



FICHE 13

ANNEXES RELATIVES À L'ÉGALITÉ

1. Marché de fourniture de matériel pédagogique sans stéréotype de genre pour les crèches

CAHIER DES CLAUSES TECHNIQUES PARTICULIERES

Les jeux et jouets proposés dans le(s) catalogue(s) en lien avec l'objet du marché ne devront pas véhiculer de stéréotype prenant notamment en compte les éléments suivants :

- représentation des enfants,
- activité exercée,
- couleurs,
- type de vêtements,
- interactions entre les enfants.

Dans le cas où un des jeux ou jouets du catalogue véhicule un stéréotype, l'acheteur pourra demander son remplacement sans modification du prix.

Pour l'appréciation des stéréotypes, il est recommandé de s'appuyer sur la charte pour une représentation mixte des jouets ou le rapport relatif à la lutte contre les stéréotypes :

- supprimer la catégorisation jouets filles/jouets garçons dans les catalogues, imprimés et en ligne, au profit d'une présentation par catégories de produits ou par type de bénéfice apporté par le type de jouet (créativité, résolution de problèmes, développement physique et/ou intellectuel, sociabilité...),
- promouvoir la mixité et/ou la neutralité dans la scénographie des catalogues

https://solidarites-sante.gouv.fr/IMG/pdf/20190924_charte_pour_une_representation_mixte_des_jouets.pdf

<https://www.vie-publique.fr/sites/default/files/rapport/pdf/144000624.pdf>;

Commentaire : voir Fiche 12 - 2.2 Repenser son besoin pour qu'il soit adapté aux deux sexes évoquant notamment la charte.



2. Marché de fourniture ou de service supposant une exploitation publicitaire sans stéréotype de genre

Dans le cadre de marchés ou de concessions ayant en partie pour objet de l’affichage publicitaire sur du mobilier urbain (vélos, abribus...), il est recommandé que l’acheteur, ou l’autorité concédante, exige des conditions d’affichages qui ne véhiculent pas de stéréotype de genre. Les stéréotypes de genre dans la communication sont illustrés dans le guide pratique « pour une communication publique sans stéréotype de sexe » du Haut conseil à l’Égalité entre les femmes et les hommes.

- **les couleurs** : éviter les couleurs douces et roses pour les femmes, sombres et bleues pour les hommes ;
- **l’activité exercée** : ne pas systématiquement représenter les femmes dans des activités maternantes, et les hommes dans des activités de direction ou dans les secteurs de la technique, de la high-tech et des sciences ou encore révélant des capacités physiques et manuelles ;
- **les types de vêtements** : ne pas systématiquement représenter les hommes dans des vêtements pratiques, et les femmes dénudées ou avec des vêtements inappropriés pour l’activité réalisée ;
- **l’attitude des personnes (position, regard, etc.)** : ne pas systématiquement représenter les femmes comme étant à disposition des hommes, dans des positions lascives, passives voire soumises, et les hommes dans des positions assurées et dominatrices ;
- **l’attitude des personnes (position, regard)** : ne pas systématiquement représenter les hommes au premier plan, et les femmes en arrière-plan ou dans les marges ;
- **l’environnement** : ne pas systématiquement représenter les hommes en extérieur et en milieu professionnel, et les femmes à l’intérieur et dans la sphère domestique ;
- **les interactions entre les personnes** : privilégier la coopération au rapport de force.

Article XX : Conditions d’affichage

Le titulaire s’engage à ce que les publicités ayant vocation à être affichées sur [le support] ne portent pas atteinte à l’ordre public et, en particulier, ne véhiculent pas de stéréotypes.

Chaque projet de visuel publicitaire destiné à un affichage devra être préalablement présenté au [pouvoir adjudicateur] pour approbation dans un délai de [X : prévoir un délai suffisant] jours avant le début de la campagne publicitaire.

Le [pouvoir adjudicateur] dispose de [X] jours pour valider ou refuser le projet. Passé ce délai, le projet sera réputé [validé ou refusé].

En cas de rejet du projet, le titulaire devra présenter un nouveau projet sans que ce rejet ne puisse donner droit au versement d’une indemnité.



3. Dispositions relatives à la promotion de l'égalité dans un contrat de concession

3.1. Règlement de consultation

Condition particulière N°X

Le concessionnaire s'engage à mettre en œuvre, dans le cadre des missions exécutées pour le compte du concédant, des actions en faveur de la lutte contre les discriminations et la promotion de l'égalité pendant l'exécution de la concession, telles que définies en annexe n°XX du projet de contrat.

