

# LA COMMANDE PUBLIQUE, LEVIER DE LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE POUR LES ENTREPRISES DU TERRITOIRE

## Avis du Conseil de développement Grand Poitiers

Février 2023



GRAND POITIERS  
communauté urbaine

Contact :  
Conseil de développement de Grand Poitiers  
[conseildedeveloppement@grandpoitiers.fr](mailto:conseildedeveloppement@grandpoitiers.fr)  
05 49 30 22 56



Conseil de  
Développement  
de GRAND POITIERS

# POURQUOI CETTE SAISINE ?



# OBJET ET CONTEXTE DE LA SAISINE

Le Conseil de développement de Grand Poitiers a été saisi le 14 avril 2022 dans le cadre du cycle d'amélioration continue « Territoire Engagé Transition Écologique (ex. Labellisation Cit'ergie) pour 2022.

Par son regard citoyen, le Conseil de développement a vocation à **enrichir les propositions** des groupes de travail de Grand Poitiers composés d'élus et de techniciens, qui travaillent sur l'amélioration continue.

Sa contribution doit prendre la forme de pistes d'action, pour tenter de répondre aux questions posées.



Deux thèmes de travail sont proposés :

- La valorisation et la préservation des espaces forestiers et boisés de Grand Poitiers
- L'utilisation de la commande publique comme levier de la transition écologique pour les entreprises du territoire.

Le présent avis traite du 2ème thème consacré à la commande publique.

**GRAND POITIERS**  
communauté urbaine

Avis du Conseil de  
Développement de  
Grand Poitiers



  
Conseil de  
Développement  
de GRAND POITIERS

# PROBLEMATIQUE, OBJECTIFS ET ATTENTES DE GRAND POITIERS

A l'échelle nationale, la commande publique joue un rôle et représente environ 10% du PIB, soit 200 milliards d'euros.

À l'échelle locale, la commande publique permet **d'agir sur le développement de l'économie**, ainsi que sur celui **du territoire**, notamment grâce à des marchés publics comportant des clauses spécifiques (qui peuvent être des clauses sociales, environnementales, etc.) ou s'adressant à des catégories de structure particulières.

Tout en respectant les règles des marchés publics, la commande publique peut ainsi constituer un **LEVIER** au service :

- du **DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE** pour le territoire, en relocalisant le plus possible les achats, en laissant plus de place aux petites entreprises, en favorisant la structuration de filières ;
- de la **TRANSITION ÉCOLOGIQUE**, en intégrant le plus possible des clauses et des critères de développement durable ;
- de la **SOLIDARITÉ**, en créant des marchés d'insertion et des marchés réservés aux personnes éloignées de l'emploi ou en situation de handicap.



# PROBLEMATIQUE, OBJECTIFS ET ATTENTES DE GRAND POITIERS



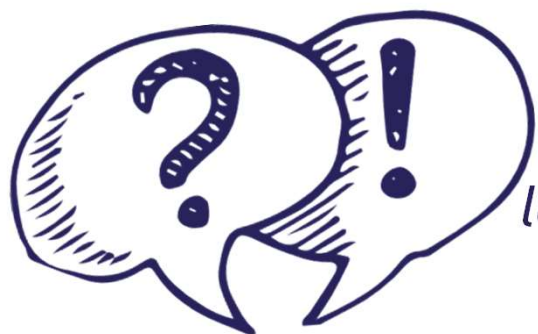
Au vu de l'impact de la commande publique sur le territoire, Grand Poitiers a décidé, tout en respectant les règles liées au droit de la concurrence et aux marchés publics, de s'engager dans la mise en œuvre systématiques de clauses sociales, environnementales et de marchés réservés aux personnes éloignées de l'emploi ou en situation de handicap.

Ainsi, plus précisément, les clauses environnementales sont désormais systématisées dans les cahiers des charges des marchés publics.



# QUESTION POSEE AU CONSEIL DE DEVELOPPEMENT

Face à ces enjeux, Grand Poitiers souhaite apporter des réponses à la question :



« Dans le cadre de ses achats, quel rôle peut jouer la collectivité pour inciter les entreprises à être plus vertueuses en matière d'environnement ? »

GRAND POITIERS  
communauté urbaine

Avis du Conseil de  
Développement de  
Grand Poitiers



Conseil de  
Développement  
de GRAND POITIERS

# METHODOLOGIE ET MOYENS MOBILISÉS

7 membres ont répondu à l'appel à candidatures

Issus d'origines socio-professionnelles très diversifiées (entreprises, droit social, secteur public, enseignement, ... ) les compétences d'usage se sont révélées particulièrement opportunes pour enrichir les échanges et faire naître les propositions qui suivent.



