



FICHE 12

PRATIQUES POUR PROMOUVOIR L'ÉGALITÉ DANS LA COMMANDE PUBLIQUE

L'égalité femmes-hommes est à la fois une considération sociale et un levier de lutte contre les discriminations (article [L. 2112-2](#) du CCP).

L'article 1^{er} de la loi n° 2014-873 du 4 août 2014 pour l'égalité réelle entre les femmes et les hommes fournit un cadre de réflexion (ex : actions visant à prévenir les stéréotypes, lutte contre la précarité, l'égalité professionnelle et la mixité des métiers...).

Pour identifier les leviers d'actions en lien avec l'objet du marché, ces actions peuvent porter sur les besoins même du marché, **son objet, ses bénéficiaires**, ou sur **les conditions de travail** de personnes en charge de l'exécution des prestations.

Pour plus d'efficacité, comme pour tous les achats responsables, il est préconisé, avant d'agir, de suivre quelques **recommandations préalables**.

1. Recommandations préalables

1.1. Analyser sa programmation « achats » au regard de l'objectif de promotion de l'égalité

Les retours d'expériences connus d'acheteurs ayant entrepris l'analyse de leur programmation « marchés » au regard des enjeux relatifs à l'égalité femmes-hommes mettent en évidence la **diversité des outils mobilisables et l'importance de prendre le temps de mener une réflexion préalable** :

- **en considération du contexte spécifique de l'entité** d'appartenance de l'acheteur (ses engagements, ses outils mobilisables (voir par exemple la Fiche 11 2.2 Rapport annuel obligatoire des collectivités territoriales et « clause d'égalité ») ;
- **des caractéristiques même des achats** programmés (domaines et secteurs économiques concernés, volume financier, durée du contrat, mode de passation etc.).



L'engagement de l'Etat

La direction des achats de l'Etat prend ainsi en compte la question de l'égalité au titre de la performance achats depuis 2016, au même titre que d'autres aspects sociaux.

En particulier, la question de la promotion de l'égalité femmes-hommes est valorisée au titre des critères d'attribution du marché en lien avec la clause sociale d'insertion. L'objectif recherché est de diversifier les publics bénéficiaires du dispositif d'insertion inscrit au marché.

Dans le cadre de la mobilisation de clauses sociales d'insertion, un déséquilibre a été constaté s'agissant des personnes bénéficiaires de cette politique publique au détriment des femmes. Cette approche est d'ailleurs confirmée au travers de l'instruction interministérielle DGEFP/SDPAE/DAE/CGET/2019/80 du 11 avril 2019 à l'attention des services de l'Etat. Elle affirme la pertinence de la clause sociale d'insertion comme outil de la politique de l'emploi et la nécessaire diversification des publics bénéficiaires comme approche qualitative du dispositif d'insertion dans les marchés publics.

En systématisant cette réflexion préalable, la DAE a ainsi pu diagnostiquer des enjeux sur certains segments d'achat et a choisi de mobiliser des considérations relatives à la promotion de l'égalité, sur des marchés de location de solutions d'impression et sur des marchés de propriété intellectuelle.

La DAE promeut par ailleurs hors dispositif d'insertion, l'égalité femmes-hommes dans les marchés de prestation de ménage sur la base d'une circulaire (voir la partie dédiée).

La labélisation « Egalité professionnelle entre les femmes et les hommes » et « Diversité »

Démarche volontaire, le Label Egalité professionnelle entre les femmes et les hommes (AFNOR)⁸⁷ a été créé en 2004. Propriété de l'Etat, il vise à promouvoir l'égalité et la mixité professionnelle.

L'exemplarité de l'acheteur en termes d'égalité, dans sa propre gestion des ressources humaines, est fréquemment mise en avant vis-à-vis de ses partenaires extérieurs. Bien qu'il ne soit pas indispensable d'être labélisé pour mettre en place de telles actions dans la commande publique (ceci pouvant représenter un certain coût humain et financier), certaines structures mettent en exergue le lien entre ces deux démarches.

Ce label offre un cadre global pour la promotion de l'égalité : il ne concerne pas spécifiquement les aspects relatifs à la commande publique.

Il existe un autre label : le Label Diversité⁸⁸, créé en 2008, a pour objectif de prévenir les discriminations et de promouvoir la diversité.

Depuis 2015, il est possible de combiner ces deux labélisations grâce à l'Alliance Label Diversité / Label Egalité Professionnelle. Ce label est composé d'un socle commun, complété par des spécificités propres à chacun des deux labels.

Exemples :

Bordeaux métropole et la ville de Bordeaux, lauréates du label AFNOR Diversité et Egalité, ont souhaité associer leurs fournisseurs dans une démarche d'amélioration continue en matière de lutte contre les discriminations et de promotion de l'égalité.

⁸⁷ <https://certification.afnor.org/ressources-humaines/label-egalite-professionnelle-entre-les-femmes-et-les-hommes>

⁸⁸ <https://certification.afnor.org/ressources-humaines/label-diversite>



Elles ont choisi de développer ce type de démarche, en priorité sur **des contrats de longue durée tels que certains contrats de concessions**, pour permettre d'une part, l'évolution des entreprises attributaires sur la durée des contrats et afin également de ne pas surcharger les TPE/PME.

Les entreprises sont ainsi invitées à s'interroger sur leurs propres pratiques et à s'inscrire dans (ou à poursuivre) une démarche de lutte contre les discriminations et de promotion de l'égalité dans le cadre de l'exécution du contrat. Les clauses actionnées dans ces exemples sont seulement incitatives et non opposables.

De plus en plus de ministères labélisés ou en cours de labellisation intègrent des dispositifs de sensibilisation des fournisseurs à l'égalité, à la mixité professionnelle et à la prévention de la discrimination en lien avec leur directions ressources humaines/mission diversité. Le pôle ministériel doit être en conformité avec le volet « Relation avec les fournisseurs » du cahier des charges de l'AFNOR. Les expérimentations consistent à demander aux attributaires de compléter un questionnaire, mais sans en tenir compte pour l'analyse ou l'exécution du marché. Le service expert sur ces questions peut analyser, en appui des services marchés, les réponses, pour voir comment adapter les marchés.

Il est important de s'assurer que ce qui est demandé aux entreprises concernant bien l'exécution du marché et non sa politique globale et reste incitatif.

Ainsi une entreprise qui serait labélisée elle-même « égalité professionnelle » devra indiquer ce qu'elle met en œuvre pour répondre au marché.

Un autre exemple (Ville de Suresnes) est donné dans la Fiche 12 4.3 Développer une démarche de diversification des secteurs d'activité.

Les schémas de promotion des achats publics socialement et écologiquement responsables (SPASER)

Depuis 2014 et 2015, certains acheteurs ont l'obligation de publier un plan d'action sur les achats responsables, appelé « schémas de promotion des achats publics socialement et écologiquement responsables » (SPASER), lorsque leur volume d'achat est supérieur à un seuil réglementaire (articles [L. 2111-3](#) et [D. 2111-3](#) du CCP). Les acheteurs qui ne sont pas dans le périmètre de l'obligation demeurent tout à fait libres de se doter d'un tel schéma.