Pondération

Cette clause fait l'objet d'un critère ou sous-critère de jugement des offres qui, quand il est pondéré, l'est, a minima, à hauteur de 5% :

« Actions mises en œuvre pendant l'exécution de la concession relatives à la promotion de l'égalité femmes-hommes et à la lutte contre les discriminations ».

3.2. Extrait du cadre de réponse portant sur la lutte contre les discriminations et la promotion de l'égalité

Le Délégitaire s'engage à mettre en œuvre, pendant la durée de la concession et en lien avec elle, les dispositions suivantes pour **lutter contre les discriminations et promouvoir l'égalité femmes-hommes (à compléter par le candidat)** :

Actions mise en œuvre envers l'ensemble des personnes affectées à l'exécution du présent contrat, en matière de prévention et de lutte contre les discriminations au travail et promotion de l'égalité femmes-hommes (formation, diagnostic, action de GRH, etc..) :

Chaque action présentée devra être accompagnée d'un planning de déploiement, d'un (ou plusieurs) indicateurs(s) permettant à l'Autorité Délégitante d'évaluer les actions et les éventuels progrès réalisés en cours d'exécution du contrat et des mesures prévus en cas de manquement.

3.3. Contrat de concession

Article relatif à la lutte contre les discriminations et la promotion de l'égalité

Le concessionnaire s'engage à contribuer à la lutte contre les discriminations et la promotion de l'égalité dans le cadre de l'exécution de la présente concession et selon les termes qu'il a renseignés dans l'Annexe XX.

Il est procédé au contrôle de l'exécution des actions objet du présent article pour lesquelles le concessionnaire s'est engagé. A cet effet, le concessionnaire communique au concédant, ou au guichet clause sociale mandaté le cas échéant, chaque mois, tous les renseignements permettant le contrôle et l'évaluation de ces actions, soit toutes les mesures prises, les résultats obtenus et les suites données ainsi que les mesures prévues pour l'année à venir.



Le concessionnaire est tenu d'informer le concédant des éventuelles difficultés qu'il rencontrerait dans la mise en œuvre de ses engagements. S'il n'atteint pas les objectifs sur lesquels il s'est engagé, le Concessionnaire encourt les pénalités prévues à l'Article XX.

Le compte rendu d'activités en faveur de la lutte contre les discriminations et promotion de l'égalité figure au rapport annuel remis par le Concessionnaire visé à l'article XX.

Le concessionnaire justifie et rend compte des statistiques réelles dans le cadre du rapport annuel.

Article relatif aux pénalités

Objet de la pénalité	Montant	Unité de décompte	Référence au contrat
Manquement aux engagements contractuels relatifs à la lutte contre les discriminations et à la promotion de l'égalité	XX €	Par manquement	Article xx

Remarque : selon l'article 1er de la loi ° 2021-1109 du 24 août 2021 confortant le respect des principes de la République, les organismes de droit privé chargés de l'exécution d'un service public sont soumis aux principes de neutralité et de laïcité du service public¹²⁶.

4. Dispositions relatives à l'égalité dans les conditions de travail à l'occasion d'un marché de travaux

Cette disposition ne nécessite pas de critère d'attribution mais simplement d'une clause veillant à promouvoir l'égalité par l'aménagement des conditions de travail :

Article XX. Installations sanitaires

Conformément à l'article R. 4228-5 du code du travail, le titulaire met en place, le cas échéant, des installations sanitaires séparées sur la base-vie du chantier pour les travailleurs féminins et masculins.

En cas d'inobservation de cette obligation, l'acheteur peut prendre aux frais du titulaire les mesures nécessaires après mise en demeure restée sans effet.

5. SPASER intégrant un axe relatif à la promotion de l'égalité Femmes – Hommes dans la commande publique

Cette illustration correspond au SPASER adopté par une ville de plus de 500 000 habitants, pour la période 2021-2026.

- **Axe 1 : Un achat public au service de la transition écologique**
- **Axe 2 : Un achat public au service d'une ville plus inclusive**

¹²⁶ <https://www.legifrance.gouv.fr/jorf/id/JORFTEXT000043964778>



Objectif 1 : renforcer l'insertion par l'activité économique des personnes éloignées de l'emploi et diversifier les profils des bénéficiaires

Objectif 2 : lutter contre toute forme de discrimination et promouvoir activement l'égalité, notamment l'égalité femmes-hommes

Objectif 3 : recourir plus largement aux structures du secteur adapté et protégé, et garantir l'accessibilité des personnes en situation de handicap aux services et équipement de la ville

- **Axe 3** : Un achat public au service de la protection de la santé et d'une alimentation saine des habitants et des agents de la ville
- **Axe 4** : Un achat public au service d'un développement économique responsable et vertueux du territoire

L'objectif 2 « lutter contre toute forme de discrimination et promouvoir activement l'égalité, notamment l'égalité femmes-hommes » se décline ainsi :

Résultats attendus

Il s'agit en premier lieu de favoriser l'égalité des chances pour toutes et tous, en refusant systématiquement toute forme de discrimination. En portant cette volonté d'inclusion dans ses marchés publics, c'est aussi la chance pour [la ville] d'être reconnue comme une municipalité exemplaire en matière d'inclusion et de diversité.

