

PARTIE 3



LA PROMOTION DE L'ÉGALITÉ FEMMES – HOMMES

La promotion de l'égalité entre les femmes et les hommes est un axe central de toute politique de cohésion sociale et de lutte contre les discriminations et constitue un des fondements de notre pacte social. Elle répond à des considérations de justice et d'égalité et constitue une obligation démocratique, mais elle est aussi un facteur de modernisation et d'enrichissement économique et culturel⁸⁶.

La France s'est dotée en 2014 d'une première loi cadre pour l'égalité réelle entre les femmes et les hommes⁸⁷, qui définit les objectifs d'une politique intégrée de l'égalité, devant être mise en œuvre et évaluée par tous les acteurs publics, dans l'ensemble des politiques publiques : Etat, collectivités territoriales, établissements publics nationaux ou locaux. L'enjeu est de construire de véritables dispositifs favorables à l'égalité. C'est le sens de cette loi cadre, qui porte l'ambition de diffuser la culture de l'égalité au sein de l'ensemble des politiques publiques⁸⁸.

Objet d'un consensus politique national, l'égalité entre les femmes et les hommes a par la suite été déclarée grande cause du quinquennat du président de la République.

Le sujet de l'égalité s'inscrit progressivement dans les politiques publiques d'achats responsables au titre des considérations sociales. *L'égalité des sexes*⁸⁹ fait partie des objectifs de développement durable (ODD) contribuant à « promouvoir des pratiques durables dans le cadre de la passation des marchés publics, conformément aux politiques et priorités nationales » (objectif des Nations Unies pour 2030). Le Plan National pour des Achats Durables⁹⁰ s'inscrit dans ces objectifs.

Les politiques d'égalité visent à identifier et à analyser les inégalités entre les femmes et les hommes dans un contexte défini, en questionnant notamment la responsabilité de l'action publique dans leur production ou dans leur persistance et à engager des actions pour les réduire.

La commande publique, à cet égard, constitue un levier qui permet de prendre en compte, de valoriser et de favoriser l'égalité entre les femmes et les hommes, au titre de l'exemplarité des pouvoirs publics et reconnaît la prise en compte de la lutte contre les discriminations dans les conditions d'exécution des marchés publics⁹¹.

⁸⁶ Propos de la haute-fonctionnaire à la promotion de l'égalité entre les hommes et les femmes au ministère de la Culture

⁸⁷ [Loi n° 2014-873 du 4 août 2014 pour l'égalité réelle entre les femmes et les hommes](#)

⁸⁸ Le rapport public préalable remis à Madame la Ministre des Droits des femmes en décembre 2013, « *L'accès à l'emploi des femmes : une question de politiques...* », reste une étude de référence sur le sujet de l'égalité professionnelle.

⁸⁹ <https://www.un.org/sustainabledevelopment/fr/objectifs-de-developpement-durable/>.

Voir également <https://www.unwomen.org/fr/about-us/procurement/gender-responsive-procurement>

⁹⁰ Consulter la partie 1 du guide : Les considérations sociales dans la commande publique

⁹¹ [Art. L2112-2](#) du code de la commande publique



FICHE 11 : LE CADRE JURIDIQUE EN FAVEUR DE L'ÉGALITÉ FEMMES-HOMME

1. Éléments de définitions
2. L'égalité femmes-hommes dans les politiques publiques depuis la loi de 2014
3. Un cadre normatif incitatif pour la commande publique



FICHE 12 : PRATIQUES POUR PROMOUVOIR L'ÉGALITÉ DANS LA COMMANDE PUBLIQUE

1. Recommandations préalables
2. Agir en repensant son besoin
3. Promouvoir l'égalité dans les conditions de travail du personnel affecté à la réalisation du contrat
4. Promouvoir l'égalité à l'égard des bénéficiaires des clauses sociales d'insertion



