



# SPASER 2024-2027

**Schéma de Promotion  
des Achats Publics  
Socialement et  
Écologiquement  
Responsables**

**CAISSE AUTONOME NATIONALE DE LA SÉCURITÉ SOCIALE  
DANS LES MINES**

Gestionnaire de l'offre de santé Filieris

# Sommaire

Avant-propos .....	3
1. Les achats responsables de la CANSSM : un contexte en pleine évolution .....	4
2. Présentation des axes .....	5
<b>AXE 1 – AXE SOCIAL</b> .....	7
<b>FICHE N°1</b> Agir pour l’insertion sociale et professionnelle des publics éloignés de l’emploi .....	8
<b>FICHE N°2</b> Lutter contre les discriminations et promouvoir l’égalité, notamment l’égalité femmes-hommes .....	9
<b>FICHE N°3</b> Prendre en considération les enjeux de santé sécurité dans nos achats.....	10
<b>AXE 2 - AXE ECONOMIQUE</b> .....	11
<b>FICHE N°1</b> Entretien une relation constructive avec les fournisseurs.....	12
<b>FICHE N°2</b> Continuer à promouvoir la transparence des procédures et assurer une concurrence loyale .....	13
<b>AXE 3 - AXE ENVIRONNEMENTAL</b> .....	14

# Avant-propos



**Gilles de Lacaussade**

**Directeur général**



## **La CANSSM adopte son Schéma de Promotion des Achats Publics Socialement et Écologiquement Responsables, le SPASER 2024-2027**

**Filieris apporte sa contribution à la décarbonation des achats en santé.**

La publication du **Schéma de Promotion des Achats Publics Socialement et Écologiquement Responsables** (SPASER) manifeste la volonté d'action de la CANSSM, dans le cadre de son processus d'achat, en faveur de la transition écologique, de l'insertion professionnelle, de l'éthique professionnelle.

À cette fin, le SPASER fixe une feuille de route pour les quatre prochaines années, notamment par l'intégration de critères de performance environnementale dans les marchés, de clauses à caractère social dans les contrats et d'objectifs de recours à des produits issus de l'économie circulaire.

Le schéma met également l'accent sur la formation des acheteurs et des prescripteurs sur ces thématiques désormais centrales dans l'acte d'achat mais qui requièrent des compétences spécifiques.

Il vient enfin utilement compléter la **Charte Relations Fournisseurs et Achats Responsables** (RFAR) déjà signée par notre organisme en 2022, ainsi que notre **charte de déontologie de l'achat**, et notre **politique RSE**.

Cette politique RSE a irrigué l'ensemble des actions envisagées au cours de notre Convention d'Objectifs et de Gestion 2022-2024 et constituera l'un des fils conducteurs des prochaines années.

Il s'agit d'une palette beaucoup plus large de leviers de performance qui va être exploitée afin de valoriser nos actions en matière de responsabilité sociale et environnementale, mais aussi de tenir compte des actions des entreprises, notamment celles portant sur la maîtrise et la réduction de leur empreinte environnementale.

La qualité de la **concertation interne** qui a présidé à la préparation de ce premier SPASER a permis de valoriser et d'engager tout un chacun, prescripteurs et acheteurs, dans cette feuille de route vers 2027.

Je sais que tous les acteurs de notre entreprise impliqués dans ce processus se montreront à la hauteur des défis posés pour favoriser des achats socialement et écologiquement responsables.



# 1. Les achats responsables de la CANSSM : un contexte en pleine évolution

Les règles juridiques applicables à notre entreprise dans le domaine des achats sont celles du **Code de la commande publique**. La commande publique participe à l'atteinte des objectifs de développement durable, dans leurs dimensions économique, sociale et environnementale.

Un schéma de promotion des achats publics socialement et écologiquement responsables est un schéma qui « 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. »

