

Schéma de promotion des achats publics socialement et écologiquement responsables de Météo-France 2025-2027

Table des matières

PROPOS LIMINAIRES	3
I. PREAMBULE.....	3
II. GENESE DES SPASER	4
III. METHODE D’ADOPTION DU SPASER	5
IV. GOUVERNANCE ET SUIVI DU SPASER.....	5
DEVELOPPEMENTS	7
I. AXE TRANSVERSAL	7
OBJECTIF N°1 : ASSURER LA COMPREHENSION, L’APPROPRIATION, LA MAITRISE DU CONTEXTE REGLEMENTAIRE ET DES OUTILS POUR RENFORCER LA MATURITE DES PRATIQUES ACHATS DURABLES ET RESPONSABLES.	7
<i>Action n°1.1 : Former et transférer des compétences</i>	<i>8</i>
<i>Action n°1.2 : Promouvoir et diffuser les outils existants</i>	<i>9</i>
<i>Action n°1.3 : Essaimer et valoriser les bonnes pratiques</i>	<i>10</i>
II. AXE SOCIAL.....	13
OBJECTIF N°S1 : RENDRE LES MARCHES PUBLICS PLUS ACCESSIBLES AU SECTEUR DE L’ESS.....	14
<i>Action n°S1.1 : Développer les relations avec les acteurs de l’ESS.....</i>	<i>14</i>
<i>Action n°S1.2 : Réserver des marchés aux entreprises de l’ESS</i>	<i>15</i>
OBJECTIF N°S2 : CONCOURIR A L’INSERTION DE PERSONNES RENCONTRANT DES DIFFICULTES SOCIALES OU PROFESSIONNELLES ...	15
<i>Action n°S2.1 : Développer le réflexe de recours aux facilitateurs des clauses sociales</i>	<i>16</i>
OBJECTIF N°S3 : AGIR EN FAVEUR DE LA PROMOTION DE L’EGALITE ET DE LA DIVERSITE	17
<i>Action n°S3.1 : Favoriser la prise en compte des enjeux d’égalité entre les femmes et les hommes dans les marchés publics.....</i>	<i>17</i>
III. AXE ENVIRONNEMENTAL	20
OBJECTIF N°E1 : RENFORCER L’INTEGRATION DE L’ECONOMIE CIRCULAIRE AU SEIN DES PRATIQUES ACHATS.....	20
<i>Action n°E1.1 : Encourager le réemploi, la réutilisation, le recyclage pour prolonger la durée de vie des équipements.....</i>	<i>21</i>
<i>Action n°E1.2 : Tendre vers une réduction de la consommation des ressources et leur préservation.....</i>	<i>22</i>
OBJECTIF N°E2 : MOBILISER LA POLITIQUE DES ACHATS POUR REDUIRE L’EMPREINTE CARBONE DE L’ETABLISSEMENT	23
<i>Action n°E2.1 : Attaquer les segments à fort enjeux en matière d’émissions de gaz à effet de serre</i>	<i>23</i>
<i>Action n°E2.2 : Favoriser la sobriété énergétique des achats.....</i>	<i>24</i>

PROPOS LIMINAIRES

I. Préambule

Météo-France contribue, par ses informations et son expertise, à la sécurité des personnes et des biens, à la simulation du changement climatique et à l'adaptation à ses effets. L'action en faveur du développement durable est ainsi inscrite dans les missions fondamentales de l'établissement.

Des objectifs ambitieux sont portés pour traduire cette dimension de son action, dans son fonctionnement quotidien. Au-delà de son champ d'activité, l'établissement a souhaité s'inscrire dans une démarche responsable déterminée en matière sociale et environnementale. L'axe stratégique n° 5 de son contrat d'objectifs et de performance (COP) pour la période 2022-2026, qui consiste à « mener une politique RSE ambitieuse en particulier en matière de qualité de vie au travail et d'écoresponsabilité », traduit cet engagement. Cet axe stratégique est décliné en plusieurs objectifs dont l'un d'entre eux, l'objectif n° 20, consiste à « être un établissement exemplaire en matière de réduction de ses émissions de GES, et plus généralement de ses impacts environnementaux, liés en particulier aux bâtiments et transports ».

Météo-France a défini sa politique écoresponsable dans un plan pluriannuel 2021-2025, qui précise ses ambitions, les objectifs, les actions ainsi que les études à mener durant cette période, et en 2024 sa stratégie RSE 2024-2026. L'établissement s'est notamment engagé à réduire de 20 % ses émissions de gaz à effet de serre en 2026 par rapport à 2019.

L'achat public constitue un puissant outil de transformation écologique et sociale. Les achats représentent environ 80 millions d'euros TTC chaque année à Météo-France. En 2023, les achats métiers, dont ceux liés au réseau opérationnel d'observation, au supercalculateur, et à la diffusion de l'information météorologique, ont représenté 48 % de ce montant. Les autres principaux postes d'achats sont les achats informatiques et télécoms, pour 20 %, et l'immobilier, à hauteur de 17 %.

En termes d'émissions de gaz à effet de serre (GES), les achats de Météo-France ont représenté près de la moitié des émissions totales de l'établissement en 2023 (périmètre tenant compte des émissions directes et indirectes de Météo-France hors usage de ses services), soit 18 000 tonnes de CO₂eq et justifient une stratégie de réduction des émissions de GES des achats de l'établissement. Affiner la part des achats dans le bilan carbone de l'établissement et contribuer à sa diminution requièrent notamment en amont une amélioration constante de la mesure de l'empreinte carbone des achats.

L'établissement a inscrit depuis plusieurs années la recherche de performance environnementale et sociale dans les objectifs de sa politique des achats, mais les résultats doivent encore progresser.

Le présent schéma de promotion des achats publics socialement et écologiquement responsables (SPASER), établi conformément à l'article L. 2111-3 du code de la commande publique dans sa rédaction issue de la loi n° 2023-973 du 23 octobre 2023 relative à l'industrie verte, est une opportunité pour insuffler une nouvelle dynamique en faveur d'une action publique durable au sein de Météo-France.

Il fixe les orientations stratégiques de la politique d'achat responsable de Météo France pour la période 2025-2027, en cohérence avec le cadre législatif et réglementaire existant, les plans gouvernementaux en vigueur et, en particulier, les orientations de la planification écologique, la stratégie nationale bas carbone (SNBC), le 3e plan national d'adaptation au changement climatique, la stratégie nationale biodiversité et différents plans sectoriels en matière de transition écologique ou de politiques sociales.

Ce SPASER vise à orienter l'action de tous les acteurs de la chaîne achat :

- Des services acheteurs en charge de la préparation et de la passation des marchés,
- Des services prescripteurs qui expriment les besoins opérationnels
- Des services impliqués dans l'utilisation ou le suivi d'exécution des marchés
- Des utilisateurs de supports contractuels,
- Des acteurs de la chaîne de la dépense de l'État au titre de l'exécution financière des contrats.

S'il permet de valoriser l'action menée par les acteurs de la chaîne achat, le SPASER veut aussi marquer une nouvelle étape de renforcement du pilotage et du suivi des considérations environnementales et sociales mobilisées par Météo France au travers de ses marchés.

Il intègre des actions de contrôle des engagements pris par les fournisseurs et de mesure de leur impact. Il comprend un important volet social qui vise à renforcer les actions d'insertion associées aux marchés mais aussi à diversifier les enjeux sociaux pris en compte dans les procédures d'achat. Enfin, il vise l'élaboration d'une politique d'achat bas carbone sur les segments d'achat à fort enjeu de réduction des émissions de gaz à effet de serre et le renforcement de la démarche d'économie circulaire, de sobriété dans l'utilisation des ressources et de préservation de la biodiversité.