FICHE 13 : ANNEXES RELATIVES A L'ÉGALITÉ

1. Marché de fourniture de matériel pédagogique sans stéréotype de genre pour les crèches
2. Marché de fourniture ou de service supposant une exploitation publicitaire sans stéréotype de genre
3. Dispositions relatives à la promotion de l'égalité dans un contrat de concession
4. Dispositions relatives à l'égalité dans les conditions de travail à l'occasion d'un marché de travaux
5. SPASER intégrant un axe relatif à la promotion de l'égalité Femmes – Hommes dans la commande publique
6. Ressources documentaires pour aller plus loin



FICHE 11

LE CADRE JURIDIQUE EN FAVEUR DE L'ÉGALITÉ FEMMES-HOMMES

1. Éléments de définition

L'égalité des droits entre hommes et femmes

L'égalité de tous devant la loi est principe constitutionnel issu de la Déclaration des Droits de l'Homme et du Citoyen. Le Préambule de la Constitution du 27 octobre 1946 précise que « *la loi garantit à la femme, dans tous les domaines, des droits égaux à ceux de l'homme* ».

Les discriminations

La promotion de l'égalité femmes-hommes s'inscrit dans le champ de la lutte contre les discriminations, qui dispose d'une définition légale⁹² :

« **Constitue une discrimination directe** la situation dans laquelle, sur le fondement de son origine, **de son sexe**, de sa situation de famille, de sa grossesse, de son apparence physique, de la particulière vulnérabilité résultant de sa situation économique, apparente ou connue de son auteur, de son patronyme, de son lieu de résidence ou de sa domiciliation bancaire, de son état de santé, de sa perte d'autonomie, de son handicap, de ses caractéristiques génétiques, de ses mœurs, de son orientation sexuelle, **de son identité de genre**, de son âge, de ses opinions politiques, de ses activités syndicales, de sa capacité à s'exprimer dans une langue autre que le français, de son appartenance ou de sa non-appartenance, vraie ou supposée, à une ethnie, une nation, une prétendue race ou une religion déterminée, **une personne est traitée de manière moins favorable qu'une autre ne l'est, ne l'a été ou ne l'aura été dans une situation comparable.**

Constitue une discrimination indirecte une disposition, un critère ou une pratique neutre en apparence, mais susceptible d'entraîner, pour l'un des motifs mentionnés au premier alinéa, un désavantage particulier pour des personnes par rapport à d'autres personnes, à moins que cette disposition, ce critère ou cette pratique ne soit objectivement justifié par un but légitime et que les moyens pour réaliser ce but ne soient nécessaires et appropriés. »

⁹² [L'article 1^{er}](#) de la loi n° 2008-496 du 27 mai 2008, portant diverses dispositions d'adaptation au droit communautaire dans le domaine de la lutte contre les discriminations.



2. L'égalité femmes-hommes dans les politiques publiques depuis la loi de 2014

L'[article 1 de la loi n° 2014-873 du 4 août 2014 pour l'égalité réelle entre les femmes et les hommes](#) prévoit : « **L'Etat et les collectivités territoriales, ainsi que leurs établissements publics, mettent en œuvre une politique pour l'égalité entre les femmes et les hommes selon une approche intégrée. Ils veillent à l'évaluation de l'ensemble de leurs actions** ».

Dans la mesure où les objectifs stratégiques des politiques publiques économiques et financières sont notamment mis en œuvre au sein **des politiques d'achat public**, celles-ci font partie intégrante du champ de la loi cadre.

2.1 Interdictions de soumissionner aux contrats publics

L'article 16 de cette loi a renforcé les interdictions de soumissionner à la commande publique pour les entreprises qui ne respectent pas les obligations légales en matière d'égalité femmes-hommes.

L'[article L. 2141-4](#) du CCP ([L. 3123-4](#) pour les concessions) impose notamment, **à tous les acheteurs et aux autorités concédantes** d'exclure de la procédure de passation des marchés les personnes qui :

- 1. Ont été condamnées au titre de l'[article L. 1146-1](#) du code du travail (relatif à la méconnaissance des dispositions relatives à l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes) ou de l'[article 225-1](#) du code pénal (relatif aux discriminations).
- 2. « Au 31 décembre de l'année précédant celle au cours de laquelle a lieu le lancement de la procédure de passation du marché, n'ont pas mis en œuvre l'obligation de négociation prévue au 2° de l'article L. 2242-1 du code du travail ».

