aux remises des offres afin de faciliter l'accès aux entreprises.

► **Action 72**

Signer électroniquement les marchés transmis par voie dématérialisée

► **Action 73**

Dématérialiser la transmission des marchés publics au contrôle de légalité

► **Action 74**

Dématérialiser la fiche de recensement.

► **Action 75**

Expérimenter les marchés publics simplifiés

► **Action 76**

Mettre en place la facturation électronique et l'acceptation anticipée des factures dématérialisées produites par les entreprises.

13 Dématérialiser l'accès à l'information

► **Action 77**

Inscrire la commande publique dans un processus de dématérialisation et le recours à « l'open data »

► **Action 78**

Tester une plateforme mutualisée d'accès aux marchés publics avec d'autres donneurs d'ordre public

► **Action 79**

Tester l'accès à l'information via les plateformes dématérialisées`

14 Capter le potentiel d'innovation au sein de l'achat public

► **Action 80**

Etudier marché par marché l'opportunité d'un critère «caractère innovant de l'offre».

► **Action 81**

Effectuer une étude de faisabilité technique et financière des possibilités d'innovations au sein des cahiers des charges régionaux à l'occasion de la définition des besoins (capacité du monde économique à répondre à l'attente de la Région en matière d'innovation, capacité de la Région à intégrer les innovations proposées, ...)



PROMOUVOIR DES ACHATS PUBLICS SOCIALEMENT ET ÉCOLOGIQUEMENT RESPONSABLES, AU SERVICE DES PRIORITÉS POLITIQUES DU CONSEIL RÉGIONAL

La Région des Pays de la Loire s'est engagée depuis de nombreuses années en faveur du développement durable et de la RSE. Aujourd'hui le caractère économiquement performant des achats durables et responsables n'est plus à démontrer. La stratégie d'achat régionale constitue donc une occasion de formaliser et d'accentuer le portage d'achats responsables qui viendra compléter et enrichir les démarches déjà engagées par la Région en déclinaison des dispositions législatives.



MAURICE PERRION

« Au travers de sa stratégie d'achat, la Région souhaite encourager les achats responsables par le développement des clauses d'insertion socioprofessionnelle et par la mise en œuvre des principes de l'économie circulaire. »

Δxe.3

15 Développer la mise en œuvre des clauses d'insertion socioprofessionnelles

► **Action 82**

Conforter le procédé des « clauses d'insertion socioprofessionnelle ».

► **Action 83**

Développer la collaboration interne entre les services pour faire du dispositif des clauses d'insertion socioprofessionnelle un outil complémentaire aux politiques publiques de l'emploi, de la formation professionnelle et de l'apprentissage au bénéfice des parcours des individus.

► **Action 84**

Soutenir la mise en place de critère de performance en matière d'insertion professionnelle des publics en difficulté reposant sur l'analyse de l'encadrement (accueil et suivi du public), du tutorat et de l'accompagnement socio-professionnel des salariés en insertion, de leur formation et des perspectives de pérennisation de leur emploi dans l'entreprise ou dans le secteur d'activité considéré.

► **Action 85**

Inciter les entreprises à privilégier la qualité dans la réalisation des heures d'insertion en favorisant les contrats durables et qualifiants (contrats de professionnalisation, d'apprentissage, etc.)

16 Promouvoir les actions des entreprises en matière d'emploi

► **Action 86**

Expérimenter une clause d'exécution « apprentissage » sur plusieurs marchés et accompagner les entreprises dans le recrutement d'apprentis.

► **Action 87**

Promouvoir l'apprentissage en développant un critère d'appréciation des offres permettant de valoriser les entreprises qui s'engagent dans une démarche positive de recrutement d'apprentis dans la mise en œuvre du marché et accompagner les entreprises dans le recrutement d'apprentis.

17 Diversifier les dispositifs de clauses sociales selon les spécificités de l'insertion par l'activité économique (IAE), du handicap, et de l'économie sociale et solidaire (ESS)

► **Action 88**

Identifier les marchés à fort potentiel en matière de soutien à l'économie sociale et solidaire afin d'accroître la part des marchés publics régionaux attribués à des secteurs de l'ESS.

► **Action 89**

Utiliser l'ensemble des outils juridiques de la réglementation de la commande publique permettant de créer un droit de préférence au secteur de l'ESS conformément à l'article 37 de l'ordonnance n°2015-899 du 23 juillet 2015 relative aux marchés publics.

► **Action 90**

Favoriser l'accès et réserver des marchés aux structures prévues par l'article 36 de l'ordonnance du 23 juillet 2015 et notamment aux entreprises adaptées (EA) et aux établissements et services d'aide par le travail (ESAT).

► **Action 91**

Sensibiliser les services régionaux aux structures d'utilité sociale (EA, ESAT, SIAE, économie sociale et solidaire) dans les marchés et la sélection des offres (délais, prix, ...).

18 Favoriser le bien-être et la qualité de vie au travail au travers de la politique d'achat

► **Action 92**

S'efforcer d'avoir des cahiers des charges socialement responsables (mieux anticiper les commandes, accepter les contraintes du ménage en journée, etc.) afin de favoriser de meilleures conditions de travail au sein des entreprises prestataires.