*(article L. 2111-3 du Code de la commande publique).*

## Le SPASER Filieris 2024-2027 :

- ✓ **Traduit le « verdissement » de la commande publique résultant de la loi Industrie verte** : « L'offre économiquement la plus avantageuse peut également être déterminée sur le fondement d'une pluralité de critères non discriminatoires et liés à l'objet du marché ou à ses conditions d'exécution, parmi lesquels figure le critère du prix ou du coût et un ou plusieurs autres critères comprenant des aspects qualitatifs, environnementaux ou sociaux. »
- ✓ **Prend en compte les dispositions de l'article 35 de la loi « Climat et résilience »**, qui entrent en vigueur au plus tard le 22 août 2026. Tout achat public intègrera :
  - des objectifs de développement durable dans les spécifications techniques ;
  - des caractéristiques environnementales de l'offre dans les critères d'attribution ;
  - des considérations environnementales dans les conditions d'exécution ;
  - des dispositions relatives au domaine social ou à l'emploi dans les conditions d'exécution pour les marchés et concessions formalisés.
- ✓ **Complète nos engagements RSE** :
  - Publication index égalité professionnelle 2023.
  - Publication bilan des émissions de gaz à effet de serre 2023.
  - Publication rapport RSE 2022.

## 2. Présentation des axes

Le SPASER Filieris se décline en 3 axes.

### AXE 1 – AXE SOCIAL :

#### Agir pour une commande publique sociale, inclusive et responsable

**Objectifs de l'axe social :** définir les opportunités d'achats pouvant intégrer des considérations sociales et encourager les acteurs du processus achat à réaliser des achats inclusifs.

Décliner une démarche d'achats responsables nécessite de se questionner sur ce qui est acheté, mais également sur les modes de production. Le rôle et la responsabilité de l'acheteur sont essentiels car ils peuvent être un puissant levier pour aider à réduire les inégalités entre les sexes, les questions d'inclusion et de lutte contre les discriminations.

Il est question ici de promouvoir l'insertion par l'activité économique mais aussi l'égalité entre les femmes et les hommes, le retour à l'emploi, la prise en compte du handicap, la lutte contre les discriminations, par le biais d'outils contractuels, par la sensibilisation et par la formation.

Il s'agit aussi de réduire les impacts sur la santé et de favoriser la sécurité et le bien-être au travail.

### AXE 2 - AXE ECONOMIQUE :

#### Agir pour une commande publique responsable, équilibrée et transparente

**Objectifs de l'axe économique :** promouvoir une commande publique responsable, équilibrée et transparente comme outil de développement économique.

A travers sa politique d'achats responsables, Filieris souhaite améliorer l'accès à la commande publique pour les entreprises des territoires, spécialement les TPE-PME, et les acteurs de l'économie sociale et solidaire. En alignement avec la charte RFAR, notre entreprise souhaite cultiver des relations partenariales avec ses fournisseurs et prestataires, allant au-delà de la simple relation entre « donneur d'ordres » et « fournisseur ».

L'atteinte des objectifs du SPASER doit permettre à notre entreprise d'illustrer son positionnement d'opérateur de référence de la sphère santé et poursuivre sa maîtrise des risques, notamment en matière de déontologie et de gestion des conflits d'intérêts.

## AXE 3 - AXE ENVIRONNEMENTAL :

### Agir pour une commande publique qui améliore la mise en œuvre et le suivi des considérations environnementales

**Objectif de l'axe environnemental** : améliorer la mise en œuvre et le suivi des considérations environnementales et limiter l'impact environnemental négatif de nos achats.

Il pose une exigence : questionner systématiquement l'achat, de l'expression du besoin au suivi d'exécution avec comme objectif de minimiser son impact environnemental.

Cet axe est dédié aux actions en faveur de la transition énergétique et écologique, de la réduction des déchets et de la gestion durable de nos ressources. Les achats de Filieris sont concernés par les enjeux d'atténuation d'émissions de gaz à effet de serre qu'ils engendrent directement ou indirectement ainsi que par les enjeux d'adaptation aux effets du changement climatique.

D'une manière générale, les achats publics représentent un puissant levier pouvant contribuer à l'émergence d'une économie plus durable. Dans un contexte écologique de raréfaction des ressources, il convient de limiter nos consommations et d'ajuster nos dépenses à nos besoins effectifs, de limiter les impacts des achats sur les émissions de gaz à effet de serre et de réduire les consommations énergétiques.