Les SPASER sont détaillés dans la Partie 1 du guide : Les considérations sociales dans la commande publique.

L'intérêt des SPASER est d'encourager l'élaboration d'une véritable stratégie d'achat public, assortie d'axes de travail et d'objectifs à atteindre.

Dans cette optique, il est possible de prévoir un axe relatif à la promotion de l'égalité femmes-hommes dans la commande publique, parmi les différents objectifs poursuivis, en cohérence, pour les collectivités, avec le rapport annuel obligatoire sur la situation en matière d'égalité femmes-hommes.

Une illustration de SPASER prévoyant un axe relatif à l'égalité dans la commande publique est proposée en annexe : 5. SPASER intégrant un axe relatif à la promotion de l'égalité Femmes – Hommes dans la commande publique.



→ Les engagements politiques volontaires sur la base d'une charte, des labels, du schéma de promotion des achats publics socialement et écologiquement responsables, ou du rapport sur l'égalité femmes-hommes, sont l'occasion de bâtir un état des lieux sur l'ensemble des achats, proposer des actions adaptées au contexte, et mettre en place un suivi.

1.2 L'intérêt d'un partenariat avec les acteurs de l'emploi et les filières concernées

Afin d'agir indirectement sur l'égalité dans les contrats, l'acheteur peut agir sur les filières en fonction de ses compétences.

Exemple

La démarche de **gestion prévisionnelle territoriale de l'emploi et des compétences (GPECT)**⁸⁹ vise à mettre en œuvre un plan de développement en faveur de l'emploi et des compétences et de coordonner les collectivités, les entreprises, les acteurs relais au sein d'un territoire (bassin d'emploi, département, région, inter-région, zone d'activités, pôle de compétitivité).

Se prêtant particulièrement dans le cadre de dispositifs d'insertion des personnes éloignées de l'emploi, ces dispositifs sont une illustration du levier que constitue la politique de l'emploi pour renforcer l'égalité professionnelle. A titre d'illustration, sont présentées ici certaines réalisations.

- **Lutter contre les stéréotypes de genre sur les métiers et anticiper les potentialités d'emploi par filières**

L'enjeu de la mixité des métiers concerne plusieurs secteurs susceptibles de générer des achats publics. Pour le service public de l'emploi et ses partenaires, l'objectif tient à informer les publics féminins sur ces métiers et les opportunités qu'ils représentent, pour mieux orienter vers ces filières et anticiper ainsi les besoins en main d'œuvre, qui seront potentiellement demain les personnes en charge de l'exécution de contrats publics.

Des actions de sensibilisation à destination de demandeurs d'emploi féminin, complémentaires de la démarche d'achat peuvent être mises en place sur des métiers porteurs d'opportunité où les femmes sont sous-représentées : secteur du bâtiment et des travaux publics, filière numérique, métiers de l'industrie, ou bien encore métiers de l'environnement.

- **Sensibiliser les entreprises et les acteurs de l'emploi à l'égalité professionnelle et à la lutte contre les discriminations**

Au-delà de la sensibilisation directe à l'égard des publics, il s'agit aussi **d'agir auprès des entreprises amenées à recruter, et des acteurs de l'emploi et de l'insertion (facilitateurs...)**, afin qu'ils soient eux-mêmes conscients dans leurs pratiques professionnelles des enjeux attachés à l'égalité professionnelle et à la lutte contre les discriminations, et soucieux de ne pas reproduire inconsciemment la structure genrée du marché du travail. Des actions en ce sens ont pu être développées : il s'agit de sensibiliser, d'outiller et de former ces différents acteurs à la lutte contre les discriminations (y compris indirectes), ou encore de constituer des réseaux de professionnels impliqués sur ce sujet (découverte de métiers, tutorat, etc.).

⁸⁹ Pour plus d'informations, consulter la [page](#) du Ministère du travail, de l'emploi et de l'insertion.



1.3 Sourcer et observer les pratiques développées par des entreprises

Pour prévoir des dispositions proportionnées dans ses achats sur l'égalité femmes-hommes, outre un sourcing indispensable ou l'utilisation de questionnaires (label égalité), l'acheteur peut s'inspirer des pratiques remontées par les opérateurs économiques.

- **Des obligations croissantes pour les opérateurs économiques selon leur taille**

La loi n° 2018-771 du 5 septembre 2018 pour la liberté de choisir son avenir professionnel prévoit que pour chaque branche professionnelle, la commission paritaire permanente de négociation et d'interprétation établit un rapport annuel d'activité comprenant également :

« un bilan de l'action de la branche en faveur de l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes, notamment en matière de classifications, de promotion de la mixité des emplois et d'établissement des certificats de qualification professionnelle, des données chiffrées sur la répartition et la nature des postes entre les femmes et les hommes ainsi qu'un bilan des outils mis à disposition des entreprises pour prévenir et agir contre le harcèlement sexuel et les agissements sexistes. »

La loi n° 2021-1774 du 24 décembre 2021 visant à accélérer l'égalité économique et professionnelle a renforcé le taux de représentation des femmes aux instances dirigeantes des grandes entreprises et exige à terme une représentation plus équilibrée de chaque sexe pour les cadres dirigeants des entreprises d'au moins 1000 salariés. Depuis le 1^{er} mars 2022, les écarts, de représentation concernant ces cadres doivent être publiés.

Conscients que l'égalité femmes-hommes, avant d'être une obligation, est **un levier de développement des entreprises** qu'il est important d'accompagner, notamment pour les petites entreprises, les services de l'Etat et des fédérations professionnelles ont élaboré en 2021 le [Guide « Egalité femmes-hommes. Mon entreprise s'engage »](#). Coordonné par le Laboratoire de l'égalité, co-rédigé avec l'Union des entreprises de proximité (U2P), l'Association nationale des DRH (ANDRH), et les services de l'État (Délégation générale à l'emploi et à la formation professionnelle (DGEFP), service des droits des femmes (SDFE) de la Direction générale de la cohésion sociale (DGCS), Direction générale du travail (DGT)) et l'Aract Île-de-France, propose une boîte à outils :

1. Lancement : initiez une démarche de co-construction
2. Diagnostic : identifiez vos points forts et vos points d'amélioration
3. Action : lancez des mesures concrètes
 - Recrutement : donner les mêmes chances aux femmes qu'aux hommes
 - Formation et qualification : garantir à tous et à toutes un accès égal à la formation professionnelle
 - Promotion interne : lever les freins à l'ascension professionnelle des femmes
 - Classification : revaloriser les emplois dits « féminins »
 - Conditions de travail, santé et sécurité au travail : créer les conditions d'un environnement sans discrimination ni violence
 - Violences au travail : repérer pour assurer un environnement sécurisé
 - Rémunération effective : supprimer les inégalités de rémunération
 - Articulation entre activité professionnelle et vie privée : équilibrer les temps de vie
 - Communication : délester sa communication des stéréotypes de sexe



- **Entreprises de l'économie sociale et solidaire (EESS)**

L'égalité femmes-hommes est également un enjeu important pour le secteur de l'Economie Sociale Solidaire (EESS). Le Conseil supérieur de l'économie sociale et solidaire (CSESS) porté par le Secrétariat d'Etat chargé de l'économie sociale, solidaire et responsable l'a rappelé dans son [rapport triennal 2021-2024](#).