Ces aspects sont développés à la Fiche 12 3.1 Faire connaître les motifs d'exclusion de la commande publique relatifs à l'égalité.

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

a) Contenu du rapport

L'article 61 de cette loi, créant l'[article L.2311-1-2](#) du code général des collectivités territoriales (CGCT), a institué, pour les collectivités territoriales et les EPCI de plus de 20 000 habitants, l'obligation de produire un rapport annuel sur les ressources humaines et la politique menée en matière d'égalité entre les femmes et les hommes.

Le calendrier et le contenu de ce rapport sont déterminés par le décret n° 2015-761 du 24 juin 2015, créant l'[article D. 2311-16](#) du CGCT : « *Ce rapport comporte un bilan des actions conduites à cette fin dans la conception, la mise en œuvre et l'évaluation des politiques publiques de la commune ou du groupement. Il présente notamment le suivi de la mise en œuvre de la clause d'égalité dans les marchés publics. Il peut comporter également une analyse de la situation économique et sociale en matière d'inégalités entre les femmes et les hommes dans la commune ou le groupement, à partir d'un diagnostic fondé sur les interventions relevant de sa compétence et sur les données des bénéficiaires de ses politiques.* »



- **L'obligation de suivre les interdictions de soumissionner relatives à l'égalité dite « clause d'égalité »**

L'expression « *clause d'égalité* » dont la mise en œuvre doit être décrite dans le rapport annuel correspond aux interdictions de soumissionner relatives à l'égalité femmes-hommes ([article L. 2141-4](#) du CCP).

Le rapport annuel des collectivités doit rendre compte, dans le cadre de la description de sa politique, du suivi de ces interdictions de soumissionner.

- **La possibilité d'y joindre une analyse de l'égalité femmes-hommes dans l'accès aux clauses sociales d'insertion**

La dernière partie du rapport prévu à l'article [D. 2311-16](#) du CGCT encourage les collectivités à présenter des **analyses sur les bénéficiaires des politiques publiques** sur le plan économique et social.

En matière de commande publique, un certain nombre de collectivités développent depuis plusieurs années des clauses sociales d'insertion, contribuant ainsi au développement de politiques de lutte contre l'exclusion. Le rapport annuel en matière d'égalité peut être utilisé de manière pédagogique, pour présenter les données genrées portant sur les bénéficiaires des clauses sociales des marchés publics de la collectivité, afin de **convaincre de l'opportunité de déployer une stratégie concourant à l'objectif d'égalité**.

Ce point fait l'objet de développements spécifiques dans la Fiche 12 4. Promouvoir l'égalité à l'égard des bénéficiaires des clauses sociales d'insertion

b) Aide à la réalisation du rapport

L'[étude](#) produite en novembre 2018 par le Haut-Commissariat à l'égalité entre les femmes et les hommes, montre que « 36 % des départements et 43 % des régions indiquent présenter un suivi de la mise en œuvre de la clause égalité dans les marchés publics » dans le cadre du rapport annuel en matière d'égalité femmes - hommes.

Aussi, afin d'améliorer ce suivi, un guide pratique avait été réalisé par le service des droits des femmes et de l'égalité entre les femmes et les hommes et le centre Hubertine Auclert pour accompagner les collectivités territoriales « [Réaliser un rapport sur la situation en matière d'égalité femmes-hommes](#) »⁹³, datant de 2016. Des bonnes pratiques, outils et ressources pour rédiger le rapport sont présentés. Parmi les ressources à recenser pour ce rapport, le guide cite notamment « **le tableau de suivi des marchés publics** (pour le suivi des éventuelles interdictions de soumissionner) ».