Par ailleurs, en choisissant d'accompagner les entreprises dans leur politique de non-discrimination et d'inclusion, la ville entend démontrer qu'une politique employeur inclusive est une opportunité, et non pas une contrainte. Recourir à des talents variés répond à des enjeux de recrutement, améliore l'image de l'entreprise, favorise l'engagement des employés, etc.

Exemples d'actions

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

Indicateurs de réussite

- Dès 2022, émettre 100 % des marchés avec un rappel des obligations légales en matière de non-discrimination.
- Dès 2022, inclure un dispositif de prévention et de lutte contre les discriminations dans tous les marchés de la Ville si l'objet du marché le permet.



6. Ressources documentaires pour aller plus loin

- [Rapport annuel 2023 sur l'état des lieux du sexisme en France](#)
- [Pour une communication publique sans stéréotype de genre](#), Guide du Haut Conseil à l'égalité entre les femmes et les hommes - 2022
- [Rapport d'information 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 genre »](#) du 6 octobre 2021 par Gaël LE BOHEC et Karine LEBON.
- [Guide « Egalité femmes-hommes. Mon entreprise s'engage »](#), coordonné par le Laboratoire de l'égalité, co-rédigé avec l'U2P, l'Association nationale des DRH (ANDRH), la Délégation générale à l'emploi et à la formation professionnelle (DGEFP), le service des droits des femmes (SDFE) de la Direction générale de la cohésion sociale (DGCS), la Direction générale du travail (DGT) et l'Aract Île-de-France - 2021
- Réaliser un rapport sur la situation en matière d'égalité femmes-hommes, Guide pratique pour accompagner les collectivités territoriales, 2016 (Service des droits des femmes et de l'égalité entre les femmes et les hommes rattaché à la Direction générale de la cohésion sociale (DGCS) du ministère des Solidarités et de la Santé et le centre Hubertine Auclert)
- La convention interministérielle pour l'égalité entre les filles et les garçons, les femmes et les hommes dans le système éducatif (2019-2024)
- Rapport public « [L'accès à l'emploi des femmes : une question de politiques...](#) » remis à la ministre des Droits des femmes - 2013
- [Combattre maintenant les inégalités sexuées, sociales et territoriales dans les quartiers de la politique de la ville et les territoires ruraux fragilisés](#), rapport du HCE femmes-hommes de 2014 en réponse à la saisine de la ministre des Droits des femmes
- [Lutte contre les discriminations et promotion de l'égalité dans l'emploi à travers les clauses des marchés publics](#), 2014, Projet Buydis, un premier guide pour les collectivités
- [Guide définissant les conditions d'amélioration continue des bonnes pratiques des entreprises de l'économie sociale et solidaire](#), Conseil supérieur de l'économie sociale et solidaire (CSESS) - 2014
- [Activer l'éga-conditionnalité où le conditionnement des financements publics à l'égalité Femmes - Hommes. Modalités et Opportunités](#), Haut-Commissariat à l'égalité Femmes Hommes - 2016
- [Femmes et hommes, l'égalité en question](#), INSEE 2017
- [Favoriser l'insertion professionnelle des femmes dans les quartiers politique de la ville](#), Guide méthodologique, Préfecture de la région Ile de France -2018
- [Vers l'égalité réelle entre les femmes et les hommes – Chiffres-clés – Édition 2020](#), ministère de l'Égalité entre les femmes et les hommes, de la Diversité et de l'Égalité des chances
- [Rapport triennal 2021-2024](#) Conseil supérieur de l'économie sociale et solidaire (CSESS)



- [Centre de ressources Hubertine-Auclert](#), notamment :
 - Les politiques locales d'égalité en France, Etude, 2016
 - La budgétisation sensible au genre, Guide pratique, 2015
 - Améliorer l'accès à l'emploi des femmes victimes de violences, Guide à destination des acteurs et des actrices de l'emploi, 2016
 - Supports de sensibilisation pour lutter contre les stéréotypes