- La loi n° 2014-856 du 31 juillet 2014 relative à l'économie sociale et solidaire a donné mission au CSEE d'élaborer un [guide définissant les conditions d'amélioration continue des bonnes pratiques des entreprises de l'économie sociale et solidaire](#) portant notamment sur « *La situation de l'entreprise en matière de diversité, de lutte contre les discriminations et d'égalité réelle entre les femmes et les hommes en matière d'égalité professionnelle et de présence dans les instances dirigeantes élues.* » Ces entreprises sont tenues de rendre compte lors leur assemblée générale annuelle des « réalisations » et « objectifs de progrès ».

Ce guide comprend une liste de questions, accompagnées d'indicateurs.

- Les EESS qui sont en plus reconnues d'utilité sociale doivent intégrer quatre objectifs dont la « participation » et « la réduction des inégalités sociales et culturelles, notamment entre les femmes et les hommes ; ».

→ Le rapport triennal pointe les freins relevés aussi bien par la Commission Egalité du CSESS que par l'Observatoire de l'Egalité femmes hommes d'ESS, France se situant en particulier sur les postes à responsabilité.

Mais il montre aussi les atouts des EESS pour y répondre tant par leurs valeurs intrinsèques que par la souplesse de leur organisation et la gouvernance démocratique.

2. Agir en repensant son besoin

2.1 Porter une attention aux stéréotypes de genre en promouvant la mixité

Les stéréotypes de genre, conduisent à reproduire des schémas ou des automatismes, qui peuvent devenir des freins à la mixité et à la représentation concrète de l'égalité entre les femmes et les hommes. Les contrats publics, comme d'autres outils de politique publique, peuvent contribuer à adapter ces représentations.

En 2008, les conclusions du Conseil de l'Union européenne sur « Éliminer les stéréotypes fondés sur le sexe dans la société » appellent les Etats à mener des « actions spécifiques visant à éliminer les stéréotypes fondés sur le sexe dans l'éducation et la culture, la formation, l'orientation professionnelle ainsi que sur le marché de l'emploi »⁹⁰.

Certains contrats se prêtent plus particulièrement, à inscrire des exigences visant à ne pas véhiculer de stéréotypes de genre.

⁹⁰ http://www.eu2008.si/fr/News_and_Documents/Council_Conclusions/June/0609_EPSCO-Gender.pdf



Lorsque le marché demande de proposer un contenu mettant en scène des hommes et des femmes (communication, formation, etc.)

« Les médias, et notamment, le secteur de la publicité contribuent à véhiculer les stéréotypes et les images de l'homme et de la femme véhiculés par la culture. »⁹¹

Un guide pratique du Haut Conseil à l'Égalité entre les femmes et les hommes « pour une communication publique sans stéréotype de sexe » mis à jour en 2016 apporte des illustrations concrètes.⁹²

Dans les contrats, cela peut se traduire ainsi :

Exemple :

Dans un **contrat d'exploitation publicitaire (mobilier urbain)**, l'acheteur ou l'autorité concédante peut exiger qu'il ne véhicule aucun stéréotype de genre concernant l'affichage (voir illustration de pièces marché en Annexe 2. Marché de fourniture ou de service supposant une exploitation publicitaire sans stéréotype de genre).

Exemple :

Il peut être exigé des **organismes de formation**, que les contenus proposés ne contiennent aucun stéréotype discriminant, notamment entre les femmes et les hommes, que ce soit au titre du critère d'analyse de l'offre ou au titre des conditions d'exécution.

→ Les centres de formation d'apprentis (CFA) portent cet objectif dans leurs missions (article [L. 6231-2-7°](#) du Code du travail). Ils peuvent par exemple inspirer l'acheteur pour orienter le contenu des marchés de formation portant sur des métiers pour lesquels les hommes ou les femmes sont sous-représentés, ou pour s'assurer que les postes à responsabilité soient présentés dans les formations (supports écrits, images..) de façon à prendre en compte la diversité. Il peut préciser que la formation doit participer « à la lutte contre la répartition sexuée des métiers » ou « encourager la mixité des métiers ».

→ L'institut de la gestion publique et du développement économique (IGPDE) a pour habitude d'insérer une clause dans les prescriptions techniques de ses marchés de formation.

« Le titulaire du marché veillera à proscrire de ses supports pédagogiques tout stéréotype et toute situation professionnelle présentant un caractère discriminant. Il est souhaitable que ses intervenants soient formés sur ce sujet. »

Lorsque le marché a une portée pédagogique, ludique, ou éducative

L'acheteur peut exiger que des matériels ludiques, pédagogiques ou éducatifs ne concourent pas à véhiculer des stéréotypes genrés discriminants et encouragent la mixité.

Exemple : pour des **marchés de fourniture de matériels pédagogiques** (livres, jouets, etc.).

⁹¹ Conclusions du conseil de l'Europe précité. Voir également le rapport du Haut conseil à l'égalité entre les femmes et les hommes de 2014 sur <https://www.vie-publique.fr/sites/default/files/rapport/pdf/144000624.pdf>

⁹² https://www.haut-conseil-egalite.gouv.fr/IMG/pdf/guide_pour_une_communication_publicque_sans_stereotype_de_sexe_vf_2016_11_02.compressed.pdf



Une **Charte pour une représentation mixte des jouets** a été signée en 2019 sous l'impulsion du Conseil de la mixité et de l'égalité professionnelle dans l'industrie, co-construite avec l'ensemble des acteurs de la filière jouet, les associations, les autorités de contrôle de l'audio-visuel et l'Union des Marques, pour promouvoir la mixité entre filles et garçons dans la création, la distribution et la promotion des jouets⁹³.

Plusieurs axes de cette charte sont susceptibles d'inspirer l'acheteur dans ses achats, notamment :

- limiter la catégorisation entre jouets filles et jouets garçons afin d'éviter les stéréotypes de genre, explicites ou implicites, notamment via des codes couleurs ou d'autres indices de cloisonnement entre filles et garçons, y compris pour les catégories traditionnellement sexuées (ex : soin aux bébés, cuisine, bricolage, jeux de construction, garages, trains, ...) ;
- valoriser la dimension « non genrée » des jouets à caractère scientifique ;
- mettre fin aux stéréotypes sexistes diffusés, non pas par le jouet en lui-même, mais par sa notice et/ou sa description (description du produit et communication pour promouvoir le produit). Exemple : préférer les formulations « pour faire comme les grands » à « pour faire comme maman » dans le cas d'un kit de ménage.