⁹³ Guide réalisé par le service des droits des femmes et de l'égalité entre les femmes et les hommes (SFDE- rattaché à la Direction générale de la cohésion sociale (DGCS) du ministère des Solidarités et de la Santé) et le Centre Hubertine Auclert (organisme associé de la Région Ile de France, centre francilien pour l'égalité femmes-hommes). <https://www.centre-hubertine-auclert.fr/outil/realiser-un-rapport-sur-la-situation-en-matiere-d-egalite-femmes-hommes-guide-pratique-pour>



En complément, le centre Hubertine Auclert propose une grille d'auto-diagnostic⁹⁴ comportant des questions sur les données quantitatives et qualitatives, parmi lesquelles : « Est-ce qu'il existe des clauses d'insertion dans les marchés publics ? [...] Les entreprises et les associations qui répondent aux appels d'offres sont-elles interrogées sur leurs pratiques en matière d'égalité professionnelle ? – si oui, décrire ».

Ces exemples montrent que l'intérêt du rapport n'est pas de se limiter au suivi des interdictions de soumissionner (voir la Fiche 12 3.1 Contrôler les motifs d'exclusion de la commande publique relatifs à l'égalité). A l'instar des autres outils de planification, type SPASER, label etc., il est l'occasion d'ouvrir ce sujet en associant les acteurs internes (RH...), partenaires (facilitateurs...).

A titre d'illustration, le rapport du département de la Gironde, outre son engagement à faire respecter les obligations, met en avant l'intégration de l'égalité femmes-hommes dans l'objet même du marché (diagnostic et esquisse de projets de collèges afin d'identifier les « ségrégations » et améliorer la mixité des usages et des espaces⁹⁵).

3. Un cadre normatif incitatif pour la commande publique

3.1 Une impulsion européenne...

Le droit européen encourage l'acheteur à prendre en compte des considérations se rapportant à l'égalité femmes-hommes dans les marchés publics, dès lors que ces considérations se rapportent à l'objet du marché ou à ses conditions d'exécution.

Dès 2001, la Commission européenne soulignait à l'occasion d'une communication⁹⁶, que « *le pouvoir adjudicateur dispose d'un large éventail de possibilités pour déterminer des clauses contractuelles en matière sociale. A titre d'exemple [...] l'obligation de mettre en œuvre, à l'occasion de l'exécution de la prestation, des mesures destinées à promouvoir l'égalité des chances entre hommes et femmes [...]* »⁹⁷.

Cette ambition européenne a été confirmée en 2014 à l'occasion de la **directive marchés publics**⁹⁸, affirmant que : « *les conditions d'exécution du marché pourraient également viser à favoriser la mise en œuvre de mesures destinées à **promouvoir l'égalité des hommes et des femmes au travail, une plus grande participation des femmes au marché du travail et la conciliation de la vie professionnelle et de la vie privée** [...]* ».

⁹⁴ Guide complémentaire du Centre Hubertine Auclert « Planifier, conduire et évaluer », 2014.

⁹⁵ https://www.gironde.fr/sites/default/files/2021-01/CD33-Rapport%20EFH_2020.pdf

⁹⁶ [Communication interprétative de la Commission du 15.01.2001, sur le droit communautaire applicable aux marchés publics et les possibilités d'intégrer des aspects sociaux dans lesdits marchés.](#)

⁹⁷ La Commission européenne a annoncé publier un guide sur le sujet en 2022.

⁹⁸ [Directive 2014/24/UE du Parlement européen et du Conseil sur la passation des marchés publics, 26 février 2014, considérant 98](#)



Dans le cadre de la **Stratégie de l'Union européenne pour l'égalité entre les hommes et les femmes 2020-2025**⁹⁹, l'Institut européen pour l'égalité des genres (EIGE) a produit une documentation sur l'intégration des questions d'égalité des genres dans les marchés publics¹⁰⁰ en 2022.

Pour autant, les principes européens de la commande publique et le droit national du travail appellent à une certaine vigilance quant à l'utilisation de l'égalité femmes-hommes dans la commande publique.