## Les fiches action

### AXE 1

FICHE N°1 :

**Agir pour l'insertion sociale et professionnelle des publics éloignés de l'emploi.**

FICHE N°2 :

**Lutter contre les discriminations et promouvoir l'égalité, notamment l'égalité femmes-hommes.**

FICHE N°3 :

**Prendre en considération les enjeux de santé et sécurité dans nos achats.**

### AXE 2

FICHE N°1 :

**Entretenir une relation constructive avec les fournisseurs.**

FICHE N°2 :

**Continuer à promouvoir la transparence des procédures et assurer une concurrence loyale.**

### AXE 3

FICHE N°1 :

**Renforcer la performance de nos achats.**

FICHE N°2 :

**Diminuer l'empreinte carbone de nos achats et intégrer l'économie circulaire.**

# AXE 1 – AXE SOCIAL

## Agir pour une commande publique sociale, inclusive et responsable

### FICHE N°1 :

Agir pour l'insertion sociale et professionnelle des publics éloignés de l'emploi.

### FICHE N°2 :

Lutter contre les discriminations et promouvoir l'égalité, notamment l'égalité femmes-hommes.

### FICHE N°3 :

Prendre en considération les enjeux de santé sécurité dans nos achats.

**Une considération sociale**, selon le Plan National pour des Achats Durables (PNAD) est définie comme la prise en compte de la dimension sociale dans l'acte d'achat ; la dimension sociale est entendue au sens large, comme par exemple, l'insertion des publics éloignés de l'emploi et de personnes en situation de handicap, la lutte contre les discriminations (notamment promotion égalité hommes/femmes), le respect des exigences éthiques (respect des droits de l'homme) ou équitables, la performance dans la protection ou la formation des salariés, etc.

**Objectifs de l'axe social** : définir les opportunités d'achats pouvant intégrer des considérations sociales et encourager les acteurs du processus achat à réaliser des achats inclusifs.

**Objectif PNAD 2022 – 2025** : d'ici 2025, 30% des contrats de la commande publique notifiés au cours de l'année comprennent au moins une considération sociale.

## ORIENTATIONS STRATÉGIQUES

Faire de la commande publique un levier pour l'insertion professionnelle et sociale en utilisant les dispositifs des clauses sociales et des marchés réservés.

## ACTIONS ET MOYENS

### **ACTION A :**

**Identifier les marchés susceptibles d'intégrer les dispositifs d'insertion par la commande publique**

- Identifier lors de l'analyse du besoin les marchés pouvant être réservés au secteur du handicap, de l'insertion et de l'économie sociale et solidaire (ESS).
- Dès la préparation du marché, identifier un facilitateur des clauses sociales.
- Se faire accompagner par un facilitateur pour l'élaboration et la rédaction des clauses sociales.
- Mener des actions de formation aux achats responsables pour les acheteurs et les prescripteurs.

### **ACTION B :**

**Utiliser les outils de la commande publique afin de promouvoir l'insertion et les marchés réservés**

- Favoriser l'allotissement des consultations pour permettre l'accès aux structures du champ du handicap, de l'insertion ou de l'ESS.
- Réserver des marchés au secteur de l'ESS.
- Communiquer en interne sur les résultats liés aux clauses d'insertion et marchés réservés (cartographie).
- Communiquer en externe via le SPASER sur la politique handicap de notre entreprise (plan d'action AGEFIPH).

## INDICATEURS

- % de marchés intégrant une clause sociale liée aux dispositifs d'insertion.
- Nombre de marchés réservés au handicap, insertion, ESS.
- Nombre d'heures d'insertion réalisées.
- Nombre d'actions de communication réalisées en interne et en externe.



### ORIENTATIONS STRATÉGIQUES

Favoriser l'égalité des chances pour toutes et tous, en refusant systématiquement toute forme de discrimination. En choisissant d'accompagner les entreprises dans leur politique de non-discrimination et d'inclusion, notre SPASER entend démontrer qu'une politique employeur inclusive est une opportunité.

### ACTIONS ET MOYENS

#### **ACTION A :**

**Promouvoir l'égalité femmes-hommes et lutter contre les discriminations à l'aide de la commande publique**

- Intensifier les actions de sensibilisation en demandant aux entreprises assujetties à cette obligation de produire l'index égalité femmes-hommes dans les documents de consultation.
- 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 demander une déclaration sur l'honneur attestant de la non condamnation de l'entreprise pour le délit de discrimination (ART 225-1 du code pénal) et pour l'infraction à l'égalité professionnelle entre les hommes et les femmes (ART L1146-1 du code du travail).
- Mettre en oeuvre une annexe sociale intégrant les notions de lutte contre les discriminations à l'embauche, promouvoir l'égalité hommes-femmes au travail et l'insertion des personnes en situation de handicap.

