

# LA DÉMARCHE DE LABELLISATION RFAR DES ACHETEURS PUBLICS



**OU COMMENT LE  
LABEL RFAR FACILITE  
LE PILOTAGE DE  
VOTRE SPASER**



# SOMMAIRE

<b>PRÉFACE</b>	<b>4</b>
<b>FICHE 1 : Présentation du Label Relations fournisseurs et achats responsables</b>	<b>5</b>
<b>FICHE 2 : Comment impulser et co-construire la démarche de labellisation ?</b>	<b>10</b>
<b>FICHE 3 : Comment « labelliser » ses marchés ?</b>	<b>16</b>
<b>FICHE 4 : Comment faire converger Label RFAR et SPASER, et réciproquement ?</b>	<b>18</b>
<b>FICHE 5 : Comment préparer et présenter les dossiers (candidature et labellisation) au Comité du Label RFAR ?</b>	<b>20</b>
<b>FICHE 6 : Les 10 règles d'or pour une démarche réussie de labellisation</b>	<b>22</b>
<b>LEXIQUE</b>	<b>23</b>
<b>MODÈLE DE PLAN D'ACTIONS</b>	<b>24</b>
<b>REMERCIEMENTS</b>	<b>25</b>

# PRÉFACE

Au-delà de son impact strictement économique, la commande publique a, au gré des réformes intervenues ces dernières années, progressivement évolué pour devenir un levier majeur dans la mise en œuvre des politiques publiques s'inscrivant dans la transition écologique et solidaire.

Un des outils de structuration de la démarche d'achat responsable pour les collectivités est le SPASER, Schéma de promotion des achats publics socialement et écologiquement responsables. A compter du 1<sup>er</sup> janvier 2023, tout acheteur public dont le volume annuel d'achats excède 50 millions d'euros (loi Climat et Résilience) doit élaborer un tel schéma qui définit les objectifs de passation des marchés publics comportant des éléments à caractères socio-environnementaux ainsi que les modalités de leur mise en œuvre et de leur suivi annuel.

Cette obligation concernera environ 300 collectivités. Qu'elle soit articulée avec la mise en œuvre d'un SPASER ou présentée comme un objectif à atteindre dans ce cadre, la démarche de labellisation RFAR et le SPASER présentent de nombreuses synergies en termes d'enjeux et de méthodes notamment :

- Faire preuve d'exemplarité à l'égard de ses fournisseurs et de l'ensemble des parties prenantes ;
- Réaliser un état des lieux de l'achat public et l'achat responsable en particulier ;
- Travailler en transversalité au sein de la collectivité ;
- Promouvoir et rendre visible la stratégie d'achat de la collectivité en interne et auprès des acteurs économiques ;
- Mettre en place un outil structurant permettant la mise en place d'un processus d'achat responsable ;
- Améliorer en continu les pratiques d'achats ;
- Accompagner la montée en compétences des acteurs économiques du territoire en matière de développement durable ;
- Accroître la confiance et la fluidité dans les relations qu'entretiennent les collectivités avec les acteurs économiques.

Les collectivités déjà labellisées en témoignent : la labellisation RFAR n'impose pas de « faire plus » mais de « faire différemment », et plus efficacement, en structurant une démarche déjà largement mise en œuvre, avec des retombées très positives dans leurs relations avec les fournisseurs et les écosystèmes.

Grâce au retour d'expérience de plusieurs collectivités et d'acteurs publics, ce guide a pour vocation de présenter de manière pragmatique les modalités de préparation et de présentation d'une candidature au Label RFAR et de rappeler quelques principes propres à la commande publique durable.

# FICHE 1

## Présentation du label RFAR

### 1. Qu'est ce que le label RFAR ?

Le Label Relations fournisseurs et achats responsables (RFAR) distingue les entreprises ou entités publiques françaises ayant fait la preuve de relations durables avec leurs fournisseurs.

Le label s'inscrit dans le prolongement de la démarche engagée depuis 2010 par le Médiateur des entreprises et le Conseil National des Achats (CNA), au travers de la création de la Charte « Relations fournisseurs et achats responsables » qui compte aujourd'hui plus de 2 200 signataires.

Premier et seul label décerné par les pouvoirs publics en la matière, il est remis pour une durée de trois ans, avec une vérification annuelle sur des critères majeurs ainsi que sur le plan d'amélioration continue et ses avancements.

Toute entreprise ou structure publique est éligible, mais doit pour cela se soumettre à une évaluation conduite par un des organismes tiers indépendants (OTI) agréés par le Médiateur des entreprises et le CNA.

La décision de candidater au Label RFAR résulte donc d'une démarche volontaire visant à faire reconnaître son engagement en faveur d'une politique d'achats responsables ainsi que sa volonté d'impulser un processus d'amélioration continue de ses pratiques.

### 2. Sur quel référentiel s'appuie le label RFAR ?

L'évaluation est menée sur la base d'un référentiel issu de la charte « Relations fournisseurs et achats responsables » et adossé à la norme ISO 20400:2017 comprenant 5 domaines (voir page 6) et 15 critères d'évaluation.

### 3. Le référentiel est-il adapté à l'achat public ?

S'agissant d'un référentiel adossé à la norme internationale ISO 20 400:2017, le Label RFAR s'adresse à la fois au secteur privé et au secteur public. Or, certains critères ou questions s'adaptent aux particularités de l'achat public.

Concernant la consolidation des filières et l'aide au déploiement international (critère 5.3), il s'agit en premier lieu de développer une gestion prévisionnelle voire une planification des achats et marchés publics en communiquant à l'avance les niveaux prévisionnels d'activité. C'est une bonne pratique recommandée par la Direction des affaires juridiques (DAJ) et habituellement appliquée par les services achats publics les plus matures.

En deuxième lieu, il s'agit de démontrer la capacité de la collectivité à soutenir les TPE, PME et ETI dans leur conquête de nouveaux marchés à l'international, ce que peut prévoir une orientation du SPASER.

Le troisième point de ce critère porte sur le renforcement de la filière. Il s'agit, au travers de la cartographie des achats, de recenser les enjeux financiers les plus conséquents (par ex: travaux et maintenance pour les collèges, lycées, restauration collective ou les transports...).

Selon ces enjeux, cette consolidation se matérialisera par des contacts réguliers avec les chambres consulaires et les organisations interprofessionnelles ou sectorielles.

Les trois points cités ci-dessus, notamment les comportements recommandés, apportent également des bénéfices à la dimension locale et territoriale de l'achat de la collectivité.

Informers les acteurs économiques locaux (incluant les TPE/PME), leur ouvrir des opportunités à l'international et les rencontrer régulièrement ne peut être qu'un bénéfice du territoire.