**GRAND POITIERS**  
communauté urbaine

Avis du Conseil de Développement de Grand Poitiers

## 2 SÉANCES DE TRAVAIL POUR ABORDER :

- Les enjeux du territoire en termes de transition écologique, par l'intermédiaire du Plan Climat Air Énergie (PCAET)
- Les enjeux du verdissement de la commande publique
- Les aspects techniques de la commande publique
- Les actions déjà menées par Grand Poitiers
- Les propositions concrètes du Conseil de développement pour répondre à la question posée

Ainsi, élus, services de Grand Poitiers et membres du Conseil de développement ont contribué avec intérêt et enthousiasme à cette saisine.



Conseil de Développement  
de GRAND POITIERS

# L'AVIS EN RÉSUMÉ





# L'AVIS EN RÉSUMÉ

## FAIRE MIEUX CONNAITRE LES ASPECTS STRATÉGIQUES DU PCAET :

- Action 1 : Créer des liens de confiance entre Grand Poitiers et les entreprises
- Action 2 : Établir des stratégies par domaine d'activité

## DÉVELOPPER UN PARTENARIAT STRUCTURANT ENTRE LES COLLECTIVITÉS ET LES ENTREPRISES :

- Action 3 : Partager régulièrement les informations
- Action 4 : Sensibiliser les entreprises aux enjeux du « verdissement » le plus en amont possible de la commande

## COMMUNIQUER ET VALORISER LES RÉSULTATS POSITIFS OBTENUS EN MATIÈRE DE LUTTE CONTRE LE RÉCHAUFFEMENT CLIMATIQUE :

- Action 5 : Valoriser les entreprises retenues pour un marché
- Action 6 : Sensibiliser les citoyens/usagers



# L'AVIS EN RÉSUMÉ

## AGIR SUR L'ORGANISATION DES MARCHÉS PUBLICS :

- Action 7 : Rédiger plus précisément l'objet de la commande
- Action 8 : Former les agents qui rédigent les marchés et notent les offres

## ACCOMPAGNER LA TRANSITION AU CHANGEMENT PAR UNE POLITIQUE INCITATIVE :

- Action 9 : Créer des dispositifs permettant aux entreprises de s'engager dans une démarche vertueuse
- Action 10 : Continuer et préciser le sourcing

## PARTAGER L'OBJECTIF ET LES BÉNÉFICES COMMUNS :

- Action 11 : Partager l'intérêt, à long terme, du verdissement de la commande publique
- Action 12 : Pour Grand Poitiers : devenir exemplaire par ses pratiques



# CALENDRIER DES ÉTAPES



# CALENDRIER DES ÉTAPES

14/04/22

12/05/22

28/06/22

20/01/23



## Appropriation du sujet

Enjeux du territoire et du PCAET sous forme de quizz

Cycle d'amélioration continue  
« Territoire Engagé Transition Écologique »

Grands enjeux du territoire, ambitions de Grand Poitiers et actions déjà menées

Premières réflexions des élus



## Production d'idées d'actions

Méthode des personnes basée sur des jeux de rôles pour imaginer des pistes d'actions



## Présentation des idées d'actions aux élu.es



## Retour des élus vers le Conseil pour expliquer les décisions prises

**GRAND POITIERS**  
communauté urbaine

Avis du Conseil de Développement de Grand Poitiers



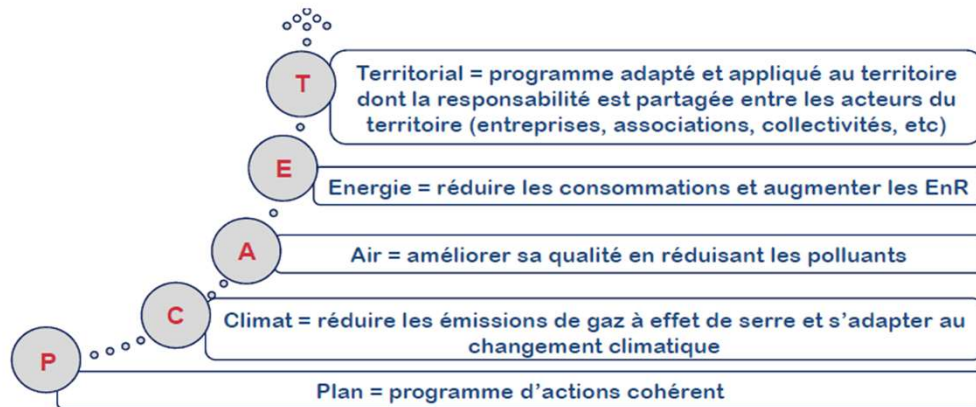
  
Conseil de Développement  
de GRAND POITIERS

# L'AVIS DÉTAILLÉ



# ELÉMENTS DE CONNAISSANCE APPORTÉS

## — Quiz du PCAET —



Le PCAET est une opportunité pour :  
Co-construire un projet de territoire visant à faire face à la hausse du coût de l'énergie et à lutter contre le changement climatique