II. Genèse des SPASER

En 2014, l'**Economie sociale et solidaire (ESS)** est pour la première fois définie juridiquement au travers de la loi du 31 juillet 2014. Son article 13 crée les premiers schémas de promotion des achats socialement responsables. En 2015, la loi relative à la transition énergétique pour la croissance verte complète les exigences sociales avec un versant écologique.

Entre 2015 et 2021, le législateur poursuit l'engagement en faveur d'une économie responsable au travers de deux textes majeurs :

- La loi **EGALIM** a été adoptée en 2018 pour « l'équilibre des relations commerciales dans le secteur agricole et alimentaire et une alimentation saine, durable et accessible à tous. » Elle est venue fixer des objectifs à atteindre en matière d'achat de denrées alimentaires. Complétée en 2021 afin de protéger la rémunération des agriculteurs, elle a connu une nouvelle progression en 2023 pour renforcer l'équilibre dans les relations commerciales entre fournisseurs et distributeurs. Une quatrième évolution est en discussion ;
- La loi **AGEC** « anti-gaspillage pour une économie circulaire » du 10 février 2020, entend accélérer le changement de modèle de production et de consommation afin de limiter les déchets et préserver les ressources naturelles, la biodiversité et le climat. Elle se décline en cinq grands axes : sortir du plastique jetable, mieux informer les consommateurs, lutter contre le gaspillage pour le réemploi solidaire, agir contre l'obsolescence programmée, et mieux produire. Elle impose désormais aux acheteurs l'intégration d'une part de produits issus du recyclage, du réemploi ou de la réutilisation dans leurs achats.

Le 22 août 2021, la loi dite **Climat et résilience** accroît l'importance des SPASER : elle renforce les obligations en matière de publicité et impose qu'ils fassent l'objet d'un suivi précis avec des indicateurs. Ces derniers doivent permettre de mesurer la part des achats qui répondent aux objectifs sociaux et environnementaux fixés. L'article L. 2111-3 du code de la commande publique en précise les modalités.

Pour accompagner le déploiement des avancées de la loi Climat et résilience, un Plan National pour les Achats Durables (PNAD) est élaboré entre l'Etat, les représentants des collectivités territoriales, des réseaux d'acheteurs et des partenaires privés sous le pilotage du Commissariat Général au Développement Durable (CGDD.) Il s'agit là d'aider à l'intégration des dimensions environnementales et sociales dans tous les contrats de la commande publique d'ici août 2026.

Enfin, la loi du 23 octobre 2023 relative à l'**industrie verte** élargi le champ des assujettis à l'obligation d'élaborer un SPASER : désormais, tous les acheteurs soumis au code de la commande publique, dont le volume d'achat dépasse les 50 millions d'euros annuels, sont soumis à cette obligation.

L'assiette de calcul permettant de déterminer le déclenchement de l'obligation est basée sur le montant total des dépenses effectuées par année civile. Il s'agit là des dépenses effectuées dans le cadre des achats publics, quel que soit leur date de conclusion, leur procédure ou leur objet. En conséquence, **les dépenses effectuées dès le 1^{er} euro entrent dans le champ d'application du SPASER.**

Il est donc attendu des acheteurs qu'ils adoptent un schéma de promotion des achats publics socialement et écologiquement responsables, en application de l'article L2111-3 du Code de la Commande publique. Le SPASER y est ainsi défini :

*« [le] schéma détermine les objectifs de politique d'achat de biens et de services 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** visant notamment à réduire les émissions de gaz à effet de serre et la consommation d'énergie, d'eau et de matériaux ainsi que les modalités de mise en œuvre et de suivi annuel de ces objectifs. Ce schéma contribue également à la promotion de la durabilité des produits, de la sobriété numérique et d'une économie circulaire.*

*[Le] schéma comporte des indicateurs précis, exprimés en nombre de contrats ou en valeur et publiés tous les deux ans, sur les taux réels d'achats publics relevant des catégories de l'achat socialement et écologiquement responsable parmi les achats publics réalisés par la collectivité ou l'acheteur concerné. Il **précise les objectifs cibles à atteindre pour chacune de ces catégories**, notamment ceux relatifs aux achats réalisés auprès des entreprises solidaires d'utilité sociale agréées au sens de l'article L. 3332-17-1 du code du travail, d'une part, ou auprès des entreprises employant des personnes défavorisées ou appartenant à des groupes vulnérables, d'autre part »*

III. Méthode d'adoption du SPASER

Le SPASER a fait l'objet d'une présentation et d'une adoption en Conseil d'Administration lors de la séance du 10 octobre 2025.

IV. Gouvernance et suivi du SPASER

Le suivi du SPASER est coordonné par la Directrice des Achats Publics, en coopération avec les acheteurs et l'ensemble services prescripteurs, en vue d'accroître significativement l'achat de produits, travaux et services socialement et écologiquement responsables.

L'objectif de cette gouvernance est de renforcer l'appui de la direction des achats publics (DAP), qui :

- Accompanera de manière proactive les services prescripteurs dès la définition des besoins pour accompagner la transformation et aller encore plus loin dans la logique d'économie circulaire.
- Agira comme centre de ressources auprès de l'ensemble des directions prescriptrices, offrant accompagnement personnalisé, mise à disposition de documents types et services de conseils pour soutenir la mise en œuvre d'achats socialement et écologiquement responsables.
- Valorisera l'ensembles des actions menées en faveur de l'achat socialement et écologiquement responsable, en lien avec la direction de la communication.

Le suivi de la mise en œuvre du SPASER sera effectué mensuellement au sein du Secrétariat général et fera l'objet d'un point a minima une fois par an au sein du Comité de Direction Général (CDG) dans son format élargi afin de favoriser l'implication de l'ensemble des directions y compris outre-mer. Ces formats permettront de s'assurer à la fois d'une appropriation collective des enjeux et d'un suivi régulier des indicateurs.

Un bilan sera réalisé annuellement et présenté au Conseil d'Administration de Météo France, à l'occasion de la présentation du Bilan des Achats Publics.

Les indicateurs seront publiés chaque année sur le site internet de l'établissement.