#### **ACTION B :**

**Encourager les solutions innovantes en interne afin d'optimiser les pratiques éthiques et responsables**

- Continuer à promouvoir le « prendre soin » à travers des formations innovantes.
- Développer la communication à destination des fournisseurs : valoriser nos valeurs en termes d'éthique, discrimination... (par exemple en l'intégrant aux cahiers des charges).

### INDICATEURS

- Publier 100% des marchés avec un rappel des obligations légales en matière de non-discrimination et d'égalité femmes-hommes.

## ORIENTATIONS STRATÉGIQUES

Réduire les impacts sur la santé et favoriser la sécurité et le bien-être au travail.

## ACTIONS ET MOYENS

**ACTION A :**

**Veiller à la santé et à la sécurité des fournisseurs et de leur chaînes d'approvisionnement**

- Intégrer des clauses d'exécution santé-sécurité dans les prestations de services afin de limiter les risques inhérents aux manipulations ou à la logistique (ex : dosage produits, utilisation de produits écolabellisés pour l'entretien des bâtiments afin de limiter l'exposition aux produits chimiques).
- S'assurer des bonnes pratiques des fournisseurs vis-à-vis de leur propres chaînes d'approvisionnement en proposant un questionnaire aux soumissionnaires.
- Inciter les candidats à décrire leurs pratiques en matière de sécurité au travail et notamment la prévention des TMS.

**ACTION B :**

**Veiller à la santé et la sécurité de nos agents**

- Faire adhérer les fournisseurs à la démarche santé/sécurité : Filieris communiquera ses objectifs en matière de santé/sécurité (cf : réunion d'ouverture de chantiers à décliner afin de se caler sur la politique de l'entreprise).
- Assurer le suivi des fournisseurs avec la mise en œuvre d'une revue périodique des fournisseurs – par exemple, établir un questionnaire en lien avec les services QVT/prévention : évaluation des fournisseurs par le biais d'un questionnaire de satisfaction des utilisateurs en interne.

## INDICATEURS

- Nombre de revues de fournisseurs (stratégiques).
- Nombre de réunions d'ouverture de marché et réunions de clôture : passer en revue les objectifs du SPASER... acculturer.
- Suivi des plans de progrès demandés aux entreprises dans l'exécution des marchés sur la santé et la sécurité au travail.

# AXE 2 - AXE ECONOMIQUE

Agir pour une commande publique responsable, équilibrée et transparente

## FICHE N°1 :

Entretenir une relation constructive avec les fournisseurs.

## FICHE N°2 :

Continuer à promouvoir la transparence des procédures et assurer une concurrence loyale.

**Objectif de l'axe économique :** promouvoir une commande publique responsable, équilibrée et transparente comme outil de développement économique.

## ORIENTATIONS STRATÉGIQUES

A travers sa politique d'achats responsables et son SPASER, notre entreprise souhaite améliorer l'accès à la commande publique pour les entreprises des territoires, spécialement les TPE-PME, et les acteurs de l'économie sociale et solidaire. En alignement avec la charte RFAR, notre entreprise souhaite cultiver des relations partenariales avec ses fournisseurs et prestataires, allant au-delà de la simple relation entre « donneur d'ordres » et « fournisseur ».

## ACTIONS ET MOYENS

**ACTION A : faciliter l'accès à la commande publique en donnant de la visibilité aux fournisseurs**

- Donner de la visibilité en modélisant le SPASER à l'attention des fournisseurs et le joindre à nos DCE.
- Simplifier la compréhension et la réponse aux consultations : proposer un cadre de réponse technique environnemental et/ou social afin de guider les candidats dans la structuration de leur offre – Clarifier le cahier des charges en indiquant l'emplacement des documents : avant (diffusion des Projets d'achats), pendant (comment répondre), après (bien informer les candidats rejetés) – Rédiger un document de communication à remettre aux candidats afin de dédramatiser le sujet.
- Garantir une juste rémunération des entreprises : réduire les délais de paiement, communiquer sur les délais de paiement (optimiser le workflow via Chorus pro), adapter la politique des avances, réfléchir à la périodicité des paiements, adapter le taux de l'avance selon la nature du marché.
- Obtenir la labellisation RFAR (Relations Fournisseurs et Achats Responsables).