Un exemple de clause est proposé en annexe : Fiche 13 - 1. Marché de fourniture de matériel pédagogique sans stéréotype de genre pour les crèches.

Exemple : pour les manuels scolaires ou de loisirs

Outre la lutte contre les stéréotypes, les manuels scolaires jouent un rôle dans la représentation des femmes et la diffusion des valeurs d'égalité femmes-hommes.

Le rapport d'information du 6 octobre 2021 fait au nom de la délégation aux droits des femmes et à l'égalité des chances entre les hommes et les femmes sur les stéréotypes de genre⁹⁴, s'appuyant sur les productions du centre Hubertine Auclert, rappelle qu'outre la lutte contre les stéréotypes, les manuels scolaires jouent un rôle dans la représentation des femmes et la diffusion des valeurs d'égalité femmes-hommes.

La convention interministérielle pour l'égalité entre les filles et les garçons, les femmes et les hommes dans le système éducatif (2019-2024) vise ainsi à « *favoriser le dialogue avec le secteur de l'édition pour lutter contre les stéréotypes et pour une plus grande représentation des femmes dans les manuels scolaires* », « *poursuivre et diffuser la production de ressources d'accompagnement des manuels scolaires et des programmes en lien avec les opérateurs du ministère de l'Éducation nationale et de la Jeunesse (Canopé, Onisep, CLEMI) afin de traiter du sujet de l'égalité dans toutes les situations d'apprentissage.* »⁹⁵

Les programmes scolaires et leur contenu pédagogique sont élaborés par le ministère de l'Éducation nationale, de la Jeunesse et des Sports, en tenant compte de la liberté éditoriale.

⁹³ [Charte pour une représentation mixte des jouets](#), 2019, Ministère de l'économie et des finances

⁹⁴ https://www.assemblee-nationale.fr/dyn/15/rapports/ega/15b4517_rapport-information#_Toc256000012

⁹⁵ <https://eduscol.education.fr/document/22321/download> et également <https://www.education.gouv.fr/egalite-entre-les-femmes-et-les-hommes-transmettre-et-diffuser-la-culture-de-l-egalite-11747>



Le choix et l'achat des manuels scolaires est quant à lui de la compétence des collectivités territoriales qui disposent de crédits de l'éducation nationale et travaillent en étroite collaboration avec les personnels enseignants :

- maternelle et élémentaire : communes, également en charge des livres pour les centres de loisirs et les bibliothèques (parfois intercommunales).
- collèges : départements
- lycées : régions

Pour rappeler l'importance des enjeux d'égalité femmes-hommes dans les manuels scolaires, le ministère de la Culture travaille avec tous les acteurs associés, dont le ministère de l'Éducation nationale sur la question des programmes. Le ministère de la Culture a par ailleurs organisé avec les associations d'éditeurs, en partenariat avec la DILCRAH⁹⁶, des séances de sensibilisation concernant les stéréotypes (y compris sexistes), pour comprendre les moyens de les éviter dans la rédaction des textes et exemples des manuels.

Le ministère de l'Éducation forme par ailleurs les personnels enseignants et agréé des organismes publics pour ses actions de sensibilisation.

Les collectivités peuvent donc également contribuer avec l'État au renforcement de l'égalité femme-hommes en orientant leur choix de manuels vers ceux intégrant davantage ces enjeux, par le biais par exemple d'un critère d'analyse des offres.

2.2 Repenser son besoin pour qu'il soit adapté aux deux sexes

Pour ONU Femmes, « *un achat sensible au genre consiste à sélectionner des services, des biens et des travaux publics qui prennent en considération leur impact sur l'égalité des sexes et l'autonomisation des femmes* ». S'il n'est pas possible de privilégier des entreprises dirigées par des femmes, le manuel de l'achat sensible au genre⁹⁷ permet de mieux identifier les leviers d'autonomisation des femmes sur leurs lieux de travail.

Voir également le rapport triennal [Rapport triennal 2021-2024](#) du Conseil supérieur de l'économie sociale et solidaire (CSESS), cité précédemment.

Certains marchés sont traditionnellement rédigés pour répondre uniquement aux besoins de personnes qui étaient soit essentiellement des hommes, soit essentiellement des femmes. Leur adaptation ne se fait pas toujours naturellement et il peut être pertinent de réinterroger son besoin par rapport aux modifications sociales. Cette intégration des questions d'égalité femmes-hommes est appréhendée dans de nombreuses disciplines sous le terme d'approche du genre ou genrée.

Exemple : pour des vêtements professionnels, veiller à prévoir des tenues, protections adaptées à la morphologie différente des femmes et des hommes.

⁹⁶ La délégation interministérielle à la lutte contre le racisme, l'antisémitisme et la haine anti-LGBT (DILCRAH) soutient et encourage les initiatives de la société civile engagée contre les haines et les discriminations.

⁹⁷ [L'achat sensible au genre | À notre sujet : Activités d'achats d'ONU Femmes | ONU Femmes \(unwomen.org\)](#)



En outre des marchés peuvent contribuer à l'action pour « une meilleure articulation des temps de vie et un partage équilibré des responsabilités parentales », citée à l'article 1-7 de la loi de 2014. Dans les marchés de voiries ou les bâtiments, prendre en compte **la circulation et le stationnement des poussettes** dans l'espace public est aujourd'hui un besoin qui touche davantage les femmes mais qui concerne de plus en plus d'hommes.

2.3 Répondre aux besoins sociaux spécifiques des femmes

Dans la liste des actions à mettre en œuvre prévue à l'article 1 de la loi pour l'égalité réelle entre les femmes et les hommes figure la prévention et la lutte contre les violences faites aux femmes, contre la précarité des femmes, contre les stéréotypes sexistes, la maîtrise de la sexualité.

Exemple : mise en place d'actions de sensibilisation, de documentation de soutiens et d'écoute, **numéros téléphoniques, espaces dédiés ;**

Exemple : dans le contexte de crise sanitaire et face aux difficultés spécifiques rencontrées par de nombreuses jeunes filles, les ministères chargés de l'éducation nationale, de la jeunesse et de sports, et de l'égalité entre les femmes et les hommes ont signé en 2020 une convention permettant d'expérimenter des mesures de **lutte contre la précarité menstruelle** des élèves de l'académie de Lille⁹⁸.

De plus en plus de départements et de régions développent des actions de sensibilisation et qui déploient des distributeurs gratuits au sein des établissements et donc assurent l'achat des distributeurs et des protections.

En ce qui concerne les établissements d'enseignement supérieur (université, grandes écoles, écoles d'ingénieurs), suite à l'impulsion ministérielle, et après des expérimentations réussies sur l'académie de Lille, c'est la centrale d'achat du réseau des CROUS (24 CROUS métropolitains et 2 ultramarins) qui a lancé une consultation pour acquérir des distributeurs et des protections périodiques en 2021.

Dans le cadre de ce plan gouvernemental, l'UGAP a également lancé une offre de distributeurs de protections périodiques 100% bio. L'abonnement est payé par le donneur d'ordre de façon à ce que les produits soient gratuits. La TPE ayant remporté le marché s'appuie également sur un ESAT pour la préparation des commandes.