DEVELOPPEMENTS

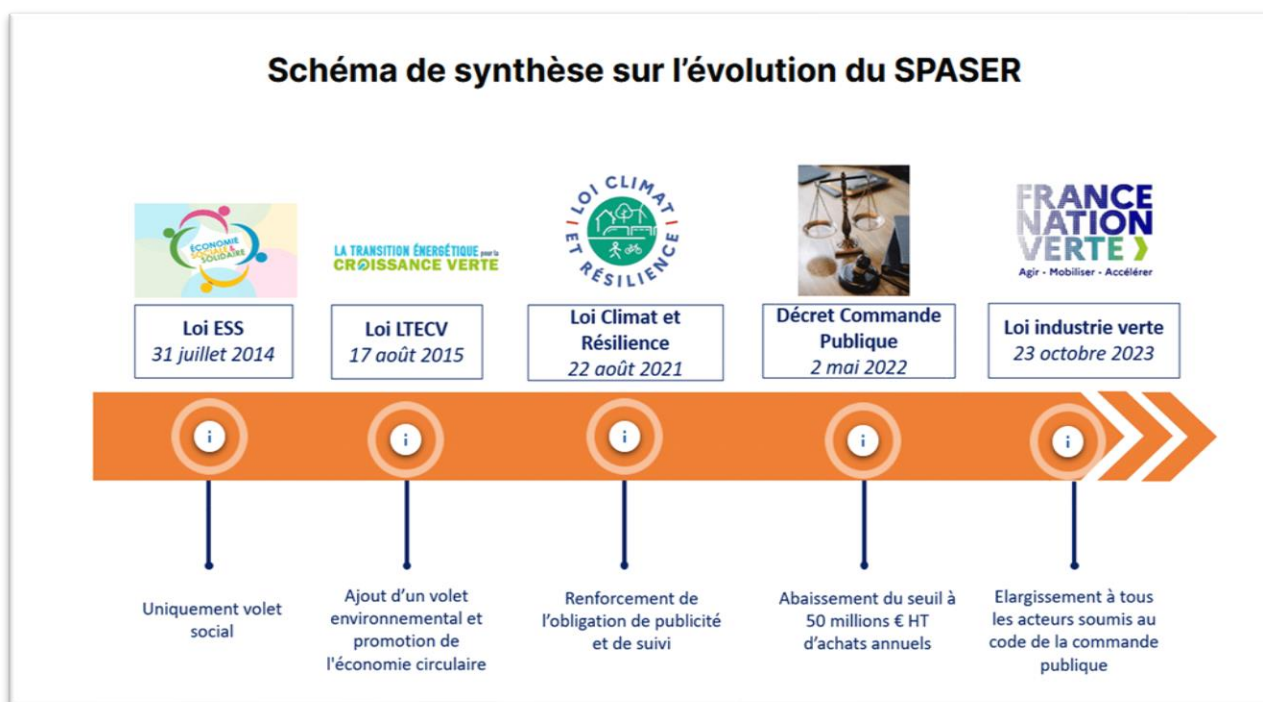
I. AXE TRANSVERSAL

Objectif n°1 : Assurer la compréhension, l'appropriation, la maîtrise du contexte réglementaire et des outils pour renforcer la maturité des pratiques achats durables et responsables.

Afin de garantir une mise en œuvre pertinente du SPASER dans son ensemble, et ainsi, de renforcer la maturité des pratiques achats durables et responsables, il est opportun de s'assurer de la compréhension, l'appropriation et la maîtrise du contexte réglementaire et des outils disponibles. C'est à cette condition que la DAP pourra agir pleinement comme Centre de Ressources et essayer les bonnes pratiques achats. Cet axe transversal à trait tant à la dimension sociale qu'environnementale.

Rappel :

Comme nous l'avons vu en propos liminaires, le corpus législatif et réglementaire de l'achat durable et responsable est particulièrement dense, et en constante évolution.



Enjeux :

Pour créer les conditions d'une culture achat responsable et solidaire, il est fondamental de se donner les moyens de s'approprier le contexte réglementaire et d'intégrer les bonnes pratiques comme autant de réflexes du quotidien. Ainsi, cet axe repose sur la formation des acteurs de l'achat public et sur la promotion et la diffusion d'outils adaptés, la communication active et le partage des expériences.

Actions identifiées et modalités de mise en œuvre :

Action n°1.1 : Former et transférer des compétences

Formation ACIM / DAE : Météo France a adhéré à l'Accord-Cadre interministériel de formation et certifications achats, créé pour permettre aux acheteurs « d'acquérir un haut niveau de compétences. » Deux de ces certifications « achats responsables » sont directement en lien avec le SPASER.

Par cet intermédiaire, il sera possible de garantir une base solide de travail et ainsi permettre aux acheteurs une montée en maturité régulière. Cette action de formation certifiante des agents de la DAP, représente un coût de 10 360€TTC pour le niveau 1 et un coût identique pour le niveau 2. Ils seront ainsi globalement mieux armés pour accompagner les prescripteurs dans la juste définition des besoins.

- ⇒ Action : Formation
- ⇒ Cible : Tous Acheteurs DAP
- ⇒ Délai : 2 ans
- ⇒ Porteur : Directrice des Achats en lien avec le CSP Formation

MOOC Achats durables : Dans le cadre du Plan national des achats durables, le ministère de la Transition écologique, de l'Énergie, du Climat et de la Prévention des risques met à disposition des acheteurs publics et privés une formation en ligne sous forme d'un MOOC gratuit, dédié aux achats durables. Cette formation, d'une durée de 8 heures, est accessible librement sur la plateforme OpenClassrooms. Son objectif est de permettre aux acheteurs de maîtriser les enjeux des achats durables et d'intégrer cette démarche responsable dans une stratégie d'achat. Il s'agit ici, d'inciter l'ensemble des acheteurs et prescripteurs à suivre ce MOOC pour garantir l'appropriation collective des enjeux.

- ⇒ Action : Formation
- ⇒ Cible : Acheteurs, prescripteurs, donneurs d'ordres
- ⇒ Porteur : Directrice des Achats et Responsables de départements

Transferts de compétences internes : Par l'intermédiaire de ces actions de formation, des référents achats durables pourront être identifiés au sein de la DAP. Ils seront chargés d'appuyer les stratégies « achats durables » au sens large mais également de réaliser des transferts de compétences à destination des prescripteurs, avec l'objectif que chaque direction prescriptrice « principale » puisse également disposer d'au moins 1 référent « achats durables. »

- ⇒ Action : Transfert de compétences
- ⇒ Cible : Prescripteurs, donneurs d'ordres
- ⇒ Porteur : Acheteurs référents

Indicateurs :

Indicateur de performance	Performance attendue	Cible temporelle	Porteur
Taux d'acheteurs DAP formés aux achats RSE niveaux 1 et 2	100%	24 mois	DAP-DRH
Taux de prescripteurs achat ayant suivi le MOOC	25%	12 mois	DAP + Prescripteur

Action n°1.2 : Promouvoir et diffuser les outils existants

Dès à présent, il est possible d'identifier un certain nombre d'outils et ressources disponibles gratuitement pour renforcer la connaissance, favoriser la compréhension et garantir la mise en œuvre des bonnes pratiques achats RSE.

Outils	Description	Cible
La Clause Verte	Outil numérique en ligne, permettant d'intégrer des exigences environnementales dans les marchés publics en fonction de leur objet.	Acheteurs
Les clausiers sectoriels de la DAE	Pour faciliter l'intégration des enjeux environnementaux dans les marchés de l'Etat, la direction des achats de l'Etat a créé une collection de fiches outils qui proposent des exemples de clauses et de critères à utiliser par les acheteurs.	Acheteurs
La REF	Outil de référencement juridique sur la commande publique durable, permettant de connaître les obligations juridiques en matière d'achat public durable applicables à sa typologie de structure. Très facile d'accès, il suffit juste d'inscrire son type de structure et son projet d'achat, pour avoir un aperçu instantané sur l'ensemble des obligations afférentes.	Acheteurs Prescripteurs
Le Guichet Vert	Conseil environnemental de premier niveau accessible à tous les acheteurs soumis au Code de la commande publique, dont le siège ou un établissement est situé dans le périmètre géographique d'un réseau régional ayant activé un guichet vert. Il s'agit du RES'OC pour l'Occitanie, MAXIMILIEN pour l'Île de France.	Acheteurs
Le Marché de l'Inclusion	Service numérique visant à aider les acheteurs publics et privés à acheter plus facilement auprès de structures qui luttent activement contre l'exclusion sociale. Cette place de marché met en relation : l'offre des entreprises inclusives avec les demandes des acheteurs.	Acheteurs Prescripteurs
Carteco	Plateforme interactive qui référence toutes les structures de l'économie sociale et solidaire (ESS) engagées dans la transition écologique, sur l'ensemble du territoire métropolitain et ultramarin.	Acheteurs Prescripteurs
Plateforme RAPIDD	Le Réseau d'Appui aux Projets Innovants pour le Développement Durable, est une plateforme qui fournit des ressources, des outils et des conseils pour faciliter la mise en œuvre de pratiques d'achats durables	Acheteurs Prescripteurs
Portail des Achats durables	Ce portail a pour objectif de faciliter l'accès des acheteurs publics comme privés aux ressources nécessaires permettant d'appréhender les enjeux liés aux achats durables en vue d'un passage à l'action.	Acheteurs
APProch	Portail permettant aux entreprises d'identifier les projets d'achats des services de l'État et de leurs établissements publics, des établissements hospitaliers et des collectivités territoriales afin d'anticiper les marchés à venir dans leurs domaines d'activité.	Acheteurs

La Direction des Achats Publics de Météo France, produit régulièrement un certain nombre de documents types, et guides, destinés à faciliter le travail des acheteurs et à fluidifier ses interactions avec les prescripteurs. Les ressources sont accessibles depuis l'intranet, rubrique « offre de services. »

Il s'agit là de renforcer ce levier, de créer et maintenir une boîte à outils interne indiquant les ressources pouvant être activées selon la nature du besoin.