## Le Plan Climat-Air-Energie Territorial (PCAET) de Grand Poitiers

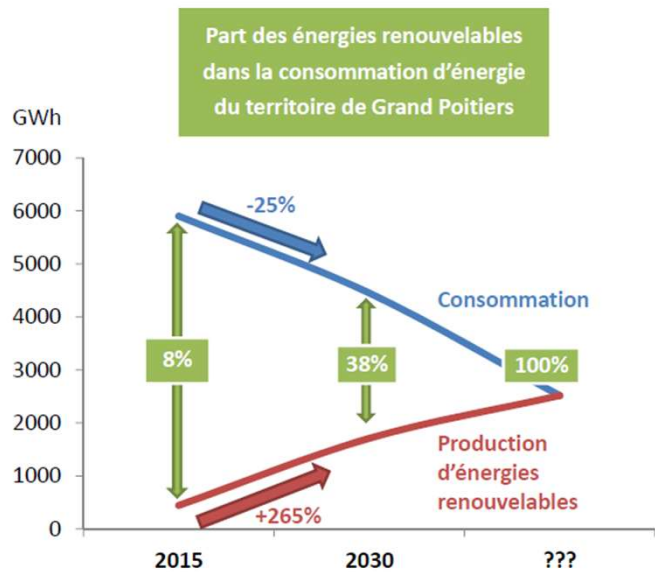
Afin d'atteindre les objectifs fixés par le Schéma directeur des énergies, le PCAET a été adopté par Grand Poitiers en décembre 2019. Il définit les actions concrètes à mettre en œuvre autour 8 enjeux :



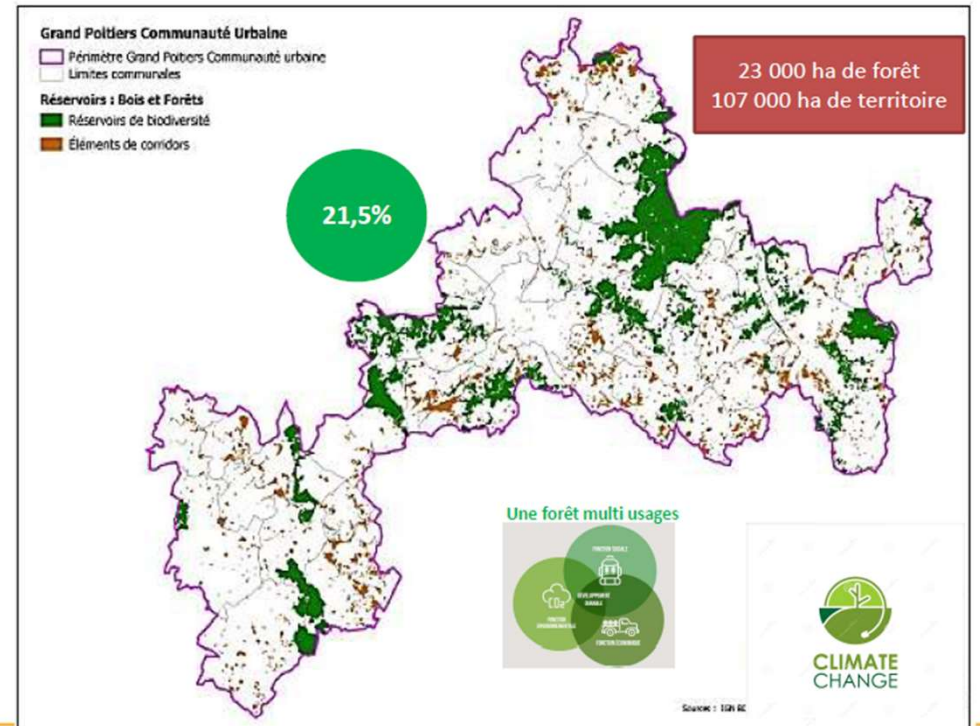
# ELÉMENTS DE CONNAISSANCE APPORTÉS



## OBJECTIFS 2030



## Présentation du PCAET



# ÉLÉMENTS DE CONNAISSANCE APPORTÉS

## VERDIR LA COMMANDE PUBLIQUE PAR L'AJOUT DE CLAUSES ENVIRONNEMENTALES POUR FAIRE MURIR LES ENTREPRISES

Le verdissement de la commande publique est l'un des enjeux de Grand Poitiers pour accélérer sa transition écologique et engager celle de ces partenaires par effet d'entraînement. En ajoutant des clauses environnementales dans ces marchés publics, les entreprises sont «poussées» à se verdir également, et à démarrer leur transition écologique pour répondre à ces marchés.

## FORMER LES ACHETEURS

Le métier d'acheteur est nouveau, surtout pour les communes qui n'ont pas toutes d'acheteurs professionnels. Leur formation pour devenir acheteur est essentielle pour pouvoir accéder plus facilement au marché public.

**GRAND POITIERS**  
communauté urbaine

Avis du Conseil de  
Développement de  
Grand Poitiers

## ACCOMPAGNER LES ENTREPRISES

Pour aider les entreprises du territoire à s'adapter à ces nouvelles clauses, un dispositif d'accompagnement des entreprises est en cours de création par Grand Poitiers. Il a pour vocation de les accompagner et de les valoriser dans leur transition écologique, en améliorant leurs performances environnementales pour accéder plus facilement aux marchés publics. Il est composé d'un outil d'autoévaluation des performances environnementales et d'une boîte à outils et de conseils pour progresser en : mobilité, gestion de l'énergie, gestion de l'eau, déchets...





# ELÉMENTS DE CONNAISSANCE APPORTÉS

## PRENDRE EN COMPTE LE DROIT A LA CONCURRENCE

Le droit à la concurrence rend obligatoire la publication des marchés publics au-delà de 40 000 €. Même s'il existe des techniques juridiques pour encourager l'activité locale (ex: diviser les différents besoins en lots pour choisir/maîtriser les prestataires), il n'est donc pas possible d'exclure des entreprises au motif qu'elles sont situées en dehors du territoire.

## FACILITER L'ACCÈS DES (PETITES) ENTREPRISES LOCALES AUX MARCHÉS PUBLICS

C'est l'un des enjeux de Grand Poitiers. Cette démarche d'inclusion pour les entreprises qui dynamisent socialement et économiquement le territoire, limite également l'impact carbone de la prestation par sa proximité. Néanmoins, la clause carbone, qui pourrait limiter l'accès aux prestataires hors territoire, n'est pas applicable car elle ne respecte pas le droit de la concurrence.

**GRAND POITIERS**  
communauté urbaine

Avis du Conseil de  
Développement de  
Grand Poitiers

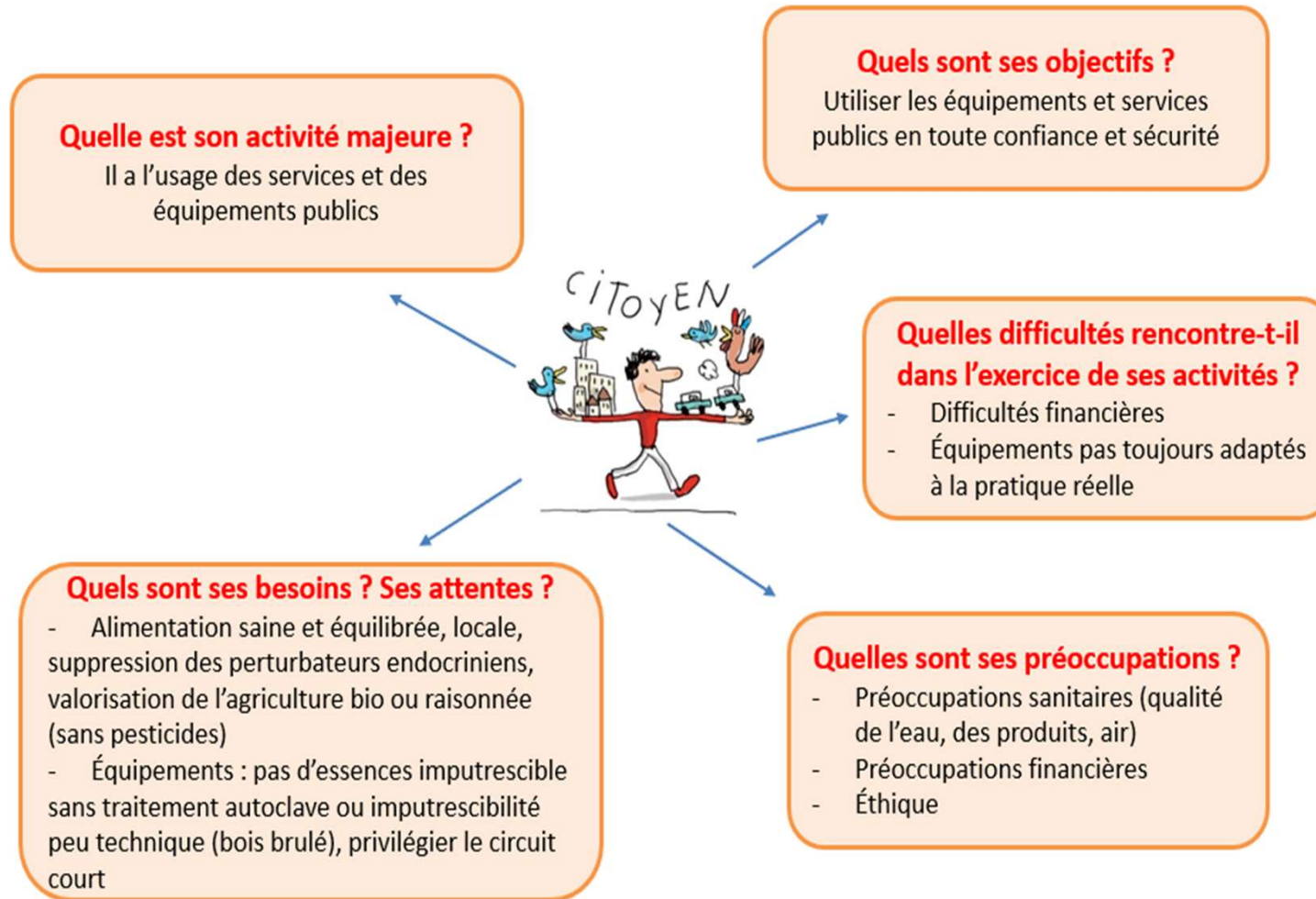
## RECOURIR AU SOURCING

Le terme de sourcing désigne l'action de recherche, de localisation et d'évaluation d'un fournisseur afin de répondre à un besoin identifié, un bien ou un service. Cette pratique, qui fait partie du métier d'acheteur, n'est pas obligatoire mais elle est encouragée par le code de la commande publique.

## RÔLE DE LA CENTRALE D'ACHAT

Cette structure immatérielle agit comme un seul et même acheteur, et a pour finalité d'acquérir des fournitures et/ou de services au bénéfice des acheteurs qu'elle représente (dans notre cas : Grand Poitiers, le CCAS ou Centre Communale d'Action Sociale, et la ville de Poitiers). Elle regroupe certaines commandes pour le compte de ses adhérents (36 des 40 communes de Grand Poitiers, Vitalis...), ce qui lui permet d'avoir des prix plus intéressants.

# ÉLÉMENTS DE CONNAISSANCE PRODUITS



# ÉLÉMENTS DE CONNAISSANCE PRODUITS

## Freins Menaces

### Les achats/équipements correspondent à vos besoins/achats ? (ex : table extérieur école)

- Aires de jeux avec des copeaux de bois ne sont pas forcément accessibles pour tous (revêtements et sols perméables)
- Architecture délaissée au projet de la transition écologique (ex : établissements scolaires délaissés)
- Manque d'innovation du bâti : est-ce que la répartition du budget n'est pas faite au détriment de certains secteurs à privilégier (répondre aux attentes des usagers)

### L'intégration de critères écologiques aux marchés publics change-t-elle l'expérience utilisateur de l'équipement ?

- Oui mais pas forcément en bien, si le citoyen n'est pas acculturé à ces critères
- Peut coûter plus cher aux citoyens
- Suppression de certains emplois (ex : fermeture de l'aéroport)



## Forces Opportunités

### En quoi l'intégration de critères écologiques dans les cahiers des charges des marchés publics est-elle une opportunité pour le territoire ?

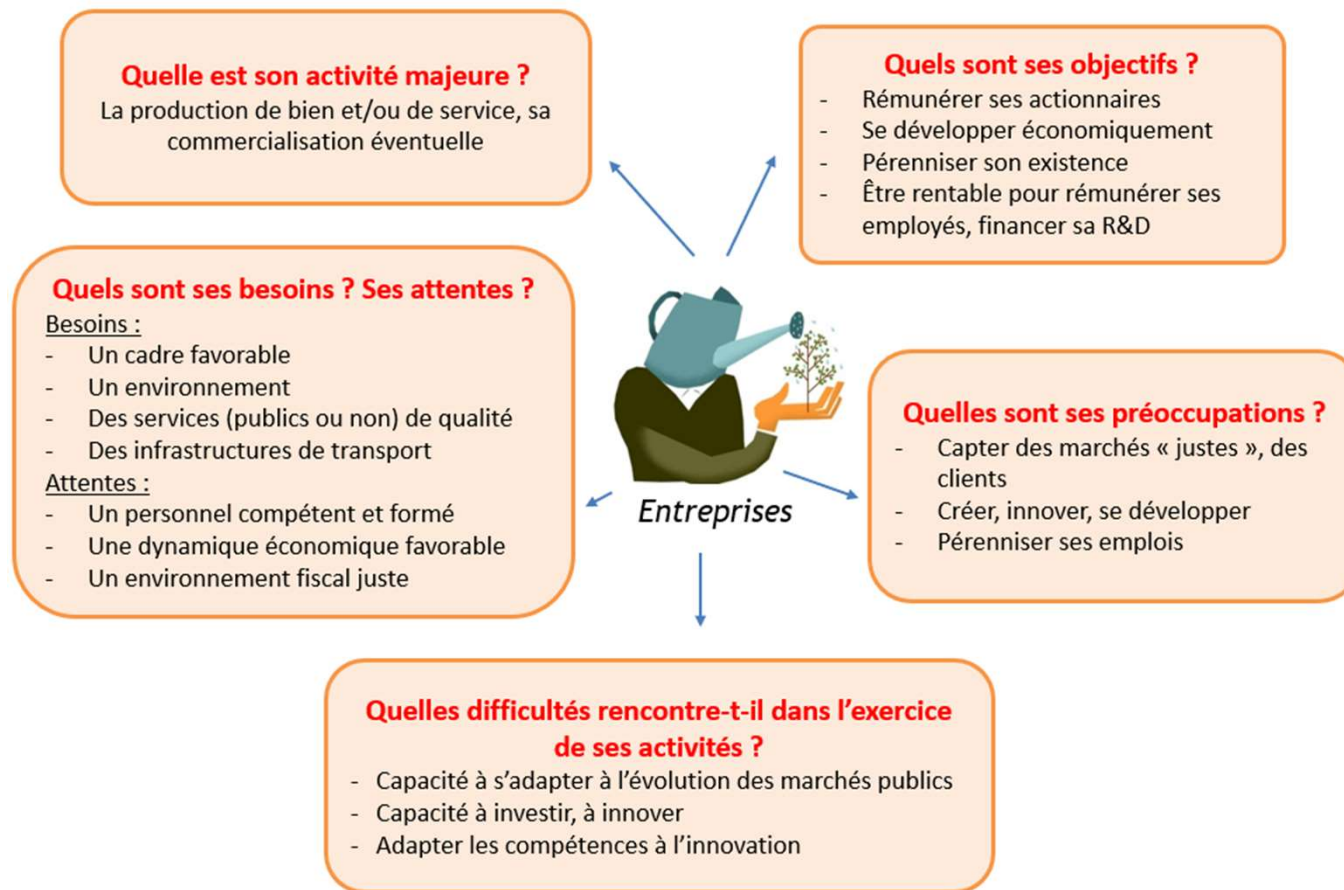
- Image valorisée, du plus à l'échelle nationale, espace plus attractif
- Peut amener des entreprises qui ont une marque employeur forte (engagée dans la RSE) à s'implanter dans la région
- Permet à la collectivité d'être raccord avec les obligations de la loi résilience-climat

### En quoi l'intégration de pratiques plus écologiques pour les entreprises (locales) est-elle une opportunité pour le territoire ? (en supposant qu'elles répondent à la commande publique de GP ou des communes)

- Meilleure qualité de vie : moins de dégradation, meilleure hygiène de vie (moins de problème de santé)
- Meilleure éducation : sur ces enjeux (informations)



# ÉLÉMENTS DE CONNAISSANCE PRODUITS



# ÉLÉMENTS DE CONNAISSANCE PRODUITS

## Freins Menaces

### Quels sont les freins pour répondre aux marchés publics ?

- La compétence pour répondre aux marchés (comprendre, appréhender les critères...)
- L'inadéquation de l'entreprise aux critères de l'offre
- Le temps de l'adaptation nécessaire au regard du risque (ne pas être retenu pour l'offre)
- Le rapport temps/coût : adaptation
- La compréhension des politiques publiques à long terme et des stratégies

### Quelles sont les difficultés de fournir un service / produit avec des valeurs écologiques ?

- L'anticipation pour adapter les entreprises
- Le rapport investissement / coût / bénéfice
- La compréhension des critères de notation et des attentes de la collectivité



## Forces Opportunités

### En quoi l'intégration de pratiques plus écologiques (ex : dans la conception des produits) est-elle une opportunité ?

- Cela représente des opportunités commerciales
- Cela peut faire baisser les coûts
- Permet d'innover dans les process
- Permet de développer de nouveaux emplois et / ou de nouveaux secteurs d'emplois



# ELÉMENTS DE CONNAISSANCE PRODUITS

## Quelle est son activité majeure ?

- Œuvrer pour l'intérêt général
- Développer de nouvelles formes d'action publique
- Satisfaction des citoyens

## Quels sont ses objectifs ?

- Exploration de nouvelles solutions
- Explorer le réseau des entreprises pertinentes
- Sensibilisation les chambres consulaires
- Limiter l'empreinte carbone de l'action publique
- Augmenter le DD dans la commande publique

## Quels sont ses besoins ? Ses attentes ?

- Besoins : Limiter les surcoûts
- Attentes : Justifier l'intérêt de la démarche de développement pour les citoyens



## Quelles sont ses préoccupations ?

- Code des marchés publiques trop rigides : difficultés juridiques
- Opacité (relative)
- Appel d'offre infructueux
- Entreprises pas en mesure de répondre aux appels d'offre

## Quelles difficultés rencontre-t-il dans l'exercice de ses activités ?

- Faire accepter ses actions auprès des différents acteurs (citoyens, entreprises, services)
- L'empreinte carbone
- La résilience



# ÉLÉMENTS DE CONNAISSANCE PRODUITS

## Freins Menaces

### Quels sont les freins à l'intégration de critères écologiques aux cahiers des charges

- Méfiance et méconnaissance de ces nouveaux critères
- Complexité de ces critères
- Le surcoût que celui-ci peut engendrer sur les réponses aux marchés

### L'ajout de critères écologiques impacte le prix de la commande, comment supporter cette augmentation ?

- CE N'EST PAS TOUJOURS LE CAS : le surcoût pas toujours automatique et inhérent aux critères écologiques
- Reconfigurer la manière d'investir
- Échelonner des investissements dans le temps

### Comment intégrer de nouvelles entreprises aux marchés publics ?

- C'est un travail de long terme
- L'information doit être réciproque
- De la sensibilisation est nécessaire
- Nécessaire de trouver de nouveaux champs d'application



### Comment choisir entre le prix et le respect des critères écologiques ?

- Reconfigurer la nature des investissements
- Réfléchir par secteur et par enjeu
- Approfondir par secteur pour avancer

## Forces Opportunités

### En quoi l'intégration de critères écologiques dans les cahiers des charges est-elle une opportunité ?

- Trouver de nouvelles solutions : créativité
- Source d'exemplarité
- (Re)créer des emplois
- Peut aussi représenter des économies (ex : rénovations énergétiques)
- Une meilleure qualité des devis



# RÉPONSE ARGUMENTÉE DU CONSEIL DE DÉVELOPPEMENT

## FAIRE MIEUX CONNAITRE LES ASPECTS STRATÉGIQUES DU PCAET :

Il apparaît déterminant au Groupe de travail que les aspects stratégiques et orientations politiques portés par les élus et par les services soient bien connus et bien appropriés par les entreprises afin qu'elles puissent, le plus en amont possible, les intégrer dans leur stratégie d'entreprise (choix des investissements par exemple).

Pour ce faire, il semble intéressant de s'appuyer sur les relais organisés des entreprises que sont les chambres consulaires et les organisations professionnelles.

Réciproquement, ces corps intermédiaires, par leur expertise, leurs connaissances fines de leurs secteurs d'activités et de leurs membres, sont à même d'enrichir les réflexions des commanditaires publics pour qu'ils puissent mieux appréhender leurs objectifs dans les cahiers des charges, en particulier dans les secteurs très innovants.

### Action 1

Créer des liens de confiance entre Grand Poitiers et les entreprises

→ Pour faciliter la coopération, les échanges, pour expliquer la stratégie de long terme de la Collectivité (aide pour l'adaptation des entreprises).

### Action 2

Établir des stratégies domaine d'activité par domaine d'activité

→ Une meilleure connaissance des secteurs doit permettre à Grand Poitiers d'être plus spécifique et clair dans la rédaction de ses marchés, en particulier dans les secteurs où les innovations technologiques ou celles des procédures de fabrication évoluent rapidement.





# RÉPONSE ARGUMENTÉE DU CONSEIL DE DÉVELOPPEMENT

## DÉVELOPPER UN PARTENARIAT STRUCTURANT ENTRE LES COLLECTIVITÉS ET LES ENTREPRISES

Dans le respect des procédures juridiques des appels d'offres, il semble intéressant de mettre en place un partenariat structurant pour faciliter les échanges et construire une dynamique de territoire entre les entreprises et les Collectivités sur les enjeux du PCAET.

### Action 3

Partager régulièrement les informations

→ Expliquer la stratégie de la collectivité - et ses évolutions- aux entreprises, échanger sur les attentes et les pratiques des différents secteurs. Ce partage doit se concevoir à double-sens, gage d'un partenariat réussi.

### Action 4

Sensibiliser les entreprises aux enjeux du verdissement le plus en amont possible de la commande

→ Pour connaître leurs besoins et déterminer les organisations qui pourront les aider à s'engager dans cette démarche de « verdissement ».



# RÉPONSE ARGUMENTÉE DU CONSEIL DE DÉVELOPPEMENT

## COMMUNIQUER ET VALORISER LES RÉSULTATS POSITIFS OBTENUS EN MATIÈRE DE LUTTE CONTRE LE RÉCHAUFFEMENT CLIMATIQUE

L'intérêt à agir des entreprises pour s'inscrire dans les enjeux de « verdissement » ne doit pas se résumer à obtenir opportunément des marchés, mais doit contribuer à une évolution pérenne du secteur marchand dans son rapport à l'environnement. Pour cela, la communication des résultats positifs obtenus en matière de lutte contre le réchauffement climatique, semble être un levier puissant - mais actuellement sous utilisé - pour inciter les entreprises à s'approprier ces résultats pour valoriser eux-mêmes leur image auprès de leurs clients non publics, mais aussi auprès de leurs employés et du grand public.

### Action 5

Valoriser les entreprises retenues pour un marché

- Au travers une campagne de communication, par exemple : « Grand Poitiers a choisi cette entreprise pour les raisons suivantes ... » / Valoriser les efforts des entreprises (locales), communiquer sur les entreprises qui ont une démarche RSE pionnière en matière écologique et sociale.
- En créant un label qui valoriserait les entreprises répondant aux marchés publics et aux critères écologiques. Celui-ci doit être reconnu par les entreprises, leurs paires, les salariés, les différentes collectivités.

### Action 6

Sensibiliser les citoyens/usagers

A travers une campagne de communication de proximité, expliquer les choix retenus pour l'adjudication des équipements publics afin d'acculturer le grand public sur la nouvelle stratégie de « verdissement » de la commande publique (expliquer les raisons de choix retenus sans ignorer les aspects financiers ...).



# RÉPONSE ARGUMENTÉE DU CONSEIL DE DÉVELOPPEMENT

## AGIR SUR L'ORGANISATION DES MARCHÉS PUBLICS

La définition et la rédaction des appels d'offre est déterminante pour atteindre rapidement les objectifs visés. Or, les critères environnementaux et sociaux sont par nature complexes par leurs aspects systémiques. Ils s'ajoutent donc à la complexité de la définition des appels d'offres qui doit satisfaire également aux autres critères habituels (délais, couts, ...), sans être incohérents, voire contradictoires, avec les critères du verdissement.

### Action 7

Rédiger plus précisément l'objet de la commande

L'objet de la commande doit être défini avec plus de précision pour « inciter » les entreprises à s'engager dans une démarche « plus vertueuse » afin de pouvoir y répondre.

### Action 8

Former les agents qui rédigent les marchés et notent les offres

Former les agents qui rédigent les marchés et notent les offres en intégrant l'aspect juridique et l'approche « verte » (loi AGEC, loi Climat-Résilience...).



# RÉPONSE ARGUMENTÉE DU CONSEIL DE DÉVELOPPEMENT

## ACCOMPAGNER LA TRANSITION AU CHANGEMENT PAR UNE POLITIQUE INCITATIVE

S'agissant d'une politique de long terme, d'un réel changement de paradigme, les pouvoirs publics doivent - chacun à leur niveau de compétences et de façon coordonnée - prendre en compte la situation existante et jouer pleinement leur rôle dans l'accompagnement à la transition des entreprises par une politique incitative.

### Action 9

Créer des dispositifs permettant aux entreprises de s'engager dans une démarche vertueuse

→ Exemples :  
Subventions de soutien aux investissements, incitations fiscales...

### Action 10

Continuer et préciser le sourcing

Déjà engagé par Grand Poitiers, le sourcing doit continuer et être précisé pour connaître les structures locales (PME) qui peuvent répondre aux marchés, engager une démarche de transition écologique et se regrouper pour répondre ensemble aux marchés (pour peser dans la balance et répondre à une grosse commande).



# RÉPONSE ARGUMENTÉE DU CONSEIL DE DÉVELOPPEMENT

## PARTAGER L'OBJECTIF ET LES BÉNÉFICES COMMUNS

Dans un processus de changement, la transition d'un modèle à un autre est bien acceptée si chacun des acteurs comprend les bénéfices de ce changement.

Les entreprises du secteur marchand, confrontées aux jeux concurrentiels de court terme, sont encore trop souvent réfractaires aux contraintes environnementales qui s'inscrivent dans un temps long. Il s'agit donc d'un changement culturel à opérer pour les entreprises, en terme dans RSE, qui doivent se considérer comme acteur à part entière du territoire non seulement économique, mais aussi environnemental et sociétal.

### Action 11

Partager l'intérêt, à long terme, du verdissement de la commande publique

Partager l'intérêt, à long terme, du verdissement de la commande publique, et par la même occasion, du verdissement des entreprises locales qui répondent aux marchés.

La hausse de la qualité de vie engendrée renforcera l'attractivité du territoire.

### Action 12

Pour Grand Poitiers, devenir exemplaire par ses pratiques

Cela doit créer une impulsion, un effet d'entraînement pour les entreprises qui travaillent (ou veulent travailler) avec la Collectivité.



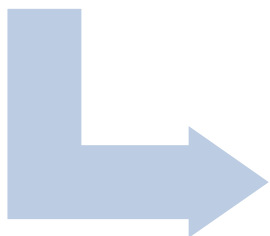
# SUITES DE LA DÉMARCHE



# SUITES DE LA DEMARCHE

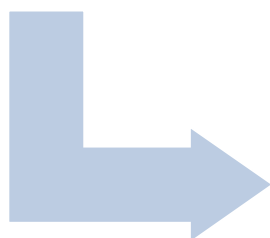
6 AVRIL 2023

- Présentation de la contribution du Conseil de développement en bureau communautaire



2023

- Participation des membres volontaires du groupe à l'élaboration de la charte forestière



Post-2023

- Suivi des propositions du Conseil, notamment au sein de la charte forestière et du PLUi

L'avis du Conseil de développement sera également mis en ligne sur le site de Grand Poitiers, et présenté en bureau communautaire.

# MERCI DE VOTRE ATTENTION

## Contacts :

Conseil de développement de Grand Poitiers

[conseildedeveloppement@grandpoitiers.fr](mailto:conseildedeveloppement@grandpoitiers.fr)

05 49 30 22 56



GRAND POITIERS

communauté urbaine



Conseil de  
Développement  
de GRAND POITIERS