

**Conseil d'établissement  
Séance du 13 juillet 2021**

Délibération n°6  
**Portant approbation de la politique d'achats de CY Cergy Paris Université  
et du guide des achats responsables**

*Vu le code de la commande publique ;*

*Vu le décret n°2019-1095 du 28 octobre 2019 portant création de CY Cergy Paris Université et approbation de ses statuts ;*

Considérant que, dans le cadre des orientations de travail de CY Cergy Paris Université portant sur la transition écologique et sociale, le service des marchés publics a mené une réflexion sur la formalisation d'une politique achats responsables,

Considérant qu'un guide pratique a ainsi été élaboré afin de traduire le passage d'une logique juridique, centrée sur la sécurisation des procédures, vers une logique globale intégrant des objectifs de développement durable, d'optimisation des achats et renforçant l'ancrage de l'établissement dans son territoire et son rayonnement par l'innovation,

Après en avoir délibéré :

Vote

Nombre de membres en exercice : 49	Pour : 31
Nombre de membres présents : 15	Contre : 0
Nombre de membres représentés : 16	Abstention : 0
Membres absents et non représentés : 18	Non-participation : 0

**Article 1er :**

Le conseil d'établissement approuve la politique d'achats de CY Cergy Paris Université.

**Article 2 :**

Le conseil d'établissement approuve le guide des achats responsables tel qu'annexé à la présente délibération.

**Article 3 :**

La présente délibération sera transmise au recteur de la région académique d'Ile-de-France, chancelier des universités, et entrera en vigueur à compter de sa publication.

**Article dernier :**

La directrice générale des services et l'agent comptable de l'université sont chargés, pour ce qui les concerne, de l'exécution de la présente délibération.

Le président de CY Cergy Paris Université,



François GERMINET

Transmise au rectorat le : 28 juillet 2021

Publiée le : 28 juillet 2021

En application de l'article R. 421-1 du code de justice administrative, la présente délibération peut faire l'objet d'un recours devant le tribunal administratif de Cergy-Pontoise dans un délai de deux mois à compter de sa publication et de sa transmission au recteur, en cas de délibération à caractère réglementaire.

# LES ACHATS...*AUTREMENT!*



*TreePods concept* : les arbres artificiels qui filtrent le CO2 et transforment l'énergie solaire en électricité

## GUIDE PRATIQUE DES ACHATS RESPONSABLES

- I. **LES OBJECTIFS DE LA POLITIQUE D'ACHATS DE CY CERGY PARIS UNIVERSITE**
- II. **LES ACHATS STRATEGIQUES ET LEVIERS ACHATS**
- III. **LE PLAN D' ACTIONS ACHATS (PAA)**

## **I. OBJECTIFS DE LA POLITIQUE D'ACHATS DE CY CERGY PARIS UNIVERSITE**

---

La formalisation de la politique achats de CY Cergy Paris Université traduit le passage d'une logique juridique, centrée sur la sécurisation des procédures, vers une logique globale intégrant des objectifs de développement durable, d'optimisation des achats, renforçant l'ancrage de CYU dans son territoire et son rayonnement par l'innovation.

### **a) DEVELOPPEMENT DURABLE**

Se traduit par la prise en compte d'objectifs environnementaux, sociaux et économiques dans la politique d'achats de CY Cergy Paris Université afin de répondre aux besoins des générations présentes sans compromettre la capacité des générations futures à répondre aux leurs.

### **b) PERFORMANCE DES ACHATS**

Atteindre des objectifs d'achats durables, en optimisant les processus et les moyens.

### **c) ANCRAGE TERRITORIAL**

Le développement d'un lien coopératif avec les petites et moyennes entreprises du bassin Cergyssois

### **d) RAYONNEMENT PAR L'INNOVATION**

Renforcer l'influence de CY Cergy Paris Université par des projets innovants qui seront mis en avant dans le cadre de la politique de communication de l'établissement.