## Les domaines et les critères d'évaluation du label

### 1 - Engagement et gouvernance de l'organisation dans une démarche d'achats responsables

- Alignement de la politique et de la stratégie d'achat responsable de l'organisation avec les objectifs RSE fixés par la Direction
- Gestion des risques et opportunités RSE pour définir des priorités
- Prévention de la corruption

### 2 - Conditions de la qualité des relations fournisseurs

- Professionnalisation de la fonction et du processus d'achat
- Pilotage des relations fournisseurs et développement de la médiation
- Retour d'expérience, écoute active de la voix des fournisseurs

### 3 - Respect des intérêts des fournisseurs

- Équité financière vis-à-vis des fournisseurs
- Promotion de relations équilibrées
- Égalité de traitement entre les fournisseurs

### 4 - Intégration de la responsabilité sociétale dans le processus achat

- Préparation d'une stratégie de sourcing responsable
- Intégration des spécifications RSE dans le cahier des charges
- Intégration des performances RSE des fournisseurs

### 5 - Impacts des achats sur la compétitivité économique de l'écosystème

- Appréciation de l'ensemble des coûts du cycle de vie
- Contribution au développement du territoire
- Aide à la consolidation des filières et au déploiement international

## BON À SAVOIR

La liste officielle du Comité du Label RFAR figure sur le site du Médiateur des entreprises : <https://www.economie.gouv.fr/mediateur-des-entreprises> et du site : [www.rfar.fr](http://www.rfar.fr)

## Pourquoi se labelliser ?

1. Pour se mesurer aux meilleures organisations privées et publiques en matière d'achats responsables.
2. Pour sécuriser les processus par une meilleure maîtrise des risques achats responsables en s'appuyant sur le référentiel ISO 20400.
3. Pour embarquer une grande partie des directions de la collectivité autour d'un projet fédérateur transversal, mobilisateur et valorisant pour toutes les parties prenantes.
4. Pour reconnaître le niveau de professionnalisme des acheteurs.
5. Pour améliorer l'image de la collectivité et communiquer sur ses engagements en officialisant sa volonté de passer d'une simple relation client/fournisseur à une relation de partenariat.
6. Pour progresser continuellement grâce à la communauté des labellisés : on souhaite souvent faire mieux au niveau des achats responsables mais on ne sait pas toujours comment.
7. Pour l'utiliser comme outil à disposition des acheteurs dans la réalisation des objectifs du Plan national d'action pour des achats publics, durables et responsables (PNAD) 2022-2025.

## 4. Quelle est la gouvernance du label ?

Le Comité du Label RFAR est composé, à parité, de personnalités qualifiées désignées par le Médiateur des entreprises et le Conseil National des achats.

Elles sont désignées sur la base de leur expérience et de leurs compétences dans le domaine des relations clients/fournisseurs.

Le Comité du Label RFAR prend les décisions d'attribution et de renouvellement du label sur la base des rapports d'évaluation des organismes tiers experts agréés. Il peut prononcer le retrait de la décision de labellisation.

L'attribution initiale du Label RFAR fait l'objet d'un certificat délivré à l'organisation labellisée signé par le ministre de l'économie, des finances et de la souveraineté industrielle et numérique.

### Le Médiateur des entreprises

Le Médiateur des entreprises est un dispositif gouvernemental d'aide aux entreprises qui a été créé afin de rééquilibrer les relations entre clients et fournisseurs. Il s'adresse à tous les acteurs économiques, publics comme privés. Il propose un service de médiation qui peut être saisi notamment pour des différends liés à l'exécution de contrats privés ou publics. Il a également pour mission de faire évoluer positivement et durablement les comportements et les pratiques vers des achats responsables et des relations équilibrées avec les fournisseurs.

Contact : [labelrfar@finances.gouv.fr](mailto:labelrfar@finances.gouv.fr)

### Le Conseil National des Achats

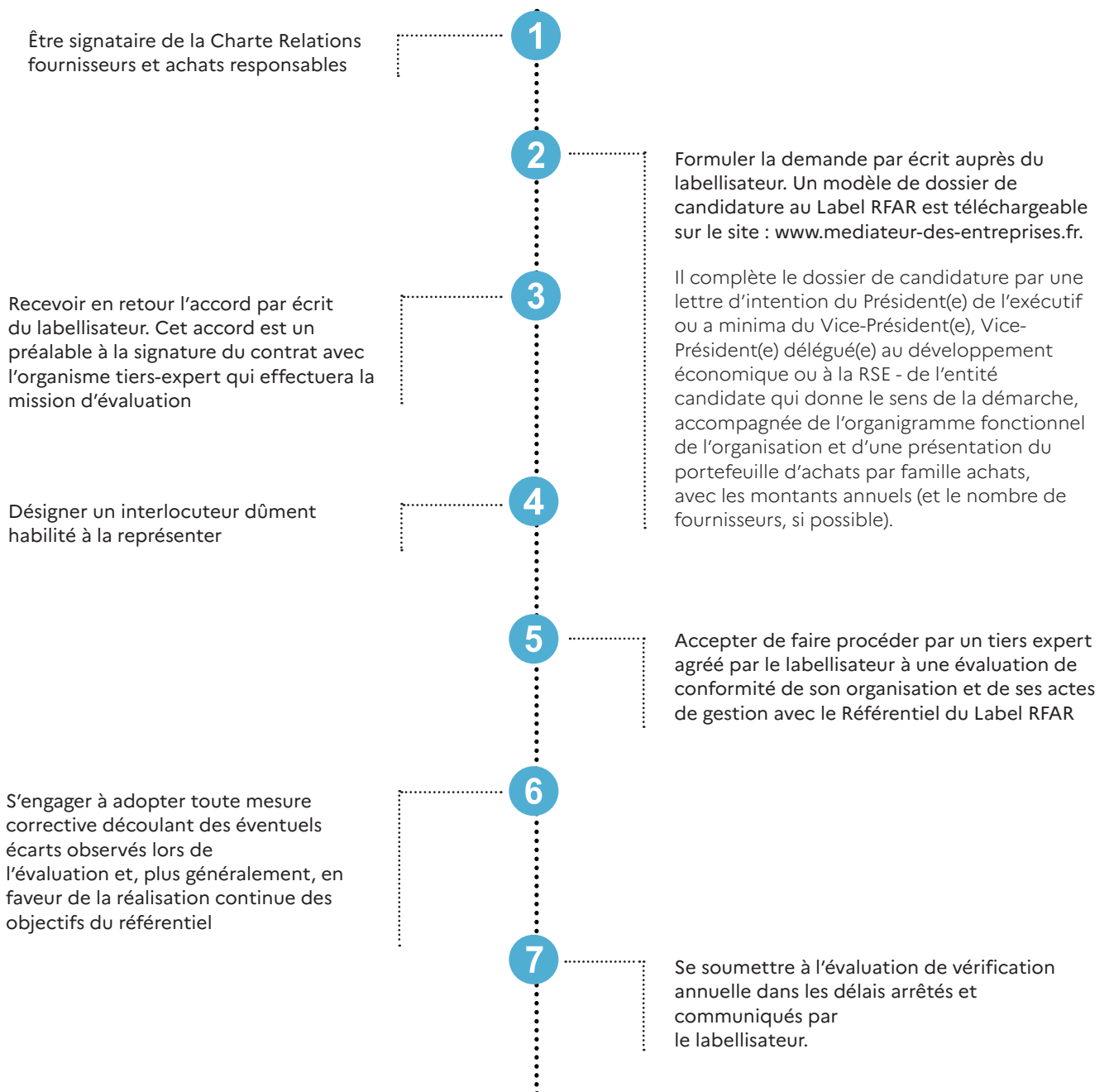
Le CNA est une association qui rassemble plus de 10 000 acheteurs et qui a pour but de promouvoir le rôle stratégique des acheteurs, de professionnaliser la fonction Achat tout en anticipant et en identifiant les évolutions du métier.

Il est par ailleurs force de proposition auprès des pouvoirs publics en ce qui concerne le fonctionnement des marchés et le progrès économique.

Contact : [nathalie.leroy@cna-asso.fr](mailto:nathalie.leroy@cna-asso.fr)

## 5. Quelles sont les conditions et les étapes ?

Afin d'être éligible au Label RFAR, toute organisation publique ou privée doit suivre le chemin et les conditions affichées dans le schéma ci-dessous :





## 6. Combien ça coûte ?

Le candidat au Label RFAR paie les coûts de l'évaluation réalisée par les évaluateurs agréés.