19 Développer l'approvisionnement local en denrées alimentaires

► **Action 93**

Utiliser la commande régionale de denrées alimentaires pour contribuer à la structuration des acteurs locaux des filières agricoles et agro-alimentaires (production, transformation, distribution...).

► **Action 94**

Encourager et accompagner les établissements publics d'enseignement locaux (EPLÉ) à accroître la part des produits issus des circuits de proximité dans leurs marchés : Tendre vers 100% de produits français, 50% de produits régionaux et 20% de produits issus de l'agriculture biologique ou sous signes de qualité à l'horizon du 31 décembre 2017 dans les marchés de restauration collective des lycées.

► **Action 95**

Construire avec la profession agricole et les responsables de cuisine des lycées un guide méthodologique à destination des acheteurs publics. Ce guide sera diffusé aux acteurs de la restauration collective effectuant les commandes de denrées alimentaires.

► **Action 96**

Favoriser les circuits courts et/ou de proximité, ainsi que le recours aux fruits et légumes de saison dans les marchés de restauration.

► **Action 97**

Obliger ses fournisseurs à spécifier la provenance des produits (étiquetage, traçabilité du produit).

20 Prendre en compte les enjeux environnementaux dans l'acte d'achat relatif aux opérations de travaux

► **Action 98**

Poursuivre la démarche de qualité environnementale s'appuyant sur le référentiel HQE (Haute Qualité Environnementale) pour toutes les opérations de construction et de rénovation d'envergure sur les lycées, les établissements d'enseignements supérieures et les bâtiments administratifs.

► **Action 99**

Soutenir un processus de conception et de gestion des bâtiments en pointe sur les aspects d'éco-construction, d'efficacité énergétique du bâti (Réglementation Thermique, label Bâtiment Basse Consommation...), de limitation des nuisances environnementales.

21 Mener une politique régionale d'achat respectueuse des ressources naturelles et de l'économie circulaire, prévenir la production des déchets, assurer leur gestion et leur recyclage

► **Action 100**

Développer l'utilisation et l'achat de produits ou équipements éco-conçus et/ou présentant un bilan de gaz à effet de serre le plus faible possible. Pour la fourniture de papier, acheter du papier recyclé garanti par un écolabel public (écolabel européen) ou certifié par un organisme indépendant (PEFC, FSC).

► **Action 101**

Utiliser de l'encre répondant aux exigences de labels environnementaux pour toutes les publications de la collectivité.

► **Action 102**

Développer l'achat de produits ou équipements fabriqués à partir de matériaux bio-sourcés. Pour le bois, être attentif à l'origine du bois : renoncer à recourir aux essences de bois menacées et à celles qui sont indispensables pour les populations locales. Prioriser l'achat de bois certifié dont l'origine est contrôlée.

► **Action 103**

Intégrer des clauses incitatives ou des critères de sélection dédiés dans les marchés pour contribuer à l'allongement de la durée d'usage (réparabilité et robustesse des produits et équipements, durée de garantie).

► **Action 104**

Développer une logique d'usage en substitution de l'achat lorsque c'est possible.

► **Action 105**

Développer l'utilisation et la commande de produits recyclés.

► **Action 106**

Poursuivre les « chantiers à faibles nuisances » en systématisant la charte « chantier vert » qui exige la production d'un schéma d'organisation, de valorisation et de gestion des déchets et la définition des rôles de chaque intervenant sur le chantier. D'autre part, cette charte permet de limiter les nuisances dues au chantier (nuisances liées aux produits de chantier, aux produits de bâtiment, aux processus du chantier et au chantier lui-même), réduire les bruits de chantier pour les riverains et pour les ouvriers, maîtriser les risques de pollution de la parcelle et du voisinage, etc..

► **Action 107**

Développer la valorisation des déchets de chantier.

► **Action 108**

Développer l'utilisation de matériaux bio-sourcés ou recyclés dans les marchés de construction.

► **Action 109**

Intégrer dans la phase de définition du besoin, la réduction des impacts environnementaux (déchets, eau, énergie) tout au long de la vie du produit ou de l'équipement.

► **Action 110**

Développer l'achat de produits ou équipements pouvant être réparés, réutilisés ou recyclés. Proposer des clauses incitatives et/ou des critères de sélection dédiés. Pour les emballages accompagnant ces produits à la livraison, privilégier la réduction et le recyclage.

► **Action 111**

Développer l'utilisation d'énergies renouvelables ou de récupération en particulier dans les bâtiments et dans la flotte de véhicules régionaux.

► **Action 112**

Intégrer des clauses de motorisation alternative pour les véhicules dans les marchés de transport à la demande/transports scolaires

► **Action 113**

Intégrer des clauses incitatives dans ses marchés pour réduire les déplacements et inciter les fournisseurs à utiliser des moyens de mobilité propres

► **Action 114**

Maîtriser la consommation d'eau et d'énergie en particulier dans les marchés de travaux sur les bâtiments au travers des labels «BBC 2017» et «E+/C-», du plan d'investissement des lycées

22 Favoriser l'amélioration continue dans le domaine de l'achat durable

► **Action 115**

Poursuivre les travaux dans le cadre du Réseau Grand Ouest permettant de réfléchir sur les achats durables.