**ACTION B : optimiser l'allotissement des marchés pour favoriser l'accès à la commande publique et ne pas évincer les entreprises locales de la consultation**

- Sourcing approfondi : intégrer dans les besoins des exigences permettant de mettre en avant les spécificités locales (agroalimentaire, culturelle, industrielle).
- Allotir nos marchés en tenant compte des disponibilités des produits par les entreprises des territoires.
- Mener des actions de formation aux achats responsables pour les acheteurs et les prescripteurs.

## INDICATEURS

- Nombre de TPE/PME titulaires de marché.
- Nombre de réponses par consultation.
- Délai de paiement entre dépôt de facture sur Chorus et son règlement.
- Actions de communication externe.

### ORIENTATIONS STRATÉGIQUES

L'atteinte des objectifs du SPASER doit permettre à notre entreprise d'illustrer son positionnement d'opérateur de référence de la sphère santé et de poursuivre sa maîtrise des risques, notamment en matière de déontologie et de gestion des conflits d'intérêts.

### ACTIONS ET MOYENS

**ACTION A : améliorer l'information aux candidats évincés**

- Communiquer sur les motifs de rejets : affiner les rapports d'analyses des offres pour objectiver et détailler les motifs de rejets – marché sans formalités préalables : information des candidats rejetés.
- Repérer les offres anormalement basses et interroger les candidats.

**ACTION B : prévenir toute atteinte au principe d'égalité de traitement**

- Assurer en interne le respect des principes de déontologie à toute les étapes de l'achat (charte de déontologie de l'achat).
- Mener des actions de formation aux achats responsables pour les acheteurs et les prescripteurs.
- Assurer l'absence de conflits d'intérêts pour l'ensemble des procédures à toutes les étapes d'achat.
- Rester vigilant à l'égard des situations de dépendance économique.

### INDICATEURS : comment suivre la réalisation des objectifs ?

- Nombre de formations acheteurs internes.
- Nombre de signataires de la charte de déontologie de l'achat.

# AXE 3 - AXE ENVIRONNEMENTAL

## Agir pour une commande publique qui améliore la mise en œuvre et le suivi des considérations environnementales

### FICHE N°1 :

Renforcer la performance de nos achats.

### FICHE N°2 :

Diminuer l'empreinte carbone de nos achats et intégrer l'économie circulaire.

**Une considération environnementale** (Plan National des Achats Durables) est définie comme la prise en compte de la dimension environnementale dans l'acte d'achat. Elle est entendue au sens large comme, par exemple, la réduction des prélèvements des ressources, la composition des produits et notamment leur caractère écologique / polluant / toxique, le caractère réutilisable / recyclé / reconditionné / recyclable des produits, les économies d'énergies, la prévention de la production des déchets et leur valorisation, les pratiques environnementales appliquées aux modalités d'exécution des prestations et notamment les politiques de réduction des émissions de gaz à effet de serre, les performances en matière de protection de l'environnement et la biodiversité, la lutte contre la déforestation, les pollutions, le gaspillage alimentaire et énergétique, le développement des énergies renouvelables etc., en lien avec la prestation commandée.

**Objectif de l'axe environnemental** : améliorer la mise en œuvre et le suivi des considérations environnementales et limiter l'impact environnemental négatif de nos achats.

Il pose une exigence : questionner systématiquement l'achat, de l'expression du besoin au suivi d'exécution avec comme objectif de minimiser son impact environnemental.

**Objectifs PNAD 2022-2025** : d'ici 2025, 100% des contrats de la commande publique notifiés au cours de l'année comprennent au moins une considération environnementale.

## ORIENTATIONS STRATÉGIQUES

Dans un contexte écologique de raréfaction des ressources, il convient de limiter nos consommations et d'ajuster nos dépenses à nos besoins effectifs.

## ACTIONS ET MOYENS

### **ACTION A :** **maîtriser nos** **consommations**

- Définir le juste besoin : travailler sur l'estimation des justes quantités et de la juste qualité afin d'éviter la surconsommation et la « surqualité ».
- Mutualiser les moyens en interne pour optimiser les commandes (groupement de commande).
- Améliorer nos pratiques de gestion des stocks.
- Raisonner « usage » plutôt que « possession » : choisir entre achat/location.
- Profiter de la dématérialisation pour réduire nos consommations de papier.
- Communiquer sur la sobriété de nos achats.