3.2 ...intégrée en droit français

Une considération liée à lutte contre les discriminations dans les contrats publics, dont fait partie la promotion de l'égalité femmes-hommes, est possible **si elle respecte à la fois le droit de la commande publique (interdiction des considérations relatives à la politique générale de l'entreprise) et les principes du droit du travail (interdiction des discriminations à l'embauche).**

Intégration de la lutte contre les discriminations dans le code de la commande publique

En droit interne, la transposition de la directive précitée a donné lieu à la mention expresse de la possibilité dont dispose l'acheteur, de prendre en compte des **considérations relatives à la lutte contre les discriminations**. C'est ce fondement qui permet à l'acheteur de mobiliser des considérations traitant de l'égalité femmes-hommes, notamment.

La lutte contre les discriminations a fait son entrée dans le droit interne de la commande publique sous l'impulsion de la loi du 27 janvier 2017 relative à l'égalité et à la citoyenneté, modifiant l'article 38 de l'ordonnance du 23 juillet 2015 relative aux marchés publics, aujourd'hui codifié à l'[article L. 2112-2](#) du CCP.

A concilier avec le respect des principes de la commande publique et du droit du travail

- **Les acheteurs doivent s'assurer que la prise en compte de l'égalité femmes-hommes est liée à l'exécution des prestations, quelles que soient les étapes du cycle de vie concernées**

Comme rappelé dans la partie 1 « Les considérations sociales dans la commande publique », l'exigence d'un lien avec l'objet du marché (articles [L. 2112-2](#) à [L. 2112-4](#) du CCP), concerne autant les critères d'attribution, nécessaires au choix de l'offre ([article L. 2152-7](#)), que les conditions d'exécution du contrat.

La prise en compte de l'égalité femmes-hommes doit donc être limitée aux prestations qui font l'objet du marché et aux moyens humains affectés à l'exécution des prestations du marché.

→ **Elle ne doit pas porter sur la politique générale de l'entreprise.** C'est un principe européen, rappelé par la jurisprudence française¹⁰¹.

⁹⁹ Communication de la commission au parlement européen, au Conseil, au comité économique et social européen et au comité des régions – Une Union de l'égalité : stratégie en faveur de l'égalité entre les hommes et les femmes 2020-2025. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/PDF/?uri=CELEX:52020DC0152&from=FR>

¹⁰⁰ Lien de téléchargement de la documentation : https://eige.europa.eu/sites/default/files/documents/mh0821357enn_002.pdf
Ou à retrouver sur cette page : <https://eige.europa.eu/gender-mainstreaming/toolkits/grpp>

¹⁰¹ Considérant 97 et 104 de la directive 2014/24/UE du Parlement européen et du Conseil du 26 février 2014 ; CE 15 février 2013, *Société Dérichébourg polyurbaine*, n° 363921, CE 25 mai 2018 *Nantes Métropole*, req. n° 417580



→ **Ce lien avec l'objet du marché peut être apprécié de façon large et non discriminatoire.** Il peut porter sur une des étapes du cycle de vie des travaux, fournitures ou services entrant dans l'objet du marché et peut même concerner des éléments extérieurs (article L. 2112-3 du CCP).

- **Les entreprises soumises au droit français doivent traiter les femmes et les hommes de façon égale**

L'égalité de traitement entre les femmes et les hommes dans le droit du travail repose sur le respect de plusieurs principes¹⁰² :

- **interdictions des discriminations en matière d'embauche,**
- **absence de différenciation non justifiée par des éléments objectifs en matière de rémunération et de déroulement de carrière :**
 - pour les entreprises d'au moins 50 salariés, à défaut d'accord ou de plan d'action sur la **suppression des écarts de rémunération** une pénalité financière est prévue. Dans la commande publique, ce manquement constitue l'une des interdictions de soumissionner (voir 2.1 Interdictions de soumissionner aux contrats publics) ;
 - mais quelle que soit la taille de l'entreprise, l'employeur doit prendre en compte un objectif de suppression des écarts de rémunération entre les femmes et les hommes (art. L. 1142-7 du code du travail).
- **obligations vis-à-vis des représentants du personnel** (mise à disposition d'informations relatives à l'égalité professionnelle dans la base de données économiques, sociales et environnementales, négociation),
- **information des salariés et candidats à l'embauche et mise en place de mesures de prévention du harcèlement sexuel** dans l'entreprise.