## **II. LES ACHATS STRATEGIQUES ET LES LEVIERS ACHATS**

---

Les achats stratégiques sont ceux qui remplissent au moins une des conditions suivantes :

1. Avoir un très fort potentiel de création de valeur environnementale ;
2. Améliorer d'une manière significative la qualité des produits ou des services ;
3. Renforcer la renommée de CY CERGY PARIS UNIVERSITE.

L'identification des achats stratégiques est la clé de voute du Plan d'Action Achats, basée sur l'échange avec les Directions dans le cadre de la programmation des achats inscrits dans le PPI.

En fonction des spécificités de chaque achat stratégique, un ou plusieurs leviers achats sont identifiés et appliqués pour atteindre un ou plusieurs objectifs de la politique d'achats. Les actions mises en place sont accompagnées par des indicateurs qui permettent d'analyser les résultats par rapport à l'atteinte des objectifs.

Le choix d'un levier achat et le cas échéant la pondération correspondante seront toujours adaptés aux spécificités de chaque marché.

### **a) DEVELOPPEMENT DURABLE**

**LE COUT GLOBAL** : analyse de l'intégralité des coûts constitutifs d'un bien sur sa durée de vie. Il vise à maîtriser les coûts et à anticiper les contraintes de fonctionnement, d'exploitation, de maintenance

et de déconstruction inhérentes à l'achat. L'analyse en coût global est un outil facilitant la traduction économique de l'efficacité environnementale et énergétique.

Il peut entraîner une redéfinition des besoins afin d'en réduire le coût global.

**Initiative :**

- Introduire comme critère d'analyse des offres le critère coût global pondéré au moins à 10% si les spécificités du marché le permettent

**Indicateur : nombre de marchés lancés par an qui intègrent le cout global comme critère + le gain d'achat réalisé sur la durée de vie**

**LA PROTECTION DE L'ENVIRONNEMENT** : atteindre des objectifs environnementaux comme la limitation des déchets, la réduction des émissions de gaz à effet de serre ou de polluants.

**Initiatives :**

- Quand les caractéristiques du marché le permettent, introduire comme critère d'analyse des offres le niveau des émissions de gaz à effet de serre pondéré au moins à 10% ; estimer toutes celles émises lors des étapes conception, fabrication, utilisation, valorisation et transport ;
- Intégrer une fiche déclarative de production de déchets de chantier dans le Dossier de Consultation des Entreprises ;
- Demander aux candidats aux marchés de travaux le label Haute Qualité Environnementale (HQE) ; la charte de chantier HQE prévoit la prise en compte des 14 cibles pour une meilleure qualité environnementale des bâtiments ;
- Demander le respect des normes AFNOR pour le développement durable ou ISO 14001 (norme appliquée aux systèmes de management environnemental).

**Indicateur : nombre de marchés lancés par an qui intègrent le cout global comme critère + le gain en réduction des émissions de gaz à effet de serre et/ou la limitation/récupération des déchets ; nombre des marchés qui intègrent des labels éco.**

**LA RESPONSABILITE DES ENTREPRISES** : la prise en compte de la démarche de l'entreprise en faveur de la transition écologique et sociale (qualité des matériaux utilisés, description des modalités de gestion des déchets, mobilité, autres etc..)

**Initiative :**

- Introduire comme critère d'analyse des offres le critère démarche de l'entreprise en faveur de la transition écologique pondéré au moins à 10% si les spécificités du marché le permettent

**Indicateur : nombre des marchés lancés par an qui intègrent la démarche de l'entreprise en faveur de la transition écologique comme critère**

## **b) PERFORMANCE DES ACHATS**

**LES NEGOCIATIONS** : échange avec les candidats d'un marché sur la possibilité d'optimisation des prix et de l'offre technique.

### **Initiative :**

- Indiquer aux services prescripteurs la nécessité d'intégrer systématiquement les négociations dans le planning des marchés à procédure adapté.

**Indicateur : nombre de marchés qui ont intégré les négociations, les économies réalisées et si l'offre technique du titulaire a été améliorée**

**LA GESTION DE LA CONSOMMATION** : réduction des niveaux de consommation (refonte de la politique interne) pour lutter contre le gaspillage tout en réduisant les coûts.