Rappel : Ces évaluateurs sont agréés par le Comité du label. **Aucun autre coût n'est exigé par la démarche de labellisation.**

Le Comité du label a cadré le nombre de jours et plafonné ceux-ci au regard de la taille des collectivités. Ci-dessous figure le tableau récapitulatif :

	Grandes collectivités (agglomérations, métropoles, communautés de communes, communes) dont le montant d'achat est supérieur à 200 M€ ou le périmètre d'évaluation dépasse 5 sites.	Moyennes collectivités (Métropoles, communautés de communes, communes) dont le montant d'achat est compris entre 50 et 200 M€ ou le périmètre d'évaluation dépasse 2 sites.	Collectivités (communautés de communes, communes) dont le montant d'achat est en deçà de 50 M€.
Évaluation initiale (en nb de jours maxi)	8,5	6	5
Évaluation de renouvellement (en nb de jours maxi)	7	5	4
Dont nb de jours minimum sur site	2	2	1
Mise sous revue annuelle (en nb de jours maximum années 1 et 2)	3	2,5	2
Dont nb de jours minimum sur site	1	1	1
TOTAL	(1)	(2)	(3)
Nombre de jours max sur une période de première labellisation de 3 ans	11,5	8,5	7

A raison d'un taux journalier moyen (TJM) d'un expert sur ce type de norme, il faut compter entre 800 et 1500 € HT/jour selon le Cabinet agréé.

## 7. Quelles ressources pour s'inscrire dans la démarche de labellisation ?

La réponse dépend bien évidemment du niveau de maturité à partir duquel l'organisation démarre cette démarche de labellisation.

Sur la phase amont (phase préparatoire et gestion du projet en transversal) : Selon certains labellisés, le temps de travail supplémentaire équivaut, a minima, à 1 ETP durant 12 à 18 mois avec des pics lors de l'évaluation (consolidation des données, transmission à l'évaluateur, évaluation sur site...). Le niveau d'évaluation du temps des collectifs engagés est plus délicat à mesurer.

Sur la phase de « run » (phase d'exécution du Label RFAR), le temps de travail supplémentaire semble bien moindre puisque en année 2 et 3 le temps de chefferie de projet avoisinerait les 0,2 ETP.

Il est fortement conseillé de privilégier l'internalisation dans ce type de projet compte tenu de l'importance de bien connaître les rouages administratifs et les relations entre les parties prenantes tant en interne de la structure qu'à l'extérieur avec les fournisseurs et autres partenaires institutionnels.

# FICHE 2

## Comment impulser et co-construire la démarche de labellisation ?

### 1. Sensibiliser et embarquer les élus et les équipes internes

Il s'agit en premier lieu d'informer et de convaincre les décideurs, en particulier les élus et le directeur général des services de l'intérêt de s'engager dans ce parcours de labellisation des achats responsables.

La sensibilisation de ces acteurs clés aux enjeux et aux bénéfices à long terme d'une démarche d'achats responsables est indispensable pour leur adhésion au projet. Il sera également nécessaire de les impliquer tout au long du projet en les informant sur les actions envisagées et en les associant aux phases de concertation.

Pour convaincre les élus de se lancer dans ce parcours, la démarche doit être présentée de façon simple, concrète

en insistant sur les bénéfices tangibles - par exemple la réduction du nombre d'appels d'offre infructueux - car la décision politique doit avoir du sens.

**Pour convaincre les élus voici quelques pistes :**

1. Faire porter le projet par l'un des élus (le plus concerné et le plus motivé, idéalement l' élu en charge des achats et de la commande publique), voire par le Président de l'exécutif,
2. Faire témoigner un élu (un pair) ou un autre représentant d'une collectivité comparable ayant réalisé ce type de démarche ou de projet.
3. Réaliser des actions pilotes impliquant d'abord les élus les plus motivés, pour démontrer la plus-value de ce type de pratique.
4. Travailler sur une communication adaptée aux élus qui insistent sur les retombées positives

### ZOOM SUR

#### Quelles retombées positives ?

- Avoir un projet d'avenir pour le territoire et structurer le projet de mandat, notamment en mettant en synergie achat durable et relance économique compte tenu des convergences existant entre le SPASER, la labellisation et France relance (qui doit notamment permettre de prendre le virage de la transition écologique).
- Donner une image responsable et innovante du territoire et de ses élus (répondre aux aspirations des citoyens en matière de dépense publique et donc de marchés et d'achats durables avec impact positif répondant ainsi aux enjeux climatiques, concrétiser les démarches d'insertion sociale par l'activité économique, accompagner le développement des entreprises et du territoire,...).
- Structurer l'action des services grâce à un projet fédérateur (renforcer la cohésion des équipes et structurer les services). Insister auprès de l' élu sur les leviers inhérents & au Label RFAR permettant de repenser la gouvernance de l'achat public et de transformer les pratiques d'achat. Il s'agira également de mettre en avant le travail des équipes et services.
- Optimiser les coûts globaux (lutte contre le gaspillage, raisonnement en coût global, économie circulaire...).
- Respecter et anticiper la réglementation en matière d'achat durable.

**Conseil 1**

Il est important de rédiger une lettre de mission pour le chef de projet afin de fixer des objectifs, des moyens et des échéanciers clairs pour chacun.

Une lettre de mission s'élabore avec soin et doit être suffisamment précise pour ne pas prêter à interprétation.

Elle sera signée par le Président, un Vice-Président, le DGS ou le DGA.

**Conseil 2**

Si pas déjà établi dans le cadre du SPASER existant, pensez à indiquer dans la lettre de mission la désignation par chaque direction ou grand service de la collectivité, d'un référent RSE/DD – et idéalement qui vous serait rattaché fonctionnellement dans le cadre du projet de labellisation et pendant la durée d'exécution du Label RFAR. Un levier puissant pour faciliter l'animation de l'équipe projet. Vous pouvez également vous appuyer sur les réseaux professionnels internes déjà existants en matière d'achats au sein de la collectivité, le cas échéant.

**Conseil 3**

Pour aller plus loin, annexez à la lettre de mission une petite fiche du profil « référent DD/RSE » que vous recherchez afin d'orienter le décideur vers le bon profil.

## 2. Constituer l'équipe projet

Après approbation du ou des décideurs (DGS, élus...), une équipe projet devra être constituée. Généralement, cette équipe réunit un ou plusieurs agents des services achats et une équipe pluridisciplinaire concernée par le projet.

## 3. Identifier les acteurs clés de la transformation des pratiques d'achat

S'engager dans une démarche de labellisation va impliquer une conduite du changement notamment en interne portant sur l'adaptation de l'organisation afin qu'elle réponde aux attentes de transparence et d'écoute de l'écosystème.

A ce titre, l'une des priorités va porter sur les conditions d'une écoute active des fournisseurs. Certaines actions sont souvent largement mises en œuvre par les collectivités, par exemple en matière de sourcing, d'informations des fournisseurs sur la programmation des achats ou de suivi de la qualité d'exécution des marchés.

Le plan d'action qui sera mis en place dès l'étape de la Charte RFAR (cf. étape 5) permettra alors simplement de les valoriser ou de mieux les structurer. C'est pourquoi le plan d'action du parcours achat responsable impose de désigner au sein des équipes trois acteurs particuliers, qui sont les interlocuteurs privilégiés des fournisseurs :

- Pour les signataires de la Charte RFAR, **le pilote de la charte** est responsable de l'animation et de la

communication de la charte en interne et auprès des fournisseurs. Ce pilote est généralement identifié dans la « sphère achat » mais peut aussi relever de la direction RSE et/ou de la qualité, selon les organisations.