### **ACTION B :** **acheter mieux**

- Acheter des produits en tenant compte de leur écoconception.
- Utiliser les écolabels chaque fois que l'achat le permet (Label européen, Ange Bleu, Nordic ecolabel .... attribué à un produit dont la production et l'utilisation ne nuisent pas à l'environnement).
- Exiger une politique d'écoemballage de la part des fournisseurs.
- Favoriser l'achat de produits issus de l'économie circulaire.
- Appliquer la loi EGALIM dans nos marchés de restauration.

### **ACTION C :** **promouvoir une politique** **de gestion des déchets** **(prévention de la** **production des déchets et** **leur valorisation)**

- Valoriser notre politique des déchets et communiquer sur notre « guide des déchets ».
- Prévoir dans les marchés de rénovation le recyclage et le réemploi des déchets de chantiers : interroger le prestataire sur sa gestion des déchets (mise en place des solutions innovantes, taux de recyclage – part de « recyclé » dans la production du produit).
- Déterminer un critère et le valoriser.
- Par nos achats, contribuer à la réduction des déchets liés au conditionnement des produits (choix de produits sans emballage, choix d'emballages réemployables, réutilisables ou recyclables).
- En définissant le juste besoin, contribuer à la réduction des déchets liés à notre parc immobilier (augmentation de la durée de vie des locaux, réparation, réemploi, réutilisation, recyclage des produits et des matériaux).

## INDICATEURS

- Evolution et suivi de nos consommations : achat de papier – énergie.
- % de produits bio et la consommation en restauration.
- Mention des écolabels dans le DCE.

**ORIENTATIONS STRATÉGIQUES**

Limitier les impacts des achats sur les émissions de gaz à effet de serre et réduire les consommations énergétiques.

**ACTIONS ET MOYENS**

**ACTION A : insérer des prescriptions et des critères environnementaux – sensibiliser les fournisseurs**

- Intégrer dans les marchés lorsque l’objet et les conditions s’y prêtent, des clauses et/critères relatifs à la thématique environnement.
- Informer / sensibiliser nos fournisseurs : attirer leur attention sur la note obtenue sur le critère environnemental et sur le contenu de leur réponse sur cette thématique.
- Intégrer des clauses incitatives ou des critères de sélection dédiés pour contribuer par exemple à la réduction des emballages ou proposer des solutions à impact environnemental positif (matières recyclées, indice de réparabilité...).
- Développer les circuits courts et les filières locales afin de réduire le nombre d’intermédiaire lors du processus de vente pour garantir une juste rémunération.
- Favoriser l’intégration de l’empreinte carbone de l’achat dans les critères d’attribution.
- Mettre en œuvre une annexe environnementale / un cadre de réponse technique dédié aux marchés.

**ACTION B : intégrer des matières recyclées dans nos achats et utiliser des matériaux issus du réemploi en lien avec les objectifs de la loi anti-gaspillage et de l’Economie circulaire (Loi AGECE)**

- Travailler sur les familles d’achat de la liste définie (décret du 09/03/2021 relatif à l’obligation d’acquisition par la commande publique de biens issus du réemploi ou intégrant des matières recyclées).
- Allotir des marchés pour des lots de produits reconditionnés ou issus du réemploi.

**ACTION C : optimiser la fin de vie des produits par le don, le recyclage, la réutilisation, la réparation**

- Prévoir dans les cahiers de charges des mesures incitatives de réemploi, réutilisation/recyclage des équipements et des matériaux.
- Favoriser le développement d’une filière de récupération du matériel information/numérique pour le recyclage et le réemploi.
- Favoriser la collecte et le recyclage et la vente de matériel professionnel
- Allonger la durée de vie du matériel informatique.
- Explorer le recyclage/la reprise des fournitures de bureaux non utilisées avec les fournisseurs.
- Demander les indices de réparabilité quand ils existent.

**ACTION D : réduire l’émission des Gaz à Effet de Serre (GES)**

- Développer une offre numérique économe en énergie : exiger des labels sur les équipements, favoriser des équipements identifiés comme écoresponsables et demander des statistiques auprès des fournisseurs.
- Demander bilan GES aux entreprises afin de connaître les actions mises en place (ex : parc automobile).
- Inciter nos fournisseurs à opter pour la mobilité durable, l’écoconduite et les écogestes.

**INDICATEURS**

- % de marchés intégrant un critère environnemental de jugement des offres.





[www.secumines.org](http://www.secumines.org)



[www.filieris.fr](http://www.filieris.fr)

CANSSM – 77, avenue de Ségur – 75714 Paris Cedex 15