- ⇒ Action : Création d'une boîte à outils
- ⇒ Cible : Acheteurs, prescripteurs
- ⇒ Délai : 12 mois
- ⇒ Porteur : Directrice des Achats et Département Performance Outils et Mutualisation (POM)

Indicateurs :

Indicateur de performance	Performance attendue	Cible temporelle	Porteur
Création et mise à jour d'une boîte à outils (BO)	1	12 mois	DAP

Action n°1.3 : Essaimer et valoriser les bonnes pratiques

Label RFAR : Afin d'inciter le plus d'entreprises et d'administrations possibles à s'engager dans une politique d'achats responsables, à l'appui de relations équilibrées avec les fournisseurs, il est essentiel que ces dernières puissent s'inspirer de bonnes pratiques et de parcours réussis. Le label « Relations Fournisseurs et Achats Responsables » (RFAR), porté par la Médiation des entreprises et le Conseil national des achats, en est un exemple fort. Le label Relations fournisseurs et achats responsables contribue à l'action 12 du Plan national pour des achats durables 2022-2025, qui vise à valoriser les entreprises et administrations qui s'engagent formellement dans une stratégie d'achats responsables. Basé sur la norme internationale ISO 20400 « achats responsables » et le respect des engagements de la Charte Relations fournisseur et achats responsables, ce label récompense les acteurs qui font le choix d'exercer pleinement leur responsabilité économique et sociétale.

Engager une démarche de labellisation de Météo France en vue de son obtention prochaine, sera on ne peut plus structurant et valorisant tant en interne qu'en externe.

- ⇒ Action : Engager une démarche de labellisation RFAR
- ⇒ Cible : Tous
- ⇒ Délai : 6 mois
- ⇒ Porteur : Direction des Achats Publics, avec le soutien de la direction de la Qualité

Les trophées... Les « Trophées » s'inscrivent pleinement dans les actions 18 et 19 du plan national pour des achats durables (PNAD) qui vise à promouvoir et à diffuser les bonnes pratiques existantes, à accompagner leur déploiement sur le terrain et à rendre accessibles des solutions éprouvées. Il en existe plusieurs dans le domaine des achats durables. Par exemple :

Les Trophées de la commande publique : Remis chaque année au mois de novembre par « achatpublics.com », ces prix sont décernés¹ aux meilleures initiatives menées par des entités et organismes soumis au code de la commande publique qui cherchent à améliorer l'efficacité de leur politique achat durable et à rendre leurs marchés plus performants et innovants. Les Trophées de la commande publique sont une excellente source d'inspiration pour tous les acteurs publics qui souhaitent améliorer leurs pratiques. A l'usage, ils s'avèrent être également d'intéressants outils de motivation des équipes, qui se trouvent galvanisées par la recherche de nouveaux leviers. Quatre catégories sont valorisées : « achats exemplaires » alliant performance et durabilité, « clauses sociales », « politique achats responsables », « communauté des acheteurs. »

Trophées de l'achat socialement responsable : Remis depuis 2022 à l'occasion des Journées nationales d'Alliance Villes Emploi (AVE), les Trophées de l'achat socialement responsable permettent de récompenser les initiatives locales qui mettent en œuvre des clauses sociales tout en

¹ Le jury se compose d'acteurs reconnus de l'achat durable : Direction des Achats de l'Etat, Direction Générale de l'offre de soins, le Médiateur des entreprises, le Conseil national des achats, Alliance Ville Emploi, les réseaux régionaux de la commande publique, l'Union des groupements d'achats publics, l'Association des Acheteurs Publics (AAP) et l'Association pour l'Achat dans les Services Publics (APASP), journalistes des rédactions d'achatpublic.info et du Moniteur des Travaux Publics et du Bâtiment etc.

valorisant le réseau national des facilitateurs sociaux qui participent au déploiement de ces clauses sur le territoire.

- ⇒ Action : Candidater aux Trophées
- ⇒ Cible : Tous
- ⇒ Porteur : Acheteurs et prescripteurs

Développement d'un réseau interne de promotion de la fonction achat durable et responsable : A travers l'animation de ce réseau interne, l'ambition est de valoriser les actions, en offrant une tribune aux binômes acheteurs-prescripteurs, présenter les stratégies et réalisations, pouvant inciter d'autres acteurs à adopter des pratiques similaires. En outre, elles permettent de sensibiliser les participants aux enjeux du développement durable et de la responsabilité sociétale. Elles favorisent ainsi l'essaimage des bonnes pratiques en créant un espace de dialogue, de collaboration et de montée en maturité collective, de l'ensemble de la fonction achats. En permettant le partage des défis, des ambitions, on permet la création de synergies communes, de dynamiques vertueuses. Ouvrir ces conférences à d'autres donneurs d'ordres et partenaires serait autant d'opportunités d'élargir le champ des possibles.

- ⇒ Action : créer un réseau interne de promotion de la fonction achat durable et responsable
- ⇒ Cible : Tous
- ⇒ Porteur : Direction des achats en lien avec les directions prescriptrices

Indicateurs :

Indicateur de performance	Performance attendue	Cible temporelle	Porteur
Participation à un Trophée	1	18 mois	DAP + Prescripteur
Engagement de la certification RFAR	1	6 mois	DAP + DQ
Créer un réseau achats durables	1	12 mois	DAP

SYNTHESE DES INDICATEURS DE SUIVI DE L'AXE TRANSVERSAL :

Les différentes actions identifiées au cours des développements ci-dessus sont autant de leviers, permettant d'atteindre les indicateurs SMART² suivants :

Action	Indicateur de performance	Performance attendue	Cible temporelle	Porteur
1.1	Taux d'acheteurs DAP formés aux achats RSE niveaux 1 et 2	100%	24 mois	DAP-DRH
1.1	Taux de prescripteurs achat ayant suivi le MOOC	25%	12 mois	DAP + Prescripteur
1.2	Création et mise à jour d'une boîte à outils (BO)	1	12 mois	DAP
1.3	Participation à un Trophée	1	18 mois	DAP + Prescripteur
1.3	Engagement de la certification RFAR	1	6 mois	DAP + DQ
1.3	Créer un réseau achats durables	1	12 mois	DAP

² Indicateur SMART : variable **S**pécifique, **M**esurable, **A**cceptable, **R**éaliste, **T**emporellement définie, permettant de suivre efficacement la progression d'un objectif précis dans un projet ou une gestion, en facilitant la prise de décision et le contrôle des résultats.

II. AXE SOCIAL

L'axe social du SPASER a pour ambition de promouvoir l'inclusion sociale, l'égalité des chances et la lutte contre les discriminations. Météo France, reconnaît sa responsabilité de contribuer à une société plus équitable et inclusive. Cet engagement se traduit par des actions concrètes visant notamment à favoriser l'insertion sociale des personnes éloignées de l'emploi, et à promouvoir l'égalité femmes-hommes et la diversité.