- **Le correspondant PME** pouvant être sollicité par les fournisseurs pour leur ouvrir les contacts au sein de leur organisation. Il est généralement identifié dans la sphère achat ».
- **Le médiateur « relations fournisseurs »** dont la mission est de faciliter et de promouvoir le dialogue, de prévenir et de purger les éventuelles difficultés rencontrées avec les fournisseurs. Idéalement, ce profil doit être identifié en dehors de la fonction achat et positionné à haut niveau (médiateur de la collectivité, directeur RSE/Qualité, DGA...). Ce médiateur « relations fournisseurs » interne est le correspondant privilégié du Médiateur des entreprises, lorsqu'un différend dont il est saisi concerne la collectivité labellisée.

Selon la taille de sa structure, la collectivité est évidemment libre de confier les rôles de « Pilote de la charte » et de « correspondant PME » à une seule et même personne.

La désignation de chaque acteur doit être mûrement réfléchi afin de s'assurer du bon profil de l'agent, que lui-même soit conscient de ses responsabilités et qu'il soit connu et reconnu en interne et auprès des fournisseurs.

Chacun de ces profils peut être sensibilisé voire mieux, être formé soit par le labellisateur (ex : journée dédiée aux pilotes de charte ou correspondant PME), soit auprès du Centre National de la Fonction Publique Territoriale (CNFPT), soit auprès d'autres organismes de formation.

## BON À SAVOIR

### Les correspondants

#### Conseil 1 :

La désignation de ces correspondants doit faire l'objet d'une note ou lettre de mission du DGS ou de l'élu responsable du projet afin de mandater et positionner officiellement les agents concernés, compris vis-à-vis des fournisseurs. Privilégier autant que possible l'appel à volontaires car on sous-estime trop souvent l'intérêt et l'implication des agents dans ce type de projet.

#### Conseil 2 :

Si vous souhaitez comparer l'organigramme de votre organisation à une autre déjà labellisée afin d'identifier plus facilement les bons profils, rapprochez-vous de la Médiation des entreprises : [labelrfar@finances.gouv.fr](mailto:labelrfar@finances.gouv.fr)

## 4. Réaliser de manière partagée une autoévaluation du niveau de maturité en matière d'achats responsables

Les labellisateurs mettent à disposition un questionnaire d'autodiagnostic d'une trentaine de questions dédié à mesurer le niveau de maturité de l'organisation en matière d'achats responsables : [www.mediateur-des-entreprises.fr](http://www.mediateur-des-entreprises.fr) (onglet Chartes et label)

En principe, la réponse à ce questionnaire est coordonnée par le service ou la direction des achats, en contact direct avec les fournisseurs. Ils détiennent un certain nombre d'informations essentielles. Pour autant, certains éléments de réponse peuvent être disséminés dans différents services de la collectivité.

Tout l'intérêt de cet exercice porte sur le décloisonnement qu'il implique entre services et directions qui n'ont pas toujours, selon la taille et les ressources des collectivités, des relations étroites.

La réalisation de l'autodiagnostic suppose des échanges avec le service comptabilité/financier, contrôle de gestion, certains prescripteurs (Environnement - Urbanisme - Développement Durable, Eau et Assainissement,...), service informatique,...

La réalisation de cette autoévaluation est par conséquent un premier outil mobilisateur et fédérateur. Les réponses à ce questionnaire peuvent être ensuite partagées avec le labellisateur, en toute confidentialité, afin d'échanger sur les points forts et les axes d'amélioration à développer en vue d'une labellisation.

## 5. Signer la Charte «Relations fournisseurs et achats responsables»

Les étapes de validation des décideurs, désignation de l'équipe en charge de faire vivre les engagements de la collectivité et complétude du questionnaire d'autoévaluation étant réalisées, il s'agit à présent de signer les 10 engagements de la charte, prémices des principaux critères du Label RFAR.

Cette signature peut être engagée de deux manières :

- Soit par la signature de l'élu référent ou du DGS et le renvoi de la charte signée à la Médiation des entreprises conduisant à l'officialisation de la signature de la Charte RFAR.
- Soit au travers d'une cérémonie de signature réunissant toutes les parties prenantes concernées (équipe interne, fournisseurs, voire citoyens) avec le témoignage du Médiateur des entreprises. Ce type d'événement est l'occasion de communiquer très largement sur le lancement officiel de ce parcours.

Le nom de la collectivité signataire figurera publiquement sur la liste officielle publiée chaque fin de mois sur le site du Médiateur des entreprises.

## 6. Établir un plan d'action

Sur la base des résultats et du constat du questionnaire, un plan d'actions sera élaboré par l'équipe projet. Il s'agit dans un premier temps d'identifier les actions majeures à entreprendre à court terme et d'en fixer les priorités.

L'équipe projet peut s'appuyer sur un plan d'actions normalisé (cf. modèle en annexe) par les labellisateurs qui sera utilisé lors de l'analyse du dossier de labellisation par le Comité du Label RFAR.

## BON À SAVOIR

### Le plan d'actions

#### Conseil 1 :

Il ne s'agit pas d'être exhaustif mais de concentrer ses efforts sur des éléments majeurs du référentiel (par exemple : la gouvernance, la stratégie de sourcing responsable, les délais et retards de paiement, la voix des fournisseurs ou encore la cartographie des risques et opportunités parfois négligée).

On mesure trop souvent les risques et plus rarement les opportunités. Or, celles-ci sont des leviers intéressants de transformation et de motivation des équipes. Quelques exemples d'opportunités ou de créations de valeurs : meilleure allocation des ressources en favorisant l'innovation sociale ou environnementale, amélioration de l'efficacité énergétique, réduction du turn-over, raisonnement en économie de fonctionnalité...

#### Conseil 2 :

Veiller à fixer un indicateur de suivi qualitatif et/ou quantitatif par action majeure.

Par exemple :

- \* Pour les délais de paiement : % de litiges factures en valeur et en nombre
- \* Pour la performance RSE des fournisseurs : nombre de marché recourant à des dispositions sociales, environnementales ou économiques (accès des PME)
- \* Pour la stratégie de sourcing : nombre de dossiers traités selon l'analyse en cycle de vie lors de la définition de la stratégie
- \* Pour la voix des fournisseurs : avoir un retour des questionnaires sur un échantillon significatif de fournisseurs, partager les résultats, co-construire un plan d'amélioration continue et rendre compte des avancées aux fournisseurs.

## 7. Candidater officiellement auprès des labellisateurs

Une fois le premier plan d'actions élaboré, la phase de candidature peut formellement débuter (cf. également Fiche 5. Point 1). Il s'agit ici d'officialiser auprès des labellisateurs l'engagement d'aller vers le label. Pour se faire, la collectivité candidate renseigne le dossier de candidature figurant sur le site du Médiateur (onglet Chartes et label/Label RFAR/Les ressources)

L'organisation remet à la Médiation des entreprises le dossier de candidature qui comprend les documents suivants :

- une lettre de couverture du Président (de l'exécutif) de la collectivité motivant son intérêt à candidater,
- l'acte de candidature,
- toute pièce annexe apportant des précisions sur la candidature (périmètre précisant a minima le budget de la collectivité, les entités candidates au label, le CA achats annuel mandaté et engagé, le nombre de personnes de l'entité).

Ces éléments seront adressés à [labelrfar@finances.gouv.fr](mailto:labelrfar@finances.gouv.fr) en veillant à recevoir au plus tard sous 48h un accusé de réception.

## FOCUS

Ce n'est que lorsque les labellisateurs actent la candidature que l'organisation peut prendre attache auprès des évaluateurs agréés pour une évaluation officielle au label.

## 8. Établir et mettre en place une gouvernance de pilotage

Comme tout projet de transformation ou de conduite de changement, la phase de pilotage est nécessaire et impérative. La gouvernance de pilotage doit s'adapter en fonction du niveau d'avancement dans la démarche de labellisation.