METTRE EN ŒUVRE UNE GOUVERNANCE DU SCHÉMA RÉGIONAL STRATÉGIE D'ACHAT

Une politique d'achat transparente et fiable, reposant sur des principes et orientations connus et partagés, constitue le socle d'une commande publique performante. Afin d'être pleinement opérationnelle, la stratégie d'achat se doit donc d'être diffusée et comprise par l'ensemble des acteurs de la commande publique - la Région des Pays de la Loire et ses fournisseurs.



BARBARA NOURRY

« La stratégie d'achat régionale constitue une véritable feuille de route pour la Région mais aussi pour ses fournisseurs. Sa gouvernance se veut pragmatique et ouverte afin de répondre concrètement aux attentes des entreprises. »

Δxe.4

23 Informer et communiquer vers l'extérieur

► **Action 116**

Communiquer par voie de presse un avis semestriel anticipé de publicité listant les appels d'offres travaux que la Région a prévus de lancer. Cet avis de presse sera communiqué également aux organisations professionnelles. Pour les opérations d'importance, une information globale sera adressée aux organisations professionnelles à des fins de diffusion de manière transparente et équitable à l'ensemble des entreprises du réseau

► **Action 117**

Publier de manière précise sur les achats régionaux

► **Action 118**

Promouvoir le contenu du plan et le mettre à disposition d'autres acheteurs publics

► **Action 119**

Etablir un rapport annuel et le mettre à disposition du public

24 Piloter le schéma régional de la stratégie d'achat et notamment son axe relatif à la promotion des achats publics socialement et écologiquement responsables

► **Action 120**

Partager en interne les objectifs, axes et chantiers du schéma régional de la commande publique et de son axe relatif à la promotion des achats responsables

► **Action 121**

Mettre en œuvre les actions du présent schéma selon une démarche d'amélioration continue. Rendre compte annuellement de l'avancée des actions notamment dans le cadre de l'élaboration d'un guide de la commande publique responsable et de la mise en place d'outils d'évaluation annuelle de la fonction achat.

► **Action 122**

Développer des outils à destination des acheteurs (rubrique Intranoo, espace collaboratif Sharepoint, etc)

► **Action 123**

Développer des outils à destination des membres de la CAO (espace collaboratif Sharepoint)

► **Action 124**

Développer des sessions de formation ou d'information sur la commande publique

► **Action 125**

Créer un pôle de la stratégie d'achat au sein du service de la commande publique et constituer un comité stratégique d'achat

25 Etendre les principes de déontologie à l'ensemble des acteurs de l'achat public régional

► **Action 126**

Favoriser la diffusion de la charte de déontologie à tous les intervenants du processus d'achat (agents, mandataires et élus de la CAO).

► **Action 127**

Prévenir les conflits d'intérêt.

► **Action 128**

Généraliser une déclaration d'intérêts et de patrimoine pour les élus de la CAO.

► **Action 129**

Garantir le respect de la réglementation en matière de commande publique

► **Action 130**

Adopter des règlements intérieurs pour la CAO, les jurys, la CCSPL, la CDSPL

► **Action 131**

Définir les conditions de réalisation du sourcing

Glossaire

ASTRE : logiciel financier utilisé par les services de la Région

BPU : bordereau des prix unitaires

BTP : bâtiment et travaux publics

CA : chiffre d'affaire

CAO : commission d'appel d'offres

CAPEB : Confédération de l'artisanat et des petites entreprises du bâtiment

CCSPL : commission consultative des services publics locaux

CDSP : commission de délégation des services publics

CFA : centre de formation d'apprentis

DCE : dossier de consultation des entreprises

EA : entreprises adaptées

EPL : établissement public local d'enseignement

ESAT : établissements et services d'aide par le travail

ESS : économie sociale et solidaire

FFB : Fédération française du bâtiment

FSC® : Forest Stewardship Council, label relatif à la gestion durable des forêts

HQE® : Haute Qualité Environnementale

IAE : insertion par l'activité économique

Label "BBC 2017" : label bâtiment basse consommation

Label "E+/C-" : label énergie positive et réduction carbone

NOVABUILD : centre de ressources de la construction durable

ORES : Observatoire régional économique et social

PEFC® : Programme for the Endorsement of Forest Certification, organisation non gouvernementale certifiant la gestion durable des forêts

RSE : responsabilité sociale/sociétale des entreprises

SIAE : structures d'insertion par l'activité économique

TPE/PME : très petites entreprises / petites et moyennes entreprises

UNTEC : Union nationale des économistes de la construction



Mission stratégie d'achat
Direction des finances et de la commande publique
Tél. 02 28 20 57 45



STRATEGIE
d'ACHAT
REGIONALE



Région
PAYS DE LA LOIRE