

NATIONAL **TENDER** DAY

16.10.2025

18ème édition

L'ÉVÉNEMENT DE RÉFÉRENCE AUTOUR DES MARCHÉS PUBLICS EN BELGIQUE

www.ebp.be - seminars@ebp.be



DÉCOUVREZ NOTRE AGENDA DE FORMATIONS 2025



Inscrivez-vous et
profitez de -20% avec le code

NTD25VIPCLIENT

Formations sur mesure

Vous avez un besoin spécifique ?

Que ce soit pour approfondir un sujet précis ou mettre en place un parcours complet, nos experts créent avec vous une formation 100 % adaptée à vos objectifs et à votre réalité professionnelle.

Contactez sans plus attendre :

nikita.cols@ebp.be



25 NOVEMBRE

Marchés publics durables : excellez avec des commandes publiques écologiques

La durabilité comme facteur de succès !

Maîtrisez les dernières réglementations européennes, optimisez votre politique d'achat et transformez la durabilité en votre atout stratégique.



Inscrivez-vous
et profitez de -20%
avec le code

NTD25VIPCLIENT



23 OCTOBRE ou 16 DÉCEMBRE

Masterclass : L'IA générative pour les administrations

Découvrez comment utiliser l'IA pour
rédiger vos cahiers de charges et pour
comparer les offres



Inscrivez-vous
et profitez de -20%
avec le code

NTD25VIPCLIENT



Appréhender la durabilité dès la prospection





Objectif

Montrer que la prospection est le levier central pour transformer l'ambition durable en résultats concrets.

L'acheteur public devient un acteur stratégique capable de relier innovation, durabilité et faisabilité économique.

AGENDA

Pourquoi parler de prospection durable ?

Diagnostiquer le marché durable

Dialogue et co-construction

Construire des critères durables et crédibles

Clauses de suivi et performance durable

Gouvernance et montée en compétence

Communication et effet d'entraînement

Conclusion



Pourquoi parler de prospection durable ?

De nombreux marchés durables échouent faute de prospection.

Prospecter = comprendre les capacités et limites du marché.

Permet d'éviter le greenwashing et d'ancrer la durabilité dans le réel.

Stimule la participation des PME et l'innovation.

Première étape vers des marchés publics responsables.

1° étape : Diagnostiquer le marché durable

Analyser la maturité du marché et les technologies disponibles.

Identifier les labels et normes pertinents (ISO, Ecolabel, etc.).

Utiliser les appels à manifestation d'intérêt et les forums sectoriels.

Calibrer les exigences selon les capacités économiques réelles.

Éviter les critères irréalistes ou non mesurables.

2° étape : Dialogue et co-construction

Créer la
confiance et
l'innovation
par la
concertation.

- Organiser des consultations préalables
- Favoriser la co-conception de critères et d'indicateurs durables.
- Réduire les risques techniques et encourager l'innovation.
- Clarifier les attentes et stimuler la concurrence loyale.
- Impliquer les PME dès la phase de réflexion.
- Exemple : Forward Commitment Procurement

3° étape : Construire des critères durables et crédibles

Proportionnés et liés à l'objet du marché.

Mesurables, vérifiables et compréhensibles pour tous les opérateurs.

Un poids significatif à la durabilité ($\geq 10\%$)

Prévoir des preuves simples : labels, déclarations ou audits.

Inclure des sous-critères sociaux et circulaires.

4° étape : **Clauses de suivi et performance durable**

Intégrer des indicateurs de performance environnementale.

- Taux de recyclage, émissions, consommation énergétique

Prévoir des clauses de reprise, réparation ou recyclage.

Mettre en place des audits périodiques.

Favoriser les modèles de type 'produit-service'.

Valoriser la transparence et les « pénalités » positives.

5° étape : Gouvernance et montée en compétence

Nommer des référents achats durables dans chaque entité.

Créer des grilles d'évaluation et bibliothèques de critères.

Partager les bonnes pratiques entre services.

Mettre en place un comité de suivi ou cellule d'expertise.

Allouer du temps à la prospection dans la planification.

6° étape : Communication et effet d'entraînement

Publier les résultats et indicateurs de performance durable.

Communiquer sur les économies et les impacts positifs.

Mettre en avant les PME impliquées et les innovations locales.

Créer une culture de transparence et d'émulation.

Faire connaître les exemples réussis.

Conclusion : La prospection est un investissement rentable

La prospection réduit les échecs de procédure.

Elle renforce la qualité des offres et la concurrence.

Favorise l'innovation et l'accès des PME.

Améliore la durabilité sur tout le cycle de vie.

Le temps investi se traduit en économies futures.



EBP vous remercie de votre participation
à la 18^e édition du National Tender Day

www.ebp.be - seminars@ebp.be