Dans un premier temps, seul un pilotage très opérationnel (via un « Comité du Label RFAR ») visant à remplir les conditions du référentiel du label sera prioritaire.

Dans un second temps, à partir de la labellisation de l'organisation, un pilotage politique sera constitué et le Comité du Label RFAR pourra se transformer en Comité « achats responsables » regroupant à la fois le suivi des actions du SPASER et du label, par exemple.

## BON À SAVOIR

Dans tous les cas où un SPASER est en cours de déploiement ou déjà en place, l'organisation sur laquelle il s'appuie pour sa formalisation et son suivi peut être utilement mobilisée.

### Phase de préparation à la labellisation

**Constitution d'un Comité du Label :** Le succès de l'élaboration et de la mise en œuvre du label ne peut être que collectif. Il passe par sa nécessaire appropriation par l'ensemble des acteurs de l'achat public, ainsi que par un dialogue continu permettant de réinterroger les pratiques et l'atteinte des objectifs fixés.

Pour ce faire, un Comité du Label RFAR sera constitué autour d'un élu et associera l'ensemble des parties prenantes concernées par le référentiel du label. Son rôle est de suivre l'avancement du processus de labellisation par le respect du référentiel Label RFAR. Il se tiendra autant de fois que nécessaire.

Le Comité s'appuiera sur des ateliers spécifiques afin de traiter le référentiel de manière plus rapide et efficace.

**Constitution d'ateliers :** L'appropriation du référentiel du label reste, au premier abord, assez complexe.

En effet, les 5 grands domaines thématiques conjugués aux 15 critères et aux nombreux principes d'actions entraînent une lecture d'ensemble peu aisée pour des collaborateurs ne naviguant pas au quotidien dans l'univers des achats.

Aussi, l'une des meilleures pratiques consiste à décomposer ce référentiel en thématique ou en critères cohérents par rapport à l'organisation candidate et conduisant ainsi les référents Développement Durable ou RSE – que vous aurez préalablement demandé de désigner dans la lettre de mission - à mieux s'approprier le référentiel.

## FOCUS

- La direction des finances peut prendre en charge un atelier relatif aux respects des intérêts des fournisseurs sur la partie « équité financière ».
- Le service juridique, un atelier sur la formalisation des critères 3.2 relatif à la promotion de relations équilibrées et critères 4 la valorisation des clauses et critères sociaux et environnementaux dans les marchés
- La direction dédiée au développement économique peut prendre en charge l'atelier sur la compétitivité du territoire.

Ces groupes de travail sont primordiaux pour fédérer les équipes, mobiliser l'intelligence collective et structurer les actions à venir.

## BON À SAVOIR

Généralement plusieurs critères ou principes d'actions concernent évidemment les mêmes agents. La multiplication des groupes de travail peut être non seulement inefficace mais aussi démotivante. La création des groupes de travail et la constitution des équipes doivent donc être mûrement réfléchies.

### L'évaluation à blanc

Lorsque les réponses au référentiel sont globalement renseignées et documentées, il est pertinent de recourir en interne (service d'audit) ou en externe (cabinet spécialisé en RSE) à une évaluation à blanc du label afin d'identifier les points d'amélioration ou de s'assurer de la bonne articulation avec le référentiel du label.

## BON À SAVOIR

C'est le moment opportun pour confronter son bilan avec un labellisé pour conforter ses travaux. Prendre l'attache du Médiateur des entreprises pour obtenir les coordonnées d'un(e) confrère/consœur.

A noter que l'évaluateur dans cette phase « à blanc », s'il figure comme évaluateur agréé, ne pourra être retenu comme évaluateur final, déontologie oblige. D'ailleurs les attendus de l'un et de l'autre sont très différents. L'évaluateur final a vocation à évaluer, l'évaluateur à blanc à vocation à conseiller, orienter et faire progresser en vue de la préparation à l'évaluation finale.

### La vie du Label RFAR

**Le pilotage politique :** Si un pilotage politique existe déjà pour le suivi de grands projets transverses ou pour le SPASER, il est évidemment opportun de lui confier la mission de valider annuellement les actions réalisées et à venir du Label RFAR.

Sinon, il peut s'agir d'une structure ad hoc.

Il prendra la forme d'un Comité présidé par le Président ou Vice-Président et réunira les Vices Présidents concernés ou leurs adjoints (attractivité territoriale, Développement économique / territorial, valorisation patrimoine

environnemental, l'Insertion, Délégué à l'ESS, à la Transition Énergétique, le Président de la Commission d'Appel d'Offre..).

Ce Comité se réunit une à deux fois par an. À haut niveau, il a pour rôle de valider annuellement à la fois les actions réalisées et à venir du label et/ou du SPASER.

**Le pilotage technique :** À la suite de l'étape de labellisation, le Comité du Label RFAR peut se transformer en Comité de pilotage « achats responsables », a fortiori s'il est aussi en charge du SPASER.

Cette instance peut être composée de la Direction Général des Services, du Service achat, de la Direction de l'Environnement / DD, de la Direction de l'inclusion et de l'insertion, de la Direction du développement économique / territorial, etc. D'autres partenaires pourront également être associés ponctuellement au comité de pilotage.

Ce comité a pour rôle de suivre l'exécution du label, en particulier l'instruction de son évaluation annuelle. Il peut se réunir de manière trimestrielle.

## 9. Communiquer, oui mais bien !

Comme tout projet ou de conduite de changement, la communication de l'avancement du projet est centrale pour mobiliser les élus et les agents. L'implication du service communication dès le lancement de la démarche de labellisation (sensibilisation des élus) et son appui tout au long du projet sont une des clés de la réussite de la labellisation.

## 10. Présenter son dossier de labellisation au Comité

Voir fiche 5

### BON À SAVOIR

Il est conseillé d'organiser la communication interne et externe en trois étapes :

- Annoncer la démarche,
- Expliquer pour donner du sens à la labellisation sur 4 niveaux : celui de l'agent public, du citoyen de l'élu et des acteurs économiques,
- Valoriser le travail réalisé.

# FICHE 3

## Comment labelliser ses marchés ?

Les critères du référentiel du Label RFAR comportent plusieurs références spécifiques aux conditions dans lesquelles les collectivités sont amenées à passer concrètement leurs marchés.

Il s'agit en particulier des critères suivants :

- Intégration des spécifications RSE dans le cahier des charges
- Intégration des performances RSE des fournisseurs
- Appréciation de l'ensemble des coûts du cycle de vie

### 1. Des points de vigilance dans la mise en œuvre du référentiel :

Ces critères du Label RFAR sont naturellement à apprécier dans le respect de la réglementation des marchés publics, en particulier :

- Le lien nécessaire entre les considérations sociales ou environnementales dans les critères d'attribution des marchés, les spécifications techniques ou les conditions d'exécution avec l'objet des marchés,
- Les principes fondamentaux de liberté d'accès et d'égalité de traitement des entreprises, qui impliquent notamment de ne pas créer de barrières à l'entrée discriminantes du fait des exigences posées dans les clauses des marchés.

A ce titre, la labellisation RFAR permet d'établir une stratégie progressive pour accompagner la montée en compétences des acteurs économiques du territoire en matière de développement durable.

### 2. Des opportunités pour valoriser les acquis, progresser et anticiper les nouvelles étapes vers un achat public plus durable :

La loi Climat et Résilience du 22 août 2021 renforce les objectifs en matière de commande publique durable en fixant des étapes de mise en œuvre. Lors de son adoption, la labellisation RFAR des acheteurs publics a été évoquée comme un outil utile de réalisation des objectifs de cette

loi. Ces dispositions ont fait l'objet du décret d'application du 2 mai 2022.