L'interdiction des discriminations à l'embauche est prévue par l'article [L. 1142-1](#) du code du travail. L'utilisation de quotas, répondant à des démarches de discrimination positive, est prohibée, dès lors qu'elle n'est pas expressément prévue par une loi spéciale.

L'article [L. 1142-4](#) du code du travail précise que cette interdiction ne fait pas obstacle à l'intervention de mesures temporaires visant à établir l'égalité réelle entre les hommes et les femmes. Ces mesures résultent :

« 1° Soit de dispositions réglementaires prises dans les domaines du recrutement, de la formation, de la promotion, de l'organisation et des conditions de travail ; »

« 2° Soit de stipulations de conventions de branches étendues ou d'accords collectifs étendus ; »

« 3° Soit de l'application du plan pour l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes. »

Dans ce cadre, se focaliser sur la répartition femmes-hommes comme objectif est susceptible de conduire à des discriminations à l'embauche.

Les leviers pour intégrer l'égalité femmes-hommes dans la commande publique doivent être repensés de façon plus large avec une approche genrée au regard des contrats et objectifs portés par les politiques publiques tant au niveau national, européen, qu'international.

¹⁰² Source : [L'égalité professionnelle Femmes-Hommes](#) sur le site du ministère du travail, du plein emploi et de l'insertion



FICHE 12

PRATIQUES POUR PROMOUVOIR L'ÉGALITE 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)¹⁰³ 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 Diversité¹⁰⁴, 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.

¹⁰³ <https://certification.afnor.org/ressources-humaines/label-egalite-professionnelle-entre-les-femmes-et-les-hommes>

¹⁰⁴ <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)**¹⁰⁵ 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.).

¹⁰⁵ Pour plus d'informations, consulter la [page](#) du Ministère du travail, du plein 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 »¹⁰⁶.

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

¹⁰⁶ 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. »¹⁰⁷

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 2022 apporte des illustrations concrètes.¹⁰⁸

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.).

¹⁰⁷ 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>

¹⁰⁸ https://www.haut-conseil-egalite.gouv.fr/IMG/pdf/guide_ega_com_sans_stereotypes-2022-versionpublique-min-2.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 jouets¹⁰⁹.

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 genre¹¹⁰, 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.*¹¹¹»

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.

¹⁰⁹ [Charte pour une représentation mixte des jouets](#), 2019, Ministère de l'économie et des finances

¹¹⁰ https://www.assemblee-nationale.fr/dyn/15/rapports/ega/l15b4517_rapport-information#_Toc256000012

¹¹¹ <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 DILCRAH¹¹², 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 femmes-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 genre¹¹³ 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.

¹¹² 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.

¹¹³ [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 Lille¹¹⁴.

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.

¹¹⁴ <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 DREETS¹¹⁵ 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 ;

¹¹⁵ 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

Concernant l'interdiction de soumissionner prévue au 1° de l'article L. 2141-4 du code de la commande publique (personnes 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) :

Selon 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 –, 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, l'acheteur peut entreprendre par lui-même des vérifications approfondies. Ainsi, par exemple, comme le précise 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.

Concernant l'interdiction de soumissionner prévue au 2° de l'article L. 2141-4 du code de la commande publique (en cas d'absence de mise en œuvre de l'obligation de négociation sur l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes) :

→ **Au stade de la candidature**, une déclaration sur l'honneur suffit (transmise via le DUME, DC1, DC2...).