La mutualisation (groupement de commandes, centrale d'achats...) peut faciliter l'élaboration de marchés sur des sujets nouveaux ou qui reposent sur une stratégie impactant de nombreux acheteurs, telle que celle portée par l'Etat pour l'ensemble des universités, établissements publics de l'Etat.

Enfin, l'état de grossesse peut générer des besoins à intégrer dans les marchés. La question de **l'accessibilité** des espaces publics, vue souvent sous l'angle du handicap ou des personnes âgées, peut être revisitée également sous l'angle de la grossesse.

Exemple : renforcer **l'accessibilité des équipements publics** (installation d'escaliers mécaniques ou d'ascenseurs, de sièges dans les gares) contribue par exemple à limiter la fatigue des femmes souhaitant poursuivre leur activité professionnelle pendant cette période, en complément de dispositifs tels que le télétravail.

⁹⁸ <https://www.education.gouv.fr/bo/20/Hebdo40/MENE2026395X.htm>



3. Promouvoir l'égalité dans les conditions de travail du personnel affecté à la réalisation du contrat

Les dispositifs incitants à mener une politique de promotion de l'égalité entre les femmes et les hommes dans les contrats publics doivent respecter l'interdiction de développer des considérations s'attachant à la politique générale de l'entreprise (en droit de la commande publique), mais aussi à l'interdiction des discriminations à l'embauche (en droit du travail).

Sauf pour les motifs d'exclusion de la commande publique relatifs à l'égalité femmes-hommes, les exigences doivent être circonscrites au seul périmètre des prestations commandées par le marché, qu'il s'agisse d'un critère ou d'une clause portant par exemple sur les conditions de travail favorisant l'égalité femmes-hommes.

3.1. Faire connaître les motifs d'exclusion de la commande publique relatifs à l'égalité

Le contenu des obligations

Conformément à l'article [L. 2141-4](#), pour les marchés, et [L. 3123-4](#) pour les concessions du code de la commande publique, depuis la loi de 2014, sont exclues de la procédure de passation des marchés publics et des concessions :

- **1. les personnes qui ont été condamnées pour discrimination, ou pour ne pas avoir respecté les dispositions en matière d'égalité entre les femmes et les hommes** prévues par le code du travail.

La durée de cette exclusion est précisée dans le jugement procédant à la condamnation de l'opérateur économique.

- **2. les personnes qui, au 31 décembre de l'année précédant celle au cours de laquelle a eu lieu le lancement de la procédure de passation du marché, n'ont pas mis en œuvre l'obligation de négociation sur l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes, portant notamment sur la suppression des écarts de rémunération et la qualité de vie au travail.** Cette obligation doit être déclarée par télé-procédure aux DREETS⁹⁹ et transmise au greffe du conseil de prud'hommes du lieu de conclusion.

Leur valorisation possible

La direction générale des douanes et des droits indirects l'a ajouté de façon expresse dans son règlement de la consultation au titre des critères de sélection des candidatures :

« 3 4. Une déclaration sur l'honneur relative au respect des règles d'égalité professionnelle entre les hommes et les femmes justifiant que le candidat :

– ne fait pas l'objet, depuis moins de cinq ans, d'une condamnation au bulletin n° 2 du casier judiciaire pour les infractions mentionnées à l'article L. 1146-1 du code du travail ;

⁹⁹ Les DREETS se substituent aux DIRECCTE depuis le 1^{er} avril 2021. Le ministère du Travail publie régulièrement la [liste des référents égalité](#) positionnés au sein des DREETS.



– et a, au 31 décembre de l'année précédant le lancement de la consultation, mis en œuvre l'obligation de négociation prévue à l'article L.2242 du code du travail ou, à défaut, a réalisé ou engagé la régularisation de cette situation à la date de soumission ».

La question de la preuve

Depuis la loi Sapin II, la déclaration sur l'honneur selon laquelle le candidat ne se trouve pas dans un cas d'exclusion des marchés publics (ici à [l'article L. 2141-4](#) du CCP) suffit du côté des opérateurs économiques.

Cette déclaration sur l'honneur transmise (via le DUME, DC1, DC4...) par le candidat engage sa responsabilité pénale, en application des articles [441-1 à 441-12](#) du code pénal relatifs aux peines pour faux et usage de faux.

Toutefois, le fait que l'article [R. 2143-6](#) du code de la commande publique, pour les marchés publics hors défense ou de sécurité, et l'article [R. 2343-8](#), pour les marchés de défense ou de sécurité – qui reprennent les dispositions de la loi Sapin II sur ce point – prévoient que la déclaration sur l'honneur constitue une preuve suffisante ne doit pas être sur interprété. Ces dispositions ne font qu'interdire à l'acheteur de solliciter d'autres preuves au candidat s'il lui a fourni une telle déclaration sur l'honneur.

En revanche, ces dispositions ne font pas obstacle à ce que l'acheteur entreprenne, par lui-même, des vérifications plus approfondies. Ainsi, par exemple, comme le rappelle la fiche technique sur la vérification des candidatures (voir [fiche technique](#) DAJ sur l'examen de la candidature), certains acheteurs disposent de la capacité de solliciter la production de certains extraits du casier judiciaire directement auprès des services du Casier judiciaire national.

Le suivi annuel éventuel

Le rapport annuel obligatoire des collectivités territoriales en matière d'égalité femmes-hommes, doit donner lieu à un suivi annuel de ces interdictions de soumissionner.

Voir Fiche 11 2.2 Rapport annuel obligatoire des collectivités territoriales et « clause d'égalité »

3.2 S'assurer que les conditions de travail prennent en compte la mixité

Des leviers d'action à étudier sur l'ensemble du cycle de vie des prestations

Comme pour toutes les conditions d'exécution ou critères possibles dans la commande publique, des exigences et/ou critères sociaux, portant sur l'égalité femmes-hommes peuvent être envisagés s'ils sont en lien avec des phases du cycle de vie du produit, des services ou des travaux. (Voir Fiche 11 3.2 ...intégrée en droit français)

Dans les fournitures, la question de l'extraction des matières premières ou de la fabrication des produits est rarement traitée.

Rien n'interdit à l'acheteur de s'appuyer sur l'article 6 des CCAG qui prévoit que « le titulaire est tenu au respect des huit conventions fondamentales de l'Organisation internationale du travail (OIT) lorsque celles-ci ne sont pas intégrées dans les lois et règlements du pays ». Parmi ces conventions, celles sur l'égalité de rémunération ou la discrimination contribuent à l'égalité femmes-hommes.



L'acheteur peut demander pendant l'exécution du marché à l'entreprise de justifier que la main d'œuvre est employée conformément à ces conventions, et aux principes directeurs des Nations Unies sur le respect des droits de l'Homme en faisant référence à n'importe quel CCAG et en précisant les modalités de cette demande dans le CCAP (formalisme particulier, périmètre sur la chaîne d'approvisionnement, délais, etc.).