En pratique, les acheteurs publics et particulièrement les collectivités pratiquent déjà « l'achat durable », qui incite à travailler en « mode projet ». La labellisation RFAR offre l'opportunité de valoriser les acquis, de progresser, et, éventuellement, d'anticiper les échéances :

- Dans les modalités de définition des besoins : Les labellisés peuvent valoriser leur démarche, de façon générale, dans les règlements de consultation.
- Dans les conditions d'exécution des marchés : Les acheteurs intègrent déjà des considérations relatives à l'environnement, à l'économie, à l'innovation, au domaine social, à l'emploi ou à la lutte contre les discriminations, sous réserve d'un lien avec l'objet des marchés.

En 2026, la prise en compte de l'environnement sera obligatoire pour tous les marchés. De même, sauf exceptions, en particulier pour les marchés de travaux inférieurs à 6 mois, la prise en compte de considérations relatives au domaine social ou à l'emploi sera obligatoire pour les marchés formalisés (supérieurs aux seuils européens de publicité et mise en concurrence).

Dans les critères d'attribution du marché, les acheteurs peuvent déjà retenir une pluralité de critères incluant le prix ou le coût complet ; mais aussi la qualité, par exemple les performances en matière d'insertion professionnelle des publics en difficulté qui concourent à l'exécution du marché, la réduction des émissions de GES des véhicules utilisés dans le cadre du marché, la valorisation et recyclage des déchets issus de l'exécution du marché, l'innovation en matière de procédés, produits et matériaux respectueux de l'environnement (ex : certains matériaux et produits biosourcés...) utilisés pour l'exécution du marché.

Il est important que ces critères environnementaux ou sociaux soient pondérés de façon proportionnés, conformément au niveau de qualité attendu. De même, l'encouragement des variantes permet d'accéder à des solutions plus performantes, qui n'ont pas nécessairement été envisagées au départ.



En 2026, les acheteurs auront l'obligation de retenir au moins un critère d'attribution prenant en compte les caractéristiques environnementales de l'offre. En pratique, cette évolution interdit le recours au critère unique du prix. Ainsi, si l'acheteur fait le choix de ne retenir qu'un seul critère de sélection, seul le critère unique du coût global intégrant nécessairement des considérations environnementales pourra désormais être retenu.

Il est recommandé de retenir le coût du cycle de vie, dans une démarche d'amélioration progressive.

A ce titre, le Label RFAR prévoit la mise en œuvre d'une appréciation de l'ensemble des coûts du cycle de vie. Cette méthode vise à établir une mise en concurrence plus objective. Le coût de l'offre est en effet composé de l'ensemble des éléments: le prix d'achat, les coûts d'acquisition et de fin de vie, les coûts/bénéfices des risques/opportunités, les coûts des externalités environnementales/sociales, les externalités non monétisables.

On peut également rappeler que les acheteurs de l'Etat, des collectivités territoriales et de leurs groupements doivent désormais acquérir des biens issus du réemploi ou de la réutilisation, ou comportant des matières recyclées, dans des proportions fixées entre 20 et 100 % selon le type de produit (fournitures de bureau, articles textiles, appareils électroniques, etc...).

Cette obligation, issue de l'article 58 de la loi anti-gaspillage pour une économie circulaire, s'inscrit dans l'objectif général de faire de la commande publique un levier de l'économie circulaire, de contribuer à la prévention des déchets ainsi qu'à la préservation de l'environnement. Elle doit également constituer une source d'économie pour les acheteurs.

### 3. Un suivi facilité avec l'enrichissement des SPASER :

Dès 2023, les SPASER doivent comporter des indicateurs précis exprimés en nombre de contrats ou en valeur, sur les taux réels d'achats publics relevant des catégories de l'achat socialement ou écologiquement responsable parmi les marchés passés par l'acheteur concerné.

Pour chaque catégorie, notamment les achats réalisés auprès des entreprises solidaires d'utilité sociale ou des entreprises employant des personnes défavorisées ou appartenant à des groupes vulnérables, l'acheteur doit préciser des objectifs cibles à atteindre.

Le suivi de ces indicateurs et des progrès réalisés sera naturellement facilité, en cohérence avec le plan d'actions du label.

### 4. Des ressources pratiques adaptées aux besoins des collectivités :

Une diversité d'outils est à la disposition des acheteurs sur les aspects économiques, sociaux, environnementaux des marchés publics.

Les collectivités peuvent utilement privilégier la Plateforme d'échanges RAPIDD et les réseaux régionaux d'acheteurs. Les réseaux régionaux de la commande publique durable diffuseront en juin 2022, une mise à jour du kit initialement développé par l'ADEME qui permettra de connaître, en application des textes en vigueur, les principaux indicateurs de suivi possibles, constituant autant d'objectifs à suivre, à dépasser et à intégrer dans les RC, CCAP et CCTP .

## BON À SAVOIR

**Prenez appui sur les CCAG 2021, ils prévoient des clauses adaptées au référentiel du Label RFAR, en particulier :**

#### – Les clauses environnementales

Une clause générale : définition des obligations environnementales du titulaire dans l'exécution du marché dans les documents particuliers du marché. Ces obligations doivent être vérifiables selon des méthodes objectives, et faire l'objet d'un contrôle effectif.

Des obligations spécifiques en matière de transport, d'emballage et de gestion des déchets.

#### – Une clause d'insertion sociale détaillée peut être activée par l'acheteur dans les documents particuliers du marché.

Cette clause permet d'harmoniser les pratiques et de simplifier la rédaction des marchés puisqu'elle définit précisément le public éligible à l'action d'insertion, les modalités de mise en œuvre de la clause (exemple : volume horaire d'insertion) et les pénalités en cas de non-respect des obligations.

Les documents particuliers des marchés (CCAP, CCTP) pourront en définir les modalités précises.

# FICHE 4

## Comment faire converger Label RFAR et SPASER, et réciproquement ?

### 1 L'exemplarité à l'égard de ses fournisseurs et de l'ensemble des parties prenantes :

À compter du 1er janvier 2023, toutes les collectivités dont les achats dépassent les 50 M€ HT seront soumises à l'obligation d'adopter un SPASER. Ces collectivités doivent donc anticiper et s'inscrire dans cette démarche vertueuse.

Le Label RFAR démontre de son côté aux fournisseurs le devoir d'exemplarité du labellisé vis-à-vis d'eux.

La collectivité affiche ainsi clairement son devoir d'exemplarité tant auprès des fournisseurs que des agents voire des citoyens.

### 2 Réaliser un état des lieux de l'achat public et de l'achat responsable en particulier :

Un diagnostic objectif sur les pratiques d'achat est une première démarche indispensable à la mise en place de ces deux outils.

C'est la première étape d'une prise de conscience des enjeux et des opportunités de l'achat public.

Les deux diagnostics amèneront à des plans d'actions dont une majorité de lignes d'actions seront communes et complémentaires.

### 3 Travailler en transversalité au sein de la collectivité :

S'engager dans ces deux outils est propice à la transversalité des échanges car ces travaux impliquent de nombreux services d'une collectivité. Deux exemples :

- Sur l'équité financière, les achats seront en lien avec la direction financière ou trésorerie ;
- Sur l'ancrage territorial, les achats seront en lien avec la direction du développement économique...

### 4 Promouvoir et rendre visible la stratégie d'achat de la collectivité en interne et auprès des acteurs économiques :

Mettre en avant auprès des entreprises locales les attentes liées aux achats et aux sujets RSE permet de les préparer au mieux, en anticipant et en s'adaptant aux exigences de la collectivité (possibilité de se grouper, d'apporter de l'expertise, de recruter, de se doter de nouveaux matériels...). Informer les agents des exigences de la collectivité auprès des acteurs économiques permet d'affirmer les principes fondamentaux de la commande publique (égalité de traitement des candidats, transparence des procédures et liberté d'accès à la commande publique) et d'afficher des valeurs liées au développement durable (équité, égalité, solidarité...).