L'acheteur peut cependant vérifier, à tout moment de la procédure, si un accord d'entreprise relatif à l'égalité professionnelle a été publié. En effet, les entreprises concernées ont l'obligation de publier les accords ([article L. 2231-5-1 du code du travail](#)), qui sont ensuite disponibles en libre accès sur Légifrance¹¹⁶. S'il trouve l'accord relatif à l'égalité professionnelle de l'entreprise, cela confirme que l'entreprise a bien respecté son obligation. Cependant, s'il ne trouve pas l'accord, il ne pourra en tirer aucune conclusion : l'obligation portant sur l'obligation de négocier et non de parvenir à un accord, il est possible que l'entreprise ait bien respecté ses obligations de négociation sans pour autant parvenir à un accord.

→ **Au stade de l'exécution**, l'acheteur ne peut pas aller plus loin que réclamer à nouveau une déclaration sur l'honneur.

Cependant, l'acheteur pourra prévoir, dans les conditions d'exécution du marché, la possibilité de demander des justifications du respect de ses obligations relatives à l'égalité femmes-hommes, si elles sont en lien avec l'objet du marché.

¹¹⁶ <https://www.legifrance.gouv.fr/contenu/menu/droit-national-en-vigueur/accords-collectifs>



Contrevenir aux « obligations légales ou réglementaires relatives au travail, à la protection de l'environnement, à la sécurité et la santé des personnes ou à la préservation du voisinage », peut être comme l'indique l'article 41 des CCAG une faute d'une gravité suffisante susceptible, dans certains cas, de justifier la résiliation du contrat pour faute (article L2195-3 1° du code de la commande publique)

Les articles L. 3221-2 et suivants du code du travail imposent à l'employeur d'assurer pour un même travail de valeur égale, une égalité de rémunération. Un employeur doit donc attribuer les mêmes droits à ses salariés selon le principe d'égalité de traitement.

Il est recommandé dans rédaction du CCAP de se référer aux CCAG et de les compléter par un article dédié au respect de la réglementation en matière d'égalité femmes-hommes.

Exemple :

L'acheteur pourra intégrer une clause rédigée de ce type:

« Le code du travail impose, aux articles L. 3221-2 et suivants, que tout employeur assure, pour un même travail ou pour un travail de valeur égale, l'égalité de rémunération entre les femmes et les hommes. En cas de violation de cette obligation concernant le personnel affecté à l'exécution de la prestation objet du contrat, le pouvoir adjudicateur peut résilier le marché pour faute grave conformément à l'article L2195-3 1° du code de la commande publique, et ainsi mettre fin à l'exécution des prestations faisant l'objet du marché avant l'achèvement de celles-ci. »

L'effet recherché de cette clause est de sensibiliser l'entreprise attributaire du marché sur la nécessité que tous les acteurs du service public et ceux à qui ils délèguent l'exécution de prestation soient exemplaire, il peut être pertinent de maintenir un dialogue avec l'entreprise sur ce sujet dans le cadre d'une démarche collaborative de progrès.

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 »¹¹⁷ et des dispositifs de prévention encouragés par la loi de 2017 sur le devoir de vigilance¹¹⁸, 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-hommes¹¹⁹).

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 HALDE¹²⁰, 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 vestiaires¹²¹. 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**.

¹¹⁷ <https://www.economie.gouv.fr/dae/respect-des-droits-de-lhomme-au-travail-un-guide-pratique-pour-les-acheteurs-publics>

¹¹⁸ [LOI n° 2017-399 du 27 mars 2017 relative au devoir de vigilance des sociétés mères et des entreprises donneuses d'ordre /](#)

¹¹⁹ [L'achat sensible au genre | À notre sujet : Activités d'achats d'ONU Femmes | ONU Femmes \(unwomen.org\)](#)

¹²⁰ 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.

¹²¹ Délibération de la Halde n°2010-54 du 1^{er} mars 2010



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.

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 branches¹²² 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.

¹²² [La négociation collective en 2020](#), Direction Général du Travail ; Ministère du travail, du plein 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 Emploi¹²³, 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 tendance¹²⁴.

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 »).

¹²³ 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.

¹²⁴ 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 disponibles¹²⁵ 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).

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

¹²⁵ 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.



- 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).



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 PARTICULIÈRES

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 Délégué 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 Déléguée 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