Il peut s'inspirer du guide de la DAE « Comment veiller au respect des droits de l'Homme au travail dans les chaînes d'approvisionnement »¹⁰⁰ et des dispositifs de prévention encouragés par la loi de 2017 sur le devoir de vigilance¹⁰¹, tout en respectant les principes de la commande publique (voir sur ce point la Partie 1 et les travaux d'ONU Femmes sur les chaînes d'approvisionnement et l'égalité femmes-hommes¹⁰²).

Le secteur du bâtiment et de travaux publics : imposer des bases vie pouvant accueillir un public féminin

Certains chantiers, y compris ceux d'une envergure et d'une durée significative, ne prévoient pas, lors de la mise en place de la base vie (obligatoire pour les chantiers d'une durée supérieure à 4 mois), **la mise à disposition d'un bloc sanitaire et d'un vestiaire pour les travailleurs de sexe féminin**. Ceci constitue un obstacle matériel considérable pour les femmes candidates dans le secteur et pour les entreprises susceptibles de les intégrer en leur sein.

- ✓ L'acheteur est fondé à prévoir expressément, en tant que condition d'exécution du marché, l'obligation de mettre en place une base vie susceptible d'accueillir du public féminin.
- ✓ Il peut **confier le contrôle de cette obligation au coordinateur SPS** (Sécurité Protection de la Santé) désigné pour le chantier et **inscrire des sanctions contractuelles** au cahier des charges, en cas de manquement à cette obligation.

La HALDE¹⁰³, devenue Défenseur des droits, a délibéré sur ce sujet à l'occasion d'une affaire relative au refus de candidature d'une femme à un poste de menuisier en raison de l'absence de vestiaires¹⁰⁴. Elle a ainsi pu rappeler que la justification invoquée par l'entreprise relative au fait qu'elle n'avait actuellement pas les moyens de procéder à des travaux de mise aux normes des vestiaires n'était pas recevable et que **le code du travail impose l'adaptation des locaux de l'entreprise à la composition mixte du personnel**.

L'article [R. 4228-1](#) du code du travail fait peser sur les employeurs l'obligation générale de mettre « à la disposition des travailleurs les moyens d'assurer leur propreté individuelle, notamment des vestiaires, des lavabos, des cabinets d'aisance et, le cas échéant, des douches ». S'agissant plus particulièrement des vestiaires, l'article [R. 4228-5](#) dispose que « dans les établissements employant un personnel mixte, des installations séparées sont prévues pour les travailleurs féminins et masculins ». En l'espèce l'enquête a permis de caractériser les éléments matériel et moral du délit de refus d'embauche discriminatoire tel que prévu et réprimé par les articles [225-1](#) et [225-2 \(3°\)](#) du code pénal.

¹⁰⁰ <https://www.economie.gouv.fr/dae/respect-des-droits-de-lhomme-au-travail-un-guide-pratique-pour-les-acheteurs-publics>

¹⁰¹ [LOI n° 2017-399 du 27 mars 2017 relative au devoir de vigilance des sociétés mères et des entreprises donneuses d'ordre /](#)

¹⁰² [L'achat sensible au genre | À notre sujet : Activités d'achats d'ONU Femmes | ONU Femmes \(unwomen.org\)](#)

¹⁰³ La Halde : Haute autorité de lutte contre les discriminations et pour l'égalité. Les missions de cette institution ont été reprises par le [Défenseur des droits](#), fondé par la [loi constitutionnelle du 23 juillet 2008](#), complété par la loi organique du 29 mars 2011 et modifié par la loi du 9 décembre 2016.

¹⁰⁴ Délibération de la Halde n°2010-54 du 1^{er} mars 2010



L'imposer dans le cahier des charges permet d'éviter de dissuader les entreprises à recruter ou faire appel à du personnel féminin en insertion, générant l'installation d'installations dédiées.

Une illustration de rédaction de cette clause est proposée en annexe (Fiche 13 - 4. Dispositions relatives à l'égalité dans les conditions de travail à l'occasion d'un marché de travaux).

3.3 Prendre en compte les contraintes personnelles et familiales

Comme pour les contrats qui contribuent à une meilleure prise en compte des contraintes parentales pour les usagers du service public, l'acheteur peut prévoir des clauses ou critères visant à s'assurer de la prise en compte de contraintes familiales auxquelles sont confrontées les personnes affectées à l'exécution du contrat qui touchent plus particulièrement les femmes, et encore davantage les femmes précaires.

Le secteur de la propreté : inscrire les prestations de nettoyage dans les heures de travail en journée et en continu

Les acheteurs ont la faculté de définir s'ils souhaitent que la prestation de nettoyage soit effectuée en journée, ou bien en horaire décalés. Ce choix est très impactant pour l'accès et le maintien dans l'emploi des personnes mobilisées sur ce type de prestation, où les femmes sont surreprésentées. Les horaires décalés induisent un cumul de difficultés d'accès à l'emploi: difficulté de garde d'enfants en dehors des horaires habituels, difficulté d'utilisation des transports en commun lorsque le travail se réalise de nuit, fatigabilité exacerbée, temps partiel non souhaité etc.

Pour les achats de l'Etat, des engagements ont été pris depuis 2013 et repris dans une circulaire récente visant à favoriser un emploi de qualité et responsable dans les filières de la propreté et de la sécurité privée. Il est ainsi recommandé pour ce type de marché reposant sur une reprise de personnel :

- d'approfondir la connaissance par les acheteurs du tissu économique : étudier en amont lors du sourcing les modalités les plus adaptées en faisant appel à l'expertise des associations et des fédérations professionnelles et recourir aux achats mutualisés ;
- d'équilibrer les conditions contractuelles en privilégiant la qualité du service et l'accessibilité aux PME ;
- de renforcer l'objectif de performance sociale et environnemental et le suivi des marchés.

Sur l'amplitude journalière de travail, l'engagement de l'Etat pour un temps de travail continu et limitant les horaires décalés est assez précis :

« - lors du renouvellement des marchés, maintien du travail en journée et en continu pour les sites qui en bénéficient et conduite systématique d'une étude de faisabilité pour les autres sites dans l'année suivant l'attribution du marché ;

- définir, dans le cahier des charges, le travail en journée et en continu, ce qui nécessite d'apporter des précisions sur les plages horaires d'intervention, de limiter le fractionnement et, le cas échéant, de prendre en compte des temps de transport entre les sites ;



- l'acheteur peut apporter des précisions d'obligation au cahier des charges voire mobiliser un critère d'attribution du marché portant sur des volumes horaires à réaliser dans une tranche horaire plus resserrée (exemple: 100 % des heures sont réalisées entre 8 h et 18 h et 30 % des heures sont réalisées entre 9 h et 12 h) ».

Certaines collectivités s'engagent aussi à développer le travail de propreté sur des horaires plus souples. Des clauses de progrès peuvent être envisagés sur ce point (par exemple : la journée ou tôt le matin jusqu'au début d'après-midi...). C'est notamment le cas de Nantes métropole, de Toulouse Métropole Emploi, des villes de Rennes, de Brest, de Caen, Poitiers ou encore Marseille.