## 5 Mettre en place un outil structurant permettant la mise en place d'un processus d'achat responsable :

Les deux outils conduisent à revoir le processus d'achat y compris celui menant au paiement.

Cela passe par la mise en place d'indicateurs de suivi également communs et qui peuvent être pilotés par une même instance (Comité de pilotage).

## 6 Améliorer en continu les pratiques d'achats :

La mise en place du SPASER et du label entraîne généralement une remise en cause des pratiques d'achat qui conduit à la montée en compétence de la fonction achat et à sa reconnaissance.

## 7 Accompagner la montée en compétences des acteurs économiques du territoire en matière de développement durable :

La collectivité porte la responsabilité de pouvoir soutenir et accompagner les acteurs économiques locaux. Il s'agit de faire des achats responsables un levier de la relance économique, dont la transition écologique est le premier pilier.

Le SPASER, expression de la politique d'achat, et le Label RFAR, garant d'une relation partenariale de qualité avec les acteurs économiques, en sont des outils essentiels.

### FOCUS

- Le SPASER peut constituer la colonne vertébrale politique qui alimentera bon nombre de critères du Label RFAR et lui fournira, s'il a été construit autour de chantiers mesurables, une réalité et dimension opérationnelle, essentielle à la mesure de performance par les auditeurs et le comité d'attribution. Il permet un rendu compte politique aux assemblées, des débats, un budget alloué à l'action, et un vote en début, milieu et fin de projet.
- La labellisation RFAR n'impose pas de «faire plus» mais de «faire différemment», et plus efficacement. Il s'agit avant tout d'une culture à semer, où l'on pense autrement. Elle nécessite d'emmener un collectif composé d'élus et d'agents sur une nouvelle manière de dépenser les deniers publics en prenant en compte l'exigence RSE. C'est la culture de «l'impact positif de la dépense publique» sur notre écosystème social, économique et environnemental.
- Les deux outils promeuvent un modèle économique vertueux sur la base d'outils solides, fiables et partagés.
- La mise en place d'indicateurs de suivi notamment en lien avec le PNAD, apportent un pilotage dynamique et motivant pour l'ensemble des parties prenantes.

### BON À SAVOIR

- Prévoir a minima de recenser les marchés qui comportent une considération sociale et environnementale, conformément aux obligations de recensement de l'achat public.
- Les SPASER pourront être mis à disposition sur la plateforme Rapidd, et devront être publiés sur les sites des collectivités.

# FICHE 5

## Comment préparer et présenter les dossiers (candidature et labellisation) au Comité du Label RFAR ?

### Les prérequis

1. Avoir signé la Charte « Relations fournisseurs et achats responsables »,
2. Avoir renseigné le questionnaire d'autodiagnostic du label et mesuré son niveau de maturité en matière d'achats responsables,
3. Avoir établi son plan d'actions.

### 1. Le dossier de candidature au Label RFAR

Lorsque la collectivité considère son niveau de maturité suffisamment probant, elle soumet sa candidature aux labellisateurs (Médiation des entreprises et CNA) au travers d'un dossier de candidature.

Elle renseigne le dossier de candidature - disponible sur le site du Médiateur des entreprises/onglet Label Relations fournisseurs et achats responsables - et l'adresse à la Médiation des entreprises (labelrfar@finances.gouv.fr).

La Médiation des entreprises analyse et soumet le dossier au Comité du Label RFAR. Celui-ci acte la candidature et peut le cas échéant demander des précisions (périmètre, calendrier...).

La Médiation des entreprises transmet au candidat son accord. Le candidat est alors libre de solliciter les évaluateurs agréés.

### BON À SAVOIR

Veillez à recevoir à cette étape, par les labellisateurs, le modèle du plan d'actions ainsi que la méthodologie de calcul des délais de paiement qui seront nécessaire à votre dossier d'évaluation.

### 2. Le choix de l'évaluateur

L'organisation candidate met en concurrence les évaluateurs agréés. A noter que les labellisateurs ont plafonné le nombre de jours maximum des évaluations selon la taille de l'organisation (cf. fiche 1). Ces éléments figurent sur le site [www.mediateur-des-entreprises.fr](http://www.mediateur-des-entreprises.fr)

Quelle que soit la taille de la structure, il s'agira d'un marché dit de « faible montant ».

### BON À SAVOIR

- Veiller dans votre consultation à bien vous assurer du bon niveau de compétence de l'évaluateur sur les particularités de la commande publique. Pour vous en assurer, une audition est recommandée.

- Se référer à la fiche 1 sur la question du coût lié à l'évaluation.

### 3. La qualité des documents remis.

À la remise du rapport d'évaluation par l'évaluateur, la collectivité veillera à la cohérence des éléments car elle validera le contenu et en sera responsable vis-à-vis du Comité du Label RFAR.

Les points d'attention portent sur :

- **Le périmètre de labellisation (ensemble des achats ou non, organisation associée ou non...)**
- **La bonne version du référentiel (à ce jour novembre 2020)**
- **La fiche d'identité de l'organisation (montant des achats, les effectifs, organigramme achat et positionnement par rapport à l'entité).**

#### 4. L'envoi du dossier aux labellisateurs

Après validation interne du rapport d'évaluation, la collectivité adresse à la Médiation des entreprises - via l'adresse générique suivante : [labelrfar@finances.gouv.fr](mailto:labelrfar@finances.gouv.fr) – le dossier de labellisation qui comprend les documents ci-dessous :

- **La lettre de couverture du Président de la collectivité (a minima le DGS)**
- **Le rapport d'évaluation**
- **Le plan d'actions**
- **Toutes autres annexes précisant des éléments du rapport (organigramme, contexte particulier) mais de manière synthétique au risque qu'ils ne soient pas pris en compte par le Comité**

#### 5. Décision du Comité du Label RFAR

Sous huitaine au maximum, la collectivité aura connaissance de la décision du Comité du Label RFAR. 4 cas de figure peuvent se présenter :

- **Une labellisation immédiate sans remarque ni réserve ;**
- **Une demande de soutenance pour préciser ou compléter certains éléments « sensibles » ou « essentiels » par la voix d'un décideur, représentant de la collectivité candidate ;**
- **Une demande de précisions par courriel ;**
- **Une labellisation sous réserve d'éléments à apporter ou à modifier. Ce n'est qu'une fois la réserve levée que la collectivité peut se prévaloir d'être labellisée.**

À la confirmation de la labellisation, la collectivité reçoit de manière transitoire une attestation de nouveau labellisé dans l'attente de l'attestation « officielle » remise à l'occasion d'un comité de pilotage « achats responsables » semestriel - réunissant l'ensemble de la communauté des chartés et labellisés.

#### 6. Communication sur l'attribution du Label RFAR

Dès l'officialisation de l'attribution du label, la collectivité est en mesure de communiquer largement sur divers vecteurs de communication.

Elle prendra la précaution d'informer la Médiation des entreprises afin de relayer l'information sur son site web et ses comptes réseaux sociaux (Twitter et LinkedIn). Une communication en direction des médias nationaux et régionaux est également possible via la diffusion d'un communiqué de presse.