### **Initiatives :**

- Actions de sensibilisation des consommateurs (fournitures de bureau, objets promotionnels, etc.) ;
- Sonder la communauté en amont et s'appuyer par exemple sur un catalogue UGAP moins étendu avec un plafond de consommation défini chaque année.

**LA SIMPLIFICATION DES PROCESSUS** : réduction des coûts par la simplification des processus achats et marchés (procédures, délais, émission de bon de commande, limitation du nombre de factures, suivi d'opérations).

### **Initiative :**

- Optimisation du coût d'une commande par la réduction des actions nécessaires à son lancement.

**LA MUTUALISATION** : effets de volume et optimisation des prix d'achat par la consolidation-globalisation des besoins.

### **Initiatives :**

- Mutualiser les marchés qui ne présentent pas d'enjeux en matière de transition ;
- Marché de marché de carburant, péage, lavage et recharge électrique porté par la DAE.

**Indicateur : nombre et montants des marché auxquels l'université a adhéré/nombre et montant total de marchés**

## **c) ANCRAGE TERRITORIAL = ACHATS « LOCAUX »**

**LA GESTION DES FOURNISSEURS** : gestion du panel fournisseurs et développement des partenariats avec les fournisseurs clés.

**Initiative :**

- Conclure des partenariats avec des restaurateurs et/ ou producteurs locaux.

**L'ACCES A LA COMMANDE PUBLIQUE** : favoriser l'accès des petites et moyennes entreprises à la commande publique.

**Initiative :**

- Allotir les marchés dès que possible.

**Indicateur : nombre et montants des marchés qui ont comme titulaire une PME / nombre et montant total de marchés**

**L'EXTENSION DU PANEL** : recherche de nouveaux fournisseurs pour stimuler la concurrence et/ou identifier de nouvelles solutions

**Initiative :**

- Sourcing

**Indicateur : nombre et montant de marchés renouvelés qui changent de titulaire.**

#### **d) RAYONNEMENT PAR L'INNOVATION**

**LES ACHATS INNOVANTS** : sont considérés comme innovants les travaux, fournitures ou services nouveaux ou sensiblement améliorés.

Le caractère innovant peut consister dans la mise en œuvre de nouveaux procédés de production ou de construction, d'une nouvelle méthode de commercialisation ou d'une nouvelle méthode organisationnelle dans les pratiques, l'organisation du lieu de travail ou les relations extérieures de l'établissement.

**Avantage** : La possibilité d'utiliser les marchés négociés sans publicité ni mise en concurrence préalable pour des achats innovants d'un montant inférieur à 100 000 €HT (dispositif expérimental actif jusqu'au 25 décembre 2021).

**Initiatives :**

- Support pédagogique novateur proposé par ZENEDUC, basé sur les dernières recherches en neurosciences en sciences neurocognitives et comportementales ;
- Cartographie des ressources pédagogiques hybrides internes et externes de CY Alliance (Simone et les robots) ;
- Des partenariats d'innovation combinant la commande de prestations de R & D et l'acquisition des résultats.



### III. PLAN D' ACTIONS ACHATS (PAA)

---

#### a) QUOI

**Atteindre les objectifs de la politique d'achat.**

#### b) QUI

**Une organisation à 3 niveaux tournée vers l'opérationnel.**

##### 1. Le comité de pilotage

**Dans le cadre des orientations de l'établissement, le comité assure la coordination générale. Il décide, évalue et communique les actions à mener aux directions/composantes concernées.**

*Accorde la validation finale de la liste des marchés stratégiques et celle de la proposition des actions achats responsables à mener.*

**Membres : DGS, DGA pôle infrastructures, DGA transition, DAF, responsable service des achats et marchés, chef de projet achats.**

##### 2. Le comité opérationnel

**Propose au comité de pilotage la liste des marchés stratégiques et les actions achats à mener.**

*Il planifie et évalue l'intégration des objectifs de la politique d'achats. Il évalue le coût des actions achats.*

DGA transition, DAF, chef service des achats et marchés, chef projet achats.