ZOOM sur l'insertion et le Code de la Commande Publique

INSERTION : CONDITION D'EXECUTION DU MARCHE	<i>L'entreprise titulaire doit réaliser une partie de sa prestation en employant des publics éligibles à la clause sociale. Elle n'est pas jugée sur les mesures d'insertion qu'elle propose mais uniquement sur la qualité technique et le prix des prestations. Article L2112-2</i>
INSERTION : CRITERE D'ATTRIBUTION DU MARCHE	<i>L'entreprise titulaire doit réaliser une partie de sa prestation en employant des publics éligibles à la clause sociale. Les entreprises candidates doivent fournir un mémoire d'insertion qui sera analysé et jugé. L'entreprise est donc aussi notée sur la qualité de l'insertion qu'elle propose. Article L2152-7</i>
INSERTION : OBJET DU MARCHE	<i>Le marché passé vise l'insertion des publics vulnérables. C'est un achat d'insertion et l'activité sert de support pour accompagner les personnes vers l'emploi. Les entreprises sont jugées sur la qualité des mesures d'insertion et de l'accompagnement des personnes qu'elles proposent. Article R 2123-1</i>
MARCHE RESERVE AUX ETABLISSEMENTS PENITENTIAIRES	<i>Des marchés ou des lots d'un marché peuvent être réservés à des opérateurs économiques qui les exécutent dans le cadre des activités de production de biens et de services qu'ils réalisent en établissement pénitentiaire et qui font travailler à ce titre, dans les conditions prévues aux articles L412-10 à L412-18 du code pénitentiaire, des personnes détenues dans une proportion minimale fixée par voie réglementaire. Article L2113-13-1</i>
MARCHE RESERVE A L'ESS	<i>Les services de santé, sociaux et culturels peuvent être réservés pour une période de 3 ans à une entreprise de l'économie Sociale et Solidaire. Article L2113-15</i>
MARCHE RESERVE A L'IAE	<i>Le marché est réservé aux structures relevant de l'insertion par l'activité économique (IAE), dont la mission est de favoriser le retour à l'emploi de personnes éloignées du marché du travail. Ces structures sont sélectionnées principalement sur la qualité et le prix des prestations. Article L2113-13/14</i>
MARCHE RESERVE AUX ENTREPRISES ADAPTEES	<i>Un acheteur peut réserver le marché aux entreprises adaptées, dont l'objet est l'emploi de personnes en situation de handicap. Cette mesure permet de limiter la concurrence afin de soutenir leur mission d'inclusion professionnelle. Article L2113-12/14</i>

Objectif n°S1 : Rendre les marchés publics plus accessibles au secteur de l'ESS

Rappels :

Les entreprises de l'ESS sont définies par l'article 1er de la loi du 31 juillet 2014, précisé par le décret n°2015-858 du 13 juillet 2015. Elles regroupent les structures telles que les coopératives, mutuelles, associations ou fondations, ainsi que les acteurs solidaires, notamment les entreprises adaptées (EA), établissements et services d'aide par le travail (ESAT), travailleurs indépendants handicapés (TIH), et structures d'insertion par l'activité économique (SIAE) dans leur acception la plus large³. Toutes respectent des principes de solidarité, d'utilité sociale, de gestion démocratique et de réinvestissement des bénéfices. Elles ont souvent des ressources financières en partie publique et portent intrinsèquement des dimensions sociales.

Enjeux :

Les entreprises de l'ESS, souvent de taille modeste, rencontrent des difficultés d'accès aux marchés publics classiques. L'enjeu principal est de lever ces obstacles, en mettant en œuvre des mesures concrètes pour favoriser la communication et la visibilité des opportunités offertes par les marchés publics.

Impact sur la société

- ✓ Social : contribue à l'emploi de personnes vulnérables ou en situation de handicap.
- ✓ Environnement : privilégie les circuits courts et l'achat local.
- ✓ Économique : contribue à la création d'emplois locaux, non délocalisables, au service du développement économique et social du territoire.

« Impacts sur l'établissement :

- ✓ Contribution : l'employeur peut s'acquitter partiellement de ses obligations en passant des contrats de fourniture, de sous-traitance ou de prestations de services à des entreprises adaptées (EA), des centres de distribution de travail à domicile (CDTD) des établissements ou services d'aide par le travail (ESAT), des travailleurs indépendants handicapés.
- ✓ Marque employeur : allie performance économique et impact social.

Actions identifiées et modalités de mise en œuvre :

Action n°S1.1 : Développer les relations avec les acteurs de l'ESS

Améliorer la visibilité des entreprises de l'ESS en s'appuyant sur les outils de référencement existants tels que Carteco et encourager le recours au sourcing inversé via le Marché de l'Inclusion, en diffusant la programmation des achats sur la plateforme APProch.

Sensibiliser les fournisseurs aux opportunités offertes par la co-traitance et la sous-traitance ou la mise à disposition de personnel via les SIAE, EA, ESAT et TIH. Proposer pour ce faire un encart dédié, dans chaque dossier de consultation des entreprises, encourageant notamment la formation de groupements momentanés d'entreprises (GME) du secteur de l'ESS et de consortiums inclusifs, permettant aux petites structures de s'associer pour répondre collectivement aux consultations. Cette approche favorise leur accès aux marchés publics, tout en renforçant leur capacité à répondre aux besoins complexes et à grande échelle.

- ⇒ Action : Publier les marchés sur les plateformes spécialisées ESS
- ⇒ Cible : Tout l'écosystème de l'ESS
- ⇒ Porteur : Acheteurs

³ Mais aussi, les entreprises d'insertion, associations intermédiaires, entreprises de travail temporaire d'insertion (ETTI), chantiers d'insertion, groupements d'employeurs pour l'insertion et la qualification (GEIQ), régies de quartiers et ateliers de centres d'hébergement.

Indicateurs :

Indicateur de performance	Performance attendue	Cible temporelle	Porteur
Nombre de marchés publiés sur des plateformes spécialisées ESS	10	12 mois	DAP

Action n°S1.2 : Réserver des marchés aux entreprises de l'ESS

Inclure des critères de sélection permettant de réserver des marchés aux entreprises de l'ESS après avoir identifié les familles d'achat pouvant être réservées.

Segments d'achats susceptibles d'être concernés : entretien d'espaces verts / entretien des parkings / entretien, restauration, aménagement des espaces naturels / génie écologique / travaux forestiers / garage, mécanique automobile / maintenance de flotte de véhicules auto et vélo / blanchisserie / nettoyage de locaux, de chantiers / travaux d'entretien et de maintenance / conception, support, administration de logiciels / artisanat / logistique / manutention / déménagements, livraisons, transports / collecte et traitement des déchets / recyclage, économie circulaire / restauration...

- ⇒ Action : Réserver des marchés
- ⇒ Cible : Tout l'écosystème de l'ESS
- ⇒ Porteur : Acheteurs et prescripteurs

Indicateurs :

Indicateur de performance	Performance attendue	Cible temporelle	Porteur
Augmenter régulièrement le nombre de marchés réservés, notifiés aux ESS, dont ESUS	+10%	12 mois	DAP + Prescripteur

Objectif n°S2 : Concourir à l'insertion de personnes rencontrant des difficultés sociales ou professionnelles

Rappels :

Les acheteurs publics sont encouragés à collaborer étroitement avec les facilitateurs des clauses sociales et à accompagner les entreprises dans la mise en œuvre de ces dispositifs, pour améliorer l'efficacité des actions d'insertion et maximiser leur impact. La clause sociale est un dispositif permettant, dans les marchés publics et privés, de réserver un volume d'heures de travail pour des personnes prioritaires à l'emploi. Ces personnes peuvent ainsi s'engager dans un parcours d'insertion professionnelle durable.