A Nantes-métropole, un partenariat avec la profession des entreprises de propreté promeut le travail en continu et en journée en privilégiant l'organisation du travail basée sur des contrats à temps plein sur un même site pour éviter les recours aux horaires fractionnés ou décalés. En complément, un critère sur l'équipe d'intervention intégrant l'objectif de travail en journée en temps plein peut être ajouté.

L'ensemble des secteurs : mobiliser des outils de formation professionnelle en prenant en compte les contraintes personnelles et familiales

De nombreuses branches¹⁰⁵ affichent leur volonté de respecter l'égalité entre les femmes et les hommes dans l'accès à la formation professionnelle. L'accent est régulièrement mis sur la nécessité de prendre en compte les contraintes personnelles et familiales des salariés dans la mise en œuvre de la politique de formation, ces contraintes constituant un frein pesant majoritairement sur le public féminin.

Dans le cadre d'un contrat (en particulier s'il s'agit d'un contrat de longue durée), l'acheteur (ou l'autorité concédante) peut inciter l'entreprise à prendre en compte les contraintes personnelles et familiales du personnel affecté à la réalisation du contrat, lorsqu'il mobilise les outils de la formation professionnelle pour la réalisation des prestations. Ces pistes de progrès sont de nature à permettre l'accès à la formation de l'ensemble des salariés affectés à la réalisation du contrat.

Selon le secteur, il peut notamment s'agir de critères d'analyse des offres tendant à encourager l'entreprise à proposer pour le personnel en charge de l'exécution des prestations, par exemple : formations modulaires de plus courte durée, organisation des formations durant les horaires habituels de travail et à proximité du lieu de travail, communication des dates et horaires des formations suffisamment à l'avance, formations à distance et en ligne (ou toute autre forme : formation tutorée...), ou bien encore solutions alternatives à la formation comme le mentorat/tutorat. Il faut bien entendu que cela reste en lien avec l'exécution du marché.

La loi du 5 septembre 2018 pour la liberté de choisir son avenir professionnel définissant l'action de formation prévoit l'individualisation de la formation pour permettre aussi cette souplesse.

¹⁰⁵ [La négociation collective en 2020](#), Direction Général du Travail ; Ministère du travail, de l'emploi et de l'insertion.



3.4 Mobiliser les prestataires sur les actions de prévention

Là encore, la loi de 2014 demande aux acteurs publics de porter des « actions de prévention et de protection permettant de lutter contre les violences faites aux femmes et les atteintes à leur dignité ; [...] actions destinées à prévenir et à lutter contre les stéréotypes sexistes ». Sans être l'élément essentiel du contrat, ces questions peuvent être traitées dans le cadre d'exigences contractuelles plus globales ou suggérées au candidat à travers des critères d'analyse des offres.

Sur des contrats d'une durée suffisamment importante, l'acheteur (ou l'autorité concédante), peut demander au soumissionnaire de prévoir des actions relatives à la promotion de l'égalité femmes-hommes ou à la lutte contre les discriminations pour l'ensemble du personnel affecté à la réalisation du contrat (voir l'exemple pour les concessions fiche 13).

Cela peut se concrétiser en terme de prévention, par exemple dans un secteur dans lequel les femmes occupent des emplois précaires ou sont minoritaires sur certains postes, par l'obligation pour le personnel, dont les encadrants, de suivre un module de sensibilisation portant sur la **lutte contre le harcèlement et les violences sexistes et sexuelles** au travail.

Dans ce cas, il en assume le coût prévu dans le coût global du marché, prévoit le contrôle et les sanctions contractuelles s'y rapportant en cas de manquement.

3.5 Prévoir un critère d'analyse des offres sur l'égalité femmes-hommes

Les critères d'analyse des offres peuvent être prévus, en appui à des clauses d'exécution ou seuls, sans clause d'exécution.

Critères d'analyses des offres en lien avec des clauses d'exécution égalité femmes-hommes

Pour aller plus loin que la clause d'exécution minimale, l'acheteur peut prévoir un critère.

Exemple : si l'acheteur a fait référence aux CCAG ou mentionné le respect des conventions de l'OIT, il peut aussi sur la base de cette condition d'exécution, ajouter un critère d'analyse des offres permettant de départager les entreprises sur les mesures prévues pour s'assurer que ces conventions **sur l'égalité de rémunération** par exemple sont respectées sur sa chaîne d'approvisionnement.

Exemple : l'acheteur peut exiger par principe dans les conditions d'exécution que les horaires de travail soient en journée et en continu pour tenir compte de l'équilibre entre vie familiale et vie professionnelle et demander à l'entreprise pour les personnels affectés de faire des propositions. Voir l'exemple sur la propreté/nettoyage.

Critères d'analyses des offres seuls, sans clause d'exécution égalité femmes-hommes

Le sourcing permet aussi de qualifier le caractère plus ou moins sexué du secteur économique et donc de la possibilité de mettre ou pas une exigence et ou un critère. Si le déséquilibre du secteur n'est pas manifeste, une alternative peut être de prévoir un critère faiblement pondéré. Dans ce cas le critère peut rester assez général mais illustré d'exemples pour que l'entreprise puisse proposer des actions concrètes.

Exemple de critère : « mesures que le titulaire mettra en place pour promouvoir l'égalité femmes-hommes des personnels affectés à l'exécution des prestations (formations, conciliation de la vie professionnelle et familiale, égalité de rémunération...) ».



4. Promouvoir l'égalité à l'égard des bénéficiaires des clauses sociales d'insertion

4.1 Un déséquilibre avéré entre hommes et femmes

Le dispositif des clauses sociales d'insertion dans la commande publique s'est développé dans le cadre des politiques de lutte contre l'exclusion et dans les stratégies d'achats publics responsables. Une part croissante d'acheteurs et d'autorités concédantes y ont ainsi recours.

L'analyse genrée des résultats de cette politique publique atteste du déséquilibre qui existe à l'égard des bénéficiaires du dispositif : selon les données produites par l'association d'élus territoriaux Alliance Villes Emploi¹⁰⁶, également réseau des facilitateurs des clauses sociales, **84% des participants aux clauses sociales d'insertion sont de sexe masculin en 2019**. Ce déséquilibre est à appréhender en considération du contexte dans lequel se sont développées les clauses sociales d'insertion, soit majoritairement dans des secteurs où la main d'œuvre masculine est surreprésentée (bâtiment et travaux publics).

Aujourd'hui, les objectifs fixés par la loi cadre de 2014 relative à l'égalité (voir Fiche 11 2. L'égalité femmes-hommes dans les politiques publiques depuis la loi de 2014), sont communs aux exigences portées par les fonds européens sur les dispositifs d'insertion.