**Membres : DGA transition, DAF, responsable service des achats et marchés, chef projet achats.**

##### 3. Réseau de référents achat

**Composition du réseau : les membres du service achats et marchés, chacun dans son domaine d'expertise. A leur tour, ils font partie des réseaux professionnels spécifiques, informent et conseillent leurs interlocuteurs au niveau des directions/composantes de CY.**

*Chaque référent suit le plan d'actions en termes d'achat responsable et assure le reporting dans le tableau de marchés partagé.*

**Sous la coordination du responsable du service des achats et marchés, le chef du projet achats est force de proposition et anime les référents achats. Il met en place un tableau de marchés partagé et assure le suivi des indicateurs.**

**Des formations seront proposées aux interlocuteurs au niveau des services prescripteurs.**



## c) COMMENT

### **Transformer les indicateurs en outils de pilotage des achats responsables**

1. Identifier les marchés stratégiques (les méthodes de Kraljic et/ou Pareto appliquées sur chaque segment d'achat ou un choix politique : marché à forts enjeux « transitions ») ;
2. Identifier les leviers achats les plus appropriés ;
3. Identifier les indicateurs les plus pertinents ;
4. Assurer le reporting ;
5. Evaluer le plan d'action achats responsables suite à l'analyse des indicateurs ;
6. Confirmer ou modifier les actions à mettre en place pour atteindre les objectifs de la politique achat.

## d) PROCESSUS

### **Phase 1 PROGRAMATION**

**Le DAF, le chef du service des achats et marchés et le chef du projet achats rencontrent les directions pour programmer les achats inscrits dans le cadre du PPI et identifier les spécificités de chaque opération.**

Le service de achats partage un tableau de marchés récurrents sur 3 ans et chaque direction dresse aussi une liste des achats envisagées pour les 3 années suivantes.

### **Phase 2 IDENTIFICATION DES MARCHES STRATEGIQUES**

**L'identification des achats stratégiques est la clé de voute du Plan d'Action Achats.**

**Le Comité opérationnel valide/modifie la liste des marchés stratégiques et les actions achats à mener proposés par le responsable service des achats et marchés et le chef projet achats, en collaboration avec le DGA transition.**

### **Phase 3 ACTIONS A MENER**

**Le Comité de pilotage valide et la DAF communique auprès des directions/composantes la liste des marchés stratégiques et les actions achats responsables à mener.**

L'intégration des objectifs de la politique d'achat pourra impacter fortement la définition du besoin. Par conséquent, le Comité opérationnel interviendra bien en amont dans la réflexion de tous les projets d'achats identifiés comme stratégiques par le Comité de pilotage.

## **EXEMPLES D' ACTIONS ACHATS**

### **ACHAT DE FOURNITURES, PETIT MATÉRIEL ET PETIT ÉQUIPEMENT DE BUREAU :**

3 axes :

- Actions sur les caractéristiques des produits achetés ;
- Améliorer les bilans administratif, financier et carbone des commandes ;
- Adoption de mesures environnementales de la commande à la fin de vie des produits.

### **ACHAT D'OBJETS PROMOTIONNELS**

Possibilité de commander des articles éco-responsables.

## **DISPOSITIF ANTI-VOL POUR LES BIBLIOTHEQUES UNIVERSITAIRES**

Dématérialisation intégrale (plus d'édition de tickets).

## **ACHAT D'APPAREILS SCIENTIFIQUES**

Incitation à acheter du matériel reconditionné ou d'exposition.

## **LA PRISE EN COMPTE DES ENJEUX ENVIRONNEMENTAUX**

Intégration des critères qui visent le développement durable dans de nombreux marchés :

- TRAVAUX DE REMPLACEMENT ET DE MISE EN CONFORMITE DES INSTALLATIONS DE VENTILATION DES LOCAUX DU BATIMENT D DU SITE DE NEUVILLE
- TRAVAUX DE PEINTURE ET DE REVÊTEMENT DES SOLS
- ENTRETIEN DES BARRIERES PORTES ET PORTAILS AUTOMATIQUES
- CONTROLE PERIODIQUE DES SORBONNES