# FICHE 6

## 10 règles d'or pour une démarche de labellisation réussie

**1** S'adosser sur les valeurs, la culture de l'organisation pour s'engager sur le projet de labellisation.

**2** Exploiter toutes les synergies possibles entre le Label RFAR et un SPASER existant ou à venir.

**3** S'assurer d'un soutien au plus haut niveau politique et du Codir DGS/DGA.

**4** Constituer une gouvernance de pilotage à deux niveaux (politique et technique).

**5** Communiquer le plus tôt possible et tout au long du projet auprès des parties prenantes internes et externes.

**6** Disposer d'une « équipe dédiée » au projet de labellisation (mise en place d'une équipe projet).

**7** Mesurer, encourager et piloter continuellement.

**8** Accepter de progresser à son rythme et de manière collaborative.

**9** Partager avec son écosystème fournisseurs les bénéfices mutuels de la démarche de labellisation.

**10** S'appuyer sur la communauté des chartés et labellisés tant côté secteur public que privé.

# LEXIQUE

## Achats responsables :

Un achat responsable se dit d'un achat de biens ou de services auprès d'un fournisseur ou d'un prestataire sélectionné pour minimiser les impacts environnementaux et sociétaux, et favoriser les bonnes pratiques en termes d'éthique et de droits humains. Source AFNOR

## Coût global :

Ensemble des dépenses engagées par l'utilisateur d'un bien durable tout au long de sa vie depuis son acquisition. Il recouvre le coût d'achat, le coût de maintenance et le coût de destruction éventuel de ce produit. Il sert de plus en plus souvent comme critère de choix d'investissement. C'est une méthode de gestion prévisionnelle des coûts et non une méthode de réduction des coûts.

L'analyse en coût global, s'appuyant sur la norme ISO 15686-5, est un outil facilitant la traduction économique de l'efficacité environnementale et énergétique.

## ESS :

Economie Sociale et Solidaire

Le concept d'économie sociale et solidaire (ESS) désigne un ensemble d'entreprises organisées sous forme de coopératives, mutuelles, associations, ou fondations, dont le fonctionnement interne et les activités sont fondés sur un principe de solidarité et d'utilité sociale.

Ces entreprises adoptent des modes de gestion démocratiques et participatifs. Elles encadrent strictement l'utilisation des bénéfices qu'elles réalisent : le profit individuel est proscrit et les résultats sont réinvestis.

Leurs ressources financières sont généralement en partie publiques.

Elles bénéficient d'un cadre juridique renforcé par la loi n° 2014-856 du 31 juillet 2014 modifiée relative à l'économie sociale et solidaire (Source : [www.economie.gouv.fr](http://www.economie.gouv.fr))

## Évaluation :

Démarche entreprise par l'évaluateur agréé. Elle consiste à mesurer le niveau de maturité achats responsables sur la base du référentiel ISO 20400. Elle permet de comparer les résultats à ce référentiel.

L'évaluation est réalisée chaque année et de manière poussée lors du renouvellement du Label RFAR.

## ISO 20400 :

ISO 20400:2017 fournit aux organisations, quelle qu'en soit la taille ou l'activité, des lignes directrices pour intégrer la responsabilité sociétale dans leur processus achats, comme décrit dans l'ISO 26000. Elle est destinée aux parties prenantes impliquées dans ou impactées par les décisions et processus achats.

## Organismes tiers indépendants (OTI)

Il s'agit ici des évaluateurs agréés par le labellisateur dont la liste figure sur le site du médiateur des entreprises et du site [www.rfar.fr](http://www.rfar.fr). Ils ont été retenus sur la base de leur compétence, indépendance et impartialité pour la réalisation de mission d'évaluation selon le cahier des charges remis par le labellisateur.

## RFAR :

Acronyme de « Relations Fournisseurs et Achats Responsables ».

## SPASER :

Le schéma de promotion des achats publics socialement et écologiquement responsables.

Ce schéma détermine les objectifs de la politique achat et de passation de marchés publics comportant des éléments à caractère social, visant à concourir à l'intégration sociale et professionnelle de travailleurs handicapés, ou défavorisés, et des éléments à caractère écologique ainsi que les modalités de mise en œuvre et de suivi annuel de ces objectifs.

Ce schéma contribue également à la promotion d'une économie circulaire.

Créé par la loi du 31 juillet 2014, le Schéma de Promotion des Achats publics Socialement Responsable (SPASER) vise à déterminer les objectifs favorisant l'intégration sociale et la transition écologique dans les achats. Ce schéma a récemment été renforcé par la loi Climat et résilience du 22 août 2021 et son décret d'application pour devenir un document de référence, qui ne fixe pas de simples orientations générales mais détermine des indicateurs d'évaluation et des outils de suivi pour veiller à sa bonne mise en œuvre.

# ANNEXE

## Modèle de plan d'actions

L'élaboration d'un plan d'actions permet de faire le bilan des actions déjà mises en place et d'évaluer les efforts qui restent à accomplir. En attribuant des délais prévisionnels aux actions futures, des responsabilités individuelles, il permet de fixer des priorités, et des indicateurs à suivre pour s'engager plus en profondeur pour des achats responsables.

Ce modèle de plan d'actions sera requis lors du dossier de labellisation.

DOMAINE ET CRITÈRE DU RÉFÉRENTIEL RFAR	PRINCIPES D'ACTIONS DU RÉFÉRENTIEL RFAR	NIVEAU D'ASSURANCE	ACTIONS À MENER	PRIORITÉ	RESPONSABLE PILOTE DÉSIGNÉ	6 MOIS	1 AN	3 ANS	INDICATEUR DE MESURE ET OBJECTIF FIXÉ	BILAN FAIT PAR L'ORGANISATION À DATE + COMMENTAIRES	OBSERVATIONS & APPRÉCIATIONS DE L'ÉVALUATEUR À DATE
EQUITÉ FINANCIÈRE	OPTIMISER LES TEMPS DE TRAITEMENT DE FACTURES		MISE À DISPOSITION D'UN PORTAIL EXTERNE POUR LA GESTION DES DONNÉES FOURNISSEURS : PARTAGE DE L'INFORMATION ET POSSIBILITÉS DE MISE À JOUR PAR LE FOURNISSEUR	1	M OU MME X		X		GO LIVE DU PORTAIL	PREMIÈRE VERSION PILOT SOUMISE. TEST EN COURS	
INTÉGRATION DES SPÉCIFICATION RSE DANS LE CAHIER DES CHARGES	ÉVALUER LA CONFORMITÉ DE SA CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT AUX CRITÈRES DE PERFORMANCE RSE		DÉPLOYER L'ENQUÊTE RSE SUR TOUS LES GRANDS COMPTES	1	M OU MME Y	X			ENREGISTREMENT DES ENQUÊTES COMPLÉTÉES	LANCEMENT DANS 1 MOIS	



# REMERCIEMENTS

## Les contributeurs du vademecum

Le Médiateur des entreprises et le CNA remercient tous les acteurs publics qui ont participé au groupe de travail sur l'identification des synergies entre la labellisation RFAR et le SPASER. Ces travaux menés sur plusieurs mois, regroupant services de l'Etat, collectivités et établissements publics, ont permis d'identifier les enjeux de la commande publique et présenter les avantages d'une candidature au Label RFAR.

Association des Acheteurs Publics

Intercommunalités de France

Commissariat Général au Développement  
Durable  
Ministère de la Transition Ecologique et de la  
Cohésion des Territoires

Région Centre-Val de Loire

Direction des Affaires Juridiques  
Ministère de l'Economie, des Finances et de la  
Souveraineté Industrielle et Numérique

Toulouse Métropole

Direction des achats de l'Etat  
Ministère de l'Economie, des Finances et de la  
Souveraineté Industrielle et Numérique

UGAP

Département de la Gironde

Ville et Eurométropole de Strasbourg





Le Médiateur des entreprises  
98-102 rue de Richelieu - 75002 PARIS  
Octobre 2022