Pour être comptabilisées, la validation de l'éligibilité des candidatures tout comme la certification du nombre d'heures d'insertion réalisées, doivent être impérativement établies par les facilitateurs clause sociale.

Enjeux :

Poursuivre les achats en faveur de l'insertion des personnes défavorisées ou appartenant à des groupes vulnérables permet de mobiliser la commande publique comme un levier d'inclusion sociale. En renforçant l'intégration des clauses sociales d'insertion et en développant le recours aux structures inclusives, les

administrations de l'État contribuent à l'insertion professionnelle des publics éloignés de l'emploi, avec l'objectif de diversifier les secteurs et les publics bénéficiaires.

Actions identifiées et modalités de mise en œuvre :

Action n°S2.1 : Développer le réflexe de recours aux facilitateurs des clauses sociales

Conventionner avec une structure facilitatrice pour réaliser annuellement une analyse partagée de la programmation des achats et identifier les marchés où les clauses sociales d'insertion peuvent être intégrées de manière pertinente.

Développer les relations avec l'écosystème des clauses sociales d'insertion telle que : Alliance Villes Emploi (AVE), tête de réseau des facilitateurs, qui permet d'accompagner les acheteurs dans l'intégration, le dimensionnement et la mise en œuvre des clauses sociales d'insertion, la FEI, HOSMOZ.

Encourager la diversification des segments et des publics bénéficiaires ciblés par les clauses sociales d'insertion.

Segments d'achats susceptibles d'être concernés : Les clauses sociales s'appliquent à tous les secteurs.

- ⇒ Action : conventionner avec un facilitateur de clauses sociales
- ⇒ Cible : personnes rencontrant des difficultés sociales ou professionnelles
- ⇒ Porteur : Acheteurs – Prescripteurs - Facilitateur

Permettre la globalisation des heures d'insertion, en collaboration avec le facilitateur. Cette approche vise à regrouper les heures d'insertion à réaliser au travers de plusieurs lots d'une même consultation attribués à un même titulaire, facilitant ainsi leur gestion et leur mise en œuvre par les entreprises attributaires.

Combiner clause et critère : Encourager les acheteurs publics à combiner la clause sociale d'insertion avec un critère d'attribution spécifique portant sur la performance en matière d'insertion professionnelle des publics éloignés de l'emploi et la qualité de l'accompagnement. Cela peut se faire via : tutorat, formation, suivi personnalisé etc.

Plan de progrès : Développer, pour les marchés d'une durée supérieure à deux ans, la possibilité d'intégrer un plan de progrès sur l'action d'insertion.

Valoriser en communiquant sur l'analyse qualitative et quantitative du bilan fourni annuellement par le facilitateur, lequel doit mettre en exergue : le profil des bénéficiaires, le nombre d'heures d'insertion réalisées, la mobilisation du tutorat / parrainage, le devenir des publics en sortie de clause vers des contrats en CDD ou CDI, ainsi que les segments d'achats concernés.

- ⇒ Action : Valoriser le nombre d'heures d'insertions
- ⇒ Cible : personnes rencontrant des difficultés sociales ou professionnelles
- ⇒ Porteur : Acheteurs –Facilitateur

Indicateurs :

Indicateur de performance	Performance attendue	Cible temporelle	Porteur
Conventionner avec un facilitateur clause sociale	1	12 mois	DAP
Augmenter régulièrement le nombre d'heures d'insertion	+10%	12 mois	DAP

Objectif n°S3 : Agir en faveur de la promotion de l'égalité et de la diversité

Rappels :

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 1er 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 comme par exemple : 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 dont l'analyse préalable de la programmation achats, repenser le besoin ...

Enjeux :

Promouvoir l'égalité entre les femmes et les hommes grâce aux achats publics s'inscrit dans une démarche globale visant à faire des marchés publics un levier puissant pour l'inclusion sociale, en mobilisant des leviers encore peu utilisés.

Action identifiée et modalités de mise en œuvre :

Action n°S3.1 : Favoriser la prise en compte des enjeux d'égalité entre les femmes et les hommes dans les marchés publics

Cibler les segments d'achats pour lesquels il est pertinent et réalisable d'intégrer des clauses liées à l'égalité femmes-hommes, à l'appui de la planification annuelle des achats et des exemples existants.

Segments d'achats susceptibles d'être concernés : travaux, informatique, gestion des déchets, transport, manutention, communication et événementiel

Associer une clause sociale d'insertion à un critère d'attribution de performance sociale portant sur des engagements concrets en matière d'égalité :

- Dans les secteurs où le taux de féminisation des emplois est élevé et marqué par des enjeux forts. La question de la promotion de l'égalité femmes-hommes peut être valorisée au titre des critères d'attribution du marché en lien avec la clause sociale d'insertion.
- Sur les segments d'achats comportant une part élevée de main d'œuvre masculine : veiller à ce que la demande faite aux soumissionnaires soit incitative et concerne l'exécution du marché et non sa politique globale.
- Sur les segments d'achats textile type vêtements professionnels, réinterroger la définition du besoin pour s'assurer de répondre aux besoins morphologiques des femmes et des hommes, indépendamment du secteur d'activité.

Exemples de segments d'achats susceptibles d'être concernés : nettoyage des locaux : prestations réalisées en journée, au moins partiellement en présence des occupants des bureaux, pour limiter les horaires décalés tôt le matin ou tard le soir / prestations réalisées

en continu sur un site ou plusieurs sites de proximité, au lieu de 3 heures le matin et 3 heures le soir.

Autre exemple: travaux, déchets, transport, systèmes d'information, prestations intellectuelles. Critère : taux de féminisation des équipes ou du personnel encadrant de premier niveau affectées à la réalisation du marché.

Développer le recours à la clause incitative⁴ « Égalité professionnelle – Diversité professionnelle », consistant à demander au candidat de renseigner un questionnaire sur sa politique en matière d'égalité entre les femmes et les hommes notamment et sa déclinaison concernant le marché en question.

- ⇒ Action : Favoriser l'égalité femmes-hommes
- ⇒ Cible : Salariées des entreprises
- ⇒ Porteur : Acheteurs – Prescripteurs

Météo France, souhaite saisir cette opportunité pour poursuivre la réflexion en vue de l'obtention des labels relatifs à l'égalité professionnelle et à la diversité professionnelle.

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)

Indicateurs :

Indicateur de performance	Performance attendue	Cible temporelle	Porteur
Nombre de marché notifié associant un critère à une clause en faveur de l'égalité femme-homme	>5	12 mois	DAP + Prescripteur

⁴ Une clause incitative est une clause qui n'est pas impérative mais soumise à la volonté des contractants de l'intégrer dans le contrat qui les lie. Les clauses incitatives sont prévues dans les dispositions de l'article R. 2112-19 du Code de la Commande Publique.

SYNTHESE DES INDICATEURS DE SUIVI DE L'AXE SOCIAL :

Les différentes actions identifiées au cours des développements ci-dessus sont autant de leviers, permettant d'atteindre les indicateurs SMART⁵ suivants :

Action	Indicateur de performance	Performance attendue	Cible temporelle	Porteur
S1.1	Nombre de marchés publiés sur des plateformes spécialisées ESS	+10%	12 mois	DAP
S1.2	Augmenter régulièrement le nombre de marchés réservés, notifiés aux ESS, dont ESUS	1	12 mois	DAP + Prescripteur
S2.1	Conventionner avec un facilitateur clause sociale	1	12 mois	DAP
S2.1	Augmenter régulièrement le nombre d'heures d'insertion	+10%	12 mois	DAP
S3.1	Nombre de marché notifié associant un critère à une clause en faveur de l'égalité femme-homme	>5	12 mois	DAP + Prescripteur

⁵ Indicateur SMART : variable **S**pécifique, **M**esurable, **A**cceptable, **R**éaliste, **T**emporellement définie, permettant de suivre efficacement la progression d'un objectif précis dans un projet ou une gestion, en facilitant la prise de décision et le contrôle des résultats.