L'Union Européenne s'étant « assignée pour mission d'éliminer les inégalités et de promouvoir l'égalité entre les hommes et les femmes dans toutes ses activités », l'accès au Fonds social européen (FSE) peut ainsi nécessiter de rendre compte des résultats du dispositif en matière d'égalité femmes-hommes et de relater les actions correctives mises en œuvre pour remédier à un déséquilibre constaté, y compris à travers la commande publique.

L'enjeu pour l'acheteur ou l'autorité concédante, qui mobilise des clauses sociales d'insertion, est de prendre conscience de ce déséquilibre pour s'attacher à le diminuer et ne pas reproduire cette tendance¹⁰⁷.

4.2 Les fondements sur lesquels appuyer sa démarche

- Les actions visant à lutter contre la précarité des femmes font partie de la politique que les acteurs publics doivent mettre en œuvre (article 1 de la loi de 2004) **et pour les collectivités, suivre annuellement** (voir Fiche 11 2.2 Rapport annuel obligatoire des collectivités territoriales et « clause d'égalité »).

¹⁰⁶ L'alliance Villes Emploi publie annuellement depuis 2012, la *Consolidation nationale des clauses sociales*, qui agrège les données remontées à partir des structures équipées du logiciel de suivi « ABC Clause ». Ces données, non officielles, permettant à ce jour d'avoir une visibilité sur les caractéristiques des publics impactés par les clauses sociales, notamment.

¹⁰⁷ Le rapport public précité « [L'accès à l'emploi des femmes : une question de politiques...](#) » remis à Madame la ministre des Droits des femmes en décembre 2013 le met en exergue : les dispositifs et l'accompagnement dans l'emploi reproduisent fortement la ségrégation professionnelle entre les femmes et les hommes (typologie des contrats aidés, moindre accès à l'alternance) et les femmes sont davantage déclassées dans les dispositifs d'aide à l'emploi (répartition entre secteurs marchand et non marchand, temps partiels, moindre taux de sorties positives en emploi durable, etc.).



- **Pour les acheteurs de l'Etat et de ses établissements publics**, l'instruction interministérielle DGEFP/DAE/CGET du 11 avril 2019 *relative à la mise en œuvre des clauses sociales favorisant l'accès au marché du travail des personnes qui en sont éloignées*, fixe notamment pour objectif la **diversification des publics bénéficiaires de la clause sociale**.

Pour y parvenir, cette instruction encourage d'une part à mener un travail conjoint d'analyse, de manière transversale et dans une logique d'anticipation des besoins. Il est préconisé d'élaborer une stratégie de **diversification des secteurs à cibler** pour l'intégration de clauses sociales, permettant **d'élargir les catégories de publics concernés**, notamment au profit des femmes, des personnes handicapées ou encore des jeunes qualifiés rencontrant des difficultés persistantes d'accès au marché du travail ou des seniors.

- Il est possible de pratiquer une double approche fondée sur une clause d'insertion et un critère de performance sur l'égalité femmes/hommes. La DAE a adopté cette approche dans le domaine des technologies de l'information (IT) par exemple.
- Les acheteurs peuvent entreprendre une démarche pour obtenir une labellisation (Voir par exemple le label Diversité et Egalité en Fiche 12 - 1.1 Analyser sa programmation « achats » au regard de l'objectif de promotion de l'égalité)

4.3 Développer une démarche de diversification des secteurs d'activité

Les clauses sociales d'insertion dans la commande publique, dispositif permettant à leurs bénéficiaires de regagner le monde du travail de façon pérenne, ont davantage mobilisé des secteurs dans lesquels la main d'œuvre est très majoritairement masculine. **Pour que les clauses sociales d'insertion puissent aussi bien concerner des personnels féminins que masculins, il est recommandé de diversifier leur mobilisation sur d'autres segments d'achat, où la répartition femmes-hommes est plus équilibrée.**

Certains facilitateurs de clause sociale se sont emparés très tôt de cet enjeu, en priorisant la mobilisation des clauses sociales sur les marchés de services. Les données disponibles¹⁰⁸ démontrent l'intérêt d'une démarche de diversification de la nature des contrats, car elle entraîne un **accroissement de la part des publics féminin accédant au dispositif** :

- lorsque les **marchés de services représentent plus de 55 %** du total des marchés sur lesquels sont déployés les clauses sociales, **les femmes représentent 22 à 23 % des bénéficiaires** du dispositif, ce qui est au-delà de la moyenne nationale (données compilées pour les facilitateurs de clauses sociales du réseau AVE en Bourgogne Franche Comté et Centre Val de Loire, tout acheteur confondu, en 2019) ;
- lorsque les **marchés de services représentent moins de 35 %** du total des marchés sur lesquels sont déployés les clauses sociales, **les femmes ne représentent plus que 10 à 12 % des bénéficiaires** du dispositif, ce qui est en-deçà de la moyenne nationale (données compilées pour les facilitateurs de clauses sociales en Auvergne Rhône Alpes et en Normandie, tout acheteur confondu, en 2019).

¹⁰⁸ Les seules données disponibles sur les caractéristiques des publics accédant au dispositif des clauses sociales d'insertion, sont celles produites annuellement depuis 2012 par l'association d'élus territoriaux [Alliance Villes Emploi](#), également réseau des facilitateurs des clauses sociales.



Illustrations : démarches de diversification sur les clauses sociales d'insertion

- Certains acheteurs ont fait le choix de mobiliser significativement les **marchés de prestations intellectuelles** pour développer des clauses sociales d'insertion : c'est notamment le cas de la DAE, l'ANRU, ou bien de Toulouse Métropole Emploi (31).
→ Par exemple pour Toulouse Métropole, alors que sur l'ensemble des clauses, la part des femmes est de 17%, sur les prestations intellectuelles, le taux de femmes est de 54%. Sur certaines prestations d'ingénierie informatique de la direction générale de l'avion civile, pour lesquels les profils valorisés au titre de la clause sont variés, le taux de femmes est même de 75%.
- Des clauses sociales ont également été mobilisées par la métropole de Lyon (69) sur le marché Vélo'V, de mise à disposition de **mobiliers urbains, de supports d'information et de prestation de services de mobilité** (voir un exemple en annexe pour une concession).
- La ville de Suresnes (92) a développé **une stratégie globale de promotion de l'égalité femmes-hommes**, dont un volet porte sur la diversification des secteurs d'activité. Elle est ainsi parvenue à atteindre **50% de public féminin dans le cadre des clauses sociales**. Engagée dans la Charte européenne pour l'égalité entre les femmes et les hommes depuis 2011, la ville a adopté un plan d'actions en mars 2012. Elle est également labellisée "Egalité" par l'AFNOR en 2014 (sur ce label voir Fiche 12 - 1.1 Analyser sa programmation « achats » au regard de l'objectif de promotion de l'égalité), reconduite en 2017. La commune avance plusieurs conditions de réussite :
 - une facilitatrice formée à l'égalité femmes-hommes qui reçoit les candidats et les orientent sans stéréotypes ;
 - une diversification des types de marché (ex : marché d'insertion dans les crèches, la restauration scolaire, les prestations intellectuelles).