

CAHIER DES CHARGES FONCTIONNEL ET TECHNIQUE

**MARCHE DE PRESTATIONS DE CONSEIL STRATEGIQUE EN COMMUNICATION,
INFLUENCE ET PILOTAGE DE LA MARQUE ET DES CAMPAGNES**

N° DE CONSULTATION : 021.24

TABLE DES MATIERES

1.	PRESENTATION DE FRANCE TRAVAIL.....	3
2.	Contexte et objectifs de communication pour France Travail.....	3
3.	Objet du marché.....	5
3.1.	Libellé et description du marché.....	5
3.2.	Périmètre du marché.....	6
3.2.1.	Sur le plan territorial :.....	6
3.2.2	Exclusion :.....	6
4.	Volumétrie.....	6
5.	Description Détaillée des prestations attendues	7
5.1	Modalités d'exécution des prestations	7
5.1.1	Conseil stratégique (F1.1) (Prix pour un mois).....	8
5.1.2.	Comité de pilotage mensuel F1.2 (prix pour un mois).....	9
5.1.3	Conception et production d'identités visuelles, de chartes et de supports complexes de communication (UO1.1 A UO1.10).....	9
5.1.4	Production de campagnes de communication (UO2.1 à UO2.10).....	10
5.1.5	Prestations complémentaires.....	11
5.1.5.1.	Réunions supplémentaires (UO3.1 à UO3.3).....	11
5.1.5.2.	Notes de recommandations supplémentaires (UO 4).....	12
5.1.5.3.	Présentation et intervention en réunion ou en séminaire (UO5.2 A UO5.7).....	12
5.1.5.4	Formation et montée en compétences des équipes (UO6.1 A UO6.3).....	13
5.1.5.5	Autres actions de communication ponctuelles et hors forfait (UO7.1 à UO7.5).....	13
5.2.	Compétences et composition de l'équipe mise à disposition de France Travail.....	14
6.	Attentes particulières vis-à-vis du titulaire.....	14
6.1	Devoir de conseil.....	14
6.2	Plan de progrès.....	15
6.3	Devoir d'information.....	15
6.4	Clause carbone et respect de la loi « climat et résilience »	15
6.5	Transfert de compétences.....	15
6.5.1	Principe	15
6.5.2	Fonctionnement en équipe intégrée	16
6.5.3	Connaissances capitalisables.....	16
7.	Modalités de pilotage et de suivi du marché.....	16
7.1	Interlocuteurs du titulaire auprès de France Travail.....	16
7.2	Interlocuteurs de France Travail auprès du titulaire.....	16
7.3	Instances de pilotage	17
7.4	Instances de suivi	17
7.5	Éléments de reporting.....	18
8.	Opérations de contrôle des prestations.....	18
7.1.	Contrôles à la charge du titulaire	18
7.2.	Contrôles réalisés par France Travail	18

1. PRESENTATION DE FRANCE TRAVAIL

Acteur majeur du marché de l'emploi en France, France Travail est un établissement public administratif, doté de la personnalité morale et de l'autonomie financière, et soumis aux règles comptables applicables aux entreprises industrielles et commerciales. Son directeur général est nommé en conseil des ministres.

France Travail est administré par un conseil d'administration, son action s'appuie sur une direction générale, et une organisation déconcentrée.

Une convention pluriannuelle d'objectifs et de gestion conclue entre l'État, l'Unedic et France Travail, définit les objectifs assignés à France Travail au regard de la situation de l'emploi et des moyens prévisionnels qui lui sont alloués par l'Unedic et l'État.

En matière d'achat, France Travail est soumis aux dispositions de Code de la commande publique.

En application de la loi n°2023-1196 du 18 décembre 2023 pour le plein emploi, Pôle emploi est devenu France Travail le 1^{er} janvier 2024. Cette transformation, qui n'empporte pas la création d'une nouvelle personne morale, consiste en un changement de dénomination et un élargissement des missions de l'établissement au sein du réseau pour l'emploi mentionné à l'article L.5311-7 du code du travail.

En tant qu'opérateur, France Travail a pour mission d'accueillir, d'informer, d'orienter et d'accompagner les personnes à la recherche d'un emploi, d'une formation ou d'un conseil professionnel et de veiller à la continuité de leur parcours d'insertion sociale et professionnelle. Il prescrit toutes les actions utiles pour développer leurs compétences professionnelles et améliorer leur employabilité. Il favorise leur reclassement, leur promotion professionnelle, ainsi que leur mobilité géographique et professionnelle. France Travail aide et conseille les entreprises dans leurs recrutements, prospecte le marché du travail et a également pour mission de développer une expertise sur l'évolution des emplois et qualifications.

2. CONTEXTE ET OBJECTIFS DE COMMUNICATION POUR FRANCE TRAVAIL