III. AXE ENVIRONNEMENTAL

L'axe environnemental du SPASER a pour ambition de contribuer à la réduction des impacts environnementaux, et notamment des émissions de gaz à effet de serre générées par l'achat des produits, du matériel, des fournitures et consommables, bureautique, équipements informatiques, mobilier et services nécessaires à l'activité de Météo France.

Les achats sont partie intégrante du « Scope 3 » étudié lors de la réalisation du bilan carbone. Or, il est communément admis que ce Scope représente à lui seul 80 à 90% des émissions indirectes de gaz à effet de serre (GES)⁶. La fonction achats a donc un rôle clé à jouer sur la partie amont, avec ses fournisseurs.

De nombreuses actions sont déjà déployées au sein de Météo France, sous l'impulsion :

- De l'axe stratégique n°5 de son Contrat d'Objectifs et de Performances 2022-2026 (COP),
- Du Plan Pluriannuel écoresponsable 2021-2025
- De sa Stratégie RSE 2024-2026

...ou encore, de l'initiative même de ses agents, particulièrement sensibles aux questions environnementales. En renforçant sa démarche d'achats responsables, Météo France entend pleinement contribuer à la réduction de son empreinte environnementale.

Objectif n°E1 : Renforcer l'intégration de l'économie circulaire au sein des pratiques achats

Rappels :

L'article 58 de la loi du 10 février 2020 relative à la lutte contre le gaspillage et à l'économie circulaire, dite loi AGEC, introduit l'obligation pour les acheteurs de l'État, des collectivités territoriales et de leurs groupements d'acquies des biens issus du réemploi ou de la réutilisation ou comportant des matières recyclées. Dès lors, à compter du 1^{er} janvier 2021, les biens acquis annuellement par les services de l'État ainsi que par les collectivités territoriales et leurs groupements sont issus du réemploi ou de la réutilisation ou intègrent des matières recyclées dans des proportions de 20 % à 100 % selon le type de produits.

Météo France n'est juridiquement pas -encore- contraint par l'article 58 de la loi AGEC, mais l'action 7.4 de la circulaire pour la transformation écologique de l'Etat y fait référence.

L'établissement souhaite continuer à progresser sur ce sujet.

Enjeux :

Il s'agit de réduire la consommation de ressources en estimant les besoins d'achat dans une logique de sobriété écologique, en encourageant le réemploi et la réutilisation pour prolonger la durée de vie des équipements, et en promouvant, lorsque cela est pertinent, des approches privilégiant l'usage des biens plutôt que leur acquisition. La maîtrise des déchets, appuyée par des dispositifs de traçabilité et des partenariats avec des éco-organismes, constitue également un levier essentiel pour réduire l'empreinte écologique des achats.

⁶ McKinsey & Company, Buying into a more sustainable value chain, 2021

Actions identifiées et modalités de mise en œuvre :

Action n°E1.1 : Encourager le réemploi, la réutilisation, le recyclage pour prolonger la durée de vie des équipements⁷

Cartographier les acteurs du réemploi afin de faciliter la reprise ou le recyclage des produits, par les acteurs de l'économie circulaire.

Augmenter les opérations de Sourcing pour identifier les acteurs vertueux en interrogeant les fournisseurs sur leur capacité à proposer des biens réemployés, réutilisés ou intégrant des matières recyclées de telle sorte que la définition du besoin puisse être utilement adaptée à ces opportunités.

Préciser la part de matière recyclée minimale souhaitée ou le caractère réutilisé ou réemployé des fournitures dans les clauses environnementales, associé à la demande de pièces justificatives.

Segment d'achat : matériel informatique

Exemple : critère de réparabilité. La réparabilité et l'évolutivité des équipements telles que la commercialisation des pièces détachées de rechange, la possibilité d'augmenter la mémoire vive et de remplacer la mémoire de masse par l'utilisateur sont des aspects cruciaux pour prolonger la durée de vie des équipements.

Famille d'achat : métiers de l'observation

Prévoir des critères valorisant les soumissionnaires proposant des variantes / solutions permettant de réduire les déchets liés aux radiosondages

Favoriser l'introduction de caractéristiques pour prolonger la durée de vie des produits. Cela inclut la prise en compte de la réparabilité et la durabilité des produits⁸. Des services de réparation doivent être intégrés dans les contrats dès que possible.

Exemples de segments d'achats susceptibles d'être concernés :

Informatique : acquisition de matériel informatique et téléphonique issu du réemploi ou de la réutilisation. (action 8.1 de la circulaire SPE 2023)

Vêtements professionnels / mobilier de bureaux : réparation, de vêtements, de mobiliers via les EESS le cas échéant, recours à un éco-organisme dédié à la collecte et au recyclage des meubles professionnels.

Matériel de reprographie et d'impression : préférer les photocopieurs issus du réemploi⁹ et intégrer des matériaux recyclés.

Encourager la réutilisation des biens, accentuer le recours aux sites de don de matériels, permettant de redistribuer les équipements publics inutilisés (action 7.4 de la circulaire SPE 2023). Pour ce faire, encourager l'utilisation de la plateforme de dons de la DNID afin d'optimiser, la redistribution, le réemploi et la traçabilité des biens et équipements inutilisés.

- ⇒ Action : Réduire les déchets
- ⇒ Cible : Opérateurs économiques
- ⇒ Porteur : Acheteurs – Prescripteurs

⁷ Le redéploiement interne type redistribution de matériels informatiques d'un service à l'autre, n'est pas concerné par l'article 58.

⁸ Voir notamment l'article 15 de la loi n°2021-1485 du 15 novembre 2021 visant à réduire l'empreinte environnementale du numérique, dite « REEN » au travers des indicateurs de réparabilité et de durabilité lors de l'achat de produits numériques

⁹ Pas de garantie légale de conformité. Il convient d'inscrire dans les spécifications techniques, une garantie contractuelle dont la durée pourra varier selon la nature du produit.

Indicateurs :

Indicateur de performance	Performance attendue	Cible temporelle	Porteur
Taux de marchés notifiés intégrant une obligation d'utilisation, réemploi ou recyclage	20%	12 mois	DAP + Prescripteur

Action n°E1.2 : Tendre vers une réduction de la consommation des ressources et leur préservation

Introduire systématiquement des exigences de réduction de la consommation de ressources énergétiques des équipements informatiques, qu'il s'agisse des équipements utilisateurs ou des équipements réseau ou serveur.

Segment d'achat : matériel informatique

Exemple : critère d'efficacité énergétique. La puissance de l'alimentation proposée, l'efficacité énergétique de l'alimentation en 230V, la consommation énergétique typique et les labels EPEAT et TCO sont des critères pouvant être pris en comptes.

Favoriser l'écoconception, à travers l'intégration de clauses dédiées pour réduire l'empreinte écologique des produits ou services tout au long de leur cycle de vie.

Segments d'achats susceptibles d'être concernés : télécommunications, matériel informatique, fournitures de bureau, mobilier, vêtements professionnels

Exemple : Radiosondage (ballons, ralentisseurs, sondes...) poursuivre la valorisation des innovations / variantes des soumissionnaires proposant l'utilisation de matériaux biodégradables, la réduction de la masse des radiosondes.

Consolider la stratégie d'achat des marchés de prestations événementielles et de restauration collective en lien avec les ambitions de la loi EGALIM et imposer au prestataire la mise en place et le suivi semestriel d'un plan de progrès.

Exemples : prestations événementielles / restauration collective :

Augmenter la part de produits de qualité et durables (min. 50%), et de produits issus de l'agriculture biologique (min. 20%)

Mettre en place des systèmes de consignes pour les contenants alimentaires des repas à emporter. Supprimer l'usage de bouteilles et carafes en plastiques.

Augmenter les actions de Sourcing pour encourager l'identification de leviers permettant la protection de la biodiversité, des écosystèmes, de l'eau et des espaces verts.

Exemples :

Recherche de fuites d'eau¹⁰ (l'industrie de l'eau génère environ 8% des émissions de gaz à effet de serre de l'UE. En réduisant les pertes d'eau, il est également possible d'éviter une part importante de ces émissions.)

¹⁰ <https://watertight.xylem.com/> outil en ligne conçu pour estimer les pertes d'eau. Destinée aux collectivités et aux gestionnaires d'eau, la plateforme gratuite s'appuie sur les données de l'Agence européenne pour l'environnement et de la Commission européenne.

Participer au groupe de travail porté par Météo France au niveau international pour la réduction des déchets liés à l'exploitation des bouées dérivantes.

- ⇒ Action : Préserver les ressources
- ⇒ Cible : Opérateurs économiques
- ⇒ Porteur : Acheteurs – Prescripteurs

Indicateurs :

Indicateur de performance	Performance attendue	Cible temporelle	Porteur
Augmenter le taux de marchés intégrant une clause environnementale	+10%	12 mois	DAP – Prescripteur

Objectif n°E2 : Mobiliser la politique des achats pour réduire l'empreinte carbone de l'établissement

Rappels :

Les achats ont un rôle à jouer dans la transition bas-carbone, en cohérence avec les orientations de la planification écologique et la stratégie nationale bas carbone (SNBC). Introduite par la Loi de transition énergétique pour la croissance verte (LTECV), la SNBC est la feuille de route de la France pour lutter contre le changement climatique. Elle donne des orientations pour mettre en œuvre, dans tous les secteurs d'activité, la transition vers une économie bas-carbone, circulaire et durable.

Selon l'estimation réalisée en 2022 par le CGDD, les émissions de l'État représentaient environ 10 MteqCO₂, dont 80 % liés directement ou indirectement à la politique d'achat.

Enjeux :

L'enjeu de contribuer à l'évolution de l'offre : en orientant ses besoins vers des biens et services plus durables, Météo France entend de se mobiliser non seulement en tant qu'acheteur responsable mais également en tant que prescripteur de solutions écologiques.

Actions identifiées et modalités de mise en œuvre :

Action n°E2.1 : Attaquer les segments à fort enjeux en matière d'émissions de gaz à effet de serre

Identifier les segments achats les plus émetteurs selon le bilan des émissions de gaz à effet de serre (BEGES) et engager une stratégie achat bas carbone.

Intégrer systématiquement une condition d'exécution ou une spécification technique, et un critère d'attribution, assortis d'indicateurs de mesure d'impact sur les émissions de GES pendant la phase d'exécution.

Encourager le recours aux labels ou écolabels à l'occasion de la rédaction des dossiers de consultations, dans la mesure où ces derniers prennent en compte les émissions de GES.

Segments prioritaires :

Prestations de services informatiques, nettoyage

Maintenance des bâtiments, radars, supercalculateur

Fournitures et petits matériels : radios sondes, clapets, bouées, composants...

Exemple de mise en œuvre : Généraliser les considérations environnementales liées à la décarbonation

- ⇒ Action : Réduire l’empreinte carbone de l’établissement
- ⇒ Cible : Opérateurs économiques
- ⇒ Porteur : Acheteurs – Prescripteurs

Les déplacements des personnels de Météo-France représentaient 48% des émissions de gaz à effet de serre de Météo-France en 2023. Ces émissions ont diminué de 30% depuis 2019. La stratégie RSE de Météo-France traite largement de ce sujet par l’identification de mesures permettant à chacune et chacun de mieux réaliser et mesurer l’impact carbone de ses déplacements à titre individuel ou collectif. Il s’agit de faire écho à ces mesures par des actions achats ciblées.

Respecter les objectifs d’achat et de location longue durée de Véhicules à Très Faibles Émissions (VTFE), et en dernier recours, de Véhicules à Faibles Émissions (VFE), conformément aux articles L.224-7 et L.224-8 du code de l’environnement. Limiter le poids des véhicules¹¹ pour réduire l’impact écologique des achats de véhicules neufs.

Augmenter le nombre de bornes de recharges de véhicules électrique en les combinant à des ombrières photovoltaïques lorsque la faisabilité le permet : ensoleillement, surface utile disponible.

- ⇒ Action : Réduire l’empreinte carbone de l’établissement
- ⇒ Cible : Agents Météo France
- ⇒ Porteur : Acheteurs – Prescripteurs

Indicateurs :

Indicateur de performance	Performance attendue	Cible temporelle	Porteur
Contraindre les fournisseurs à réduire l’empreinte carbone des produits et services objet du marché	100%	12 mois	DAP
Intégrer des critères de choix valorisant les produits et services les moins producteurs de GES	100%	12 mois	DAP

Action n°E2.2 : Favoriser la sobriété énergétique des achats

Systématiser l’acquisition de produits à haute performance énergétique et basses technologies (low tech) dans les achats publics. Tous les fournisseurs sont tenus de proposer uniquement des produits respectant ces critères, conformément à l’article R234-1 du code de l’énergie.

Segments cible : télécommunications, logiciels, matériel informatique, réseaux informatiques, véhicules terrestres, location ou financement de véhicules, opérations de travaux sur les bâtiments ou les infrastructures, solutions d’impression

Exemple : certification ENERGY STAR. L’achat d’appareils dont la consommation en veille est inférieure à 1W doit être privilégiée.

Veiller à la performance énergétique et carbone des centres de données et serveurs, poursuivre le développement et valoriser les projets de récupération de la chaleur fatale (action 8.3 de la circulaire SPE).

¹¹ Action 6.2 de la circulaire du 21 novembre 2023

Segments cible : matériel informatique, réseaux

- ⇒ Action : Préserver les ressources
- ⇒ Cible : Opérateurs économiques
- ⇒ Porteur : Acheteurs – Prescripteurs

Indicateurs :

Indicateur de performance	Performance attendue	Cible temporelle	Porteur
Nombre de marchés prévoyant des considérations relatives à la sobriété énergétique	+10%	12 mois	DAP – Prescripteur

SYNTHESE DES INDICATEURS DE SUIVI DE L'AXE ENVIRONNEMENTAL :

Les différentes actions identifiées au cours des développements ci-dessus sont autant de leviers, permettant d'atteindre les indicateurs SMART¹² suivants :

Action	Indicateur de performance	Performance attendue	Cible temporelle	Porteur
E1.1	Taux de marchés notifiés intégrant une obligation d'utilisation, réemploi ou recyclage	20%	12 mois	DAP + Prescripteur
E1.2	Augmenter le taux de marchés intégrant une clause environnementale	+10%	12 mois	DAP – Prescripteur.
E2.1	Contraindre les fournisseurs à réduire l'empreinte carbone des produits et services objet du marché	100%	12 mois	DAP
E2.1	Intégrer des critères de choix valorisant les produits et services les moins producteurs de GES	100%	12 mois	DAP
E2.2	Nombre de marchés prévoyant des considérations relatives à la sobriété énergétique	+10%	12 mois	DAP – Prescripteur.

¹² Indicateur SMART : variable **S**pécifique, **M**esurable, **A**ceptable, **R**éaliste, **T**emporellement définie, permettant de suivre efficacement la progression d'un objectif précis dans un projet ou une gestion, en facilitant la prise de décision et le contrôle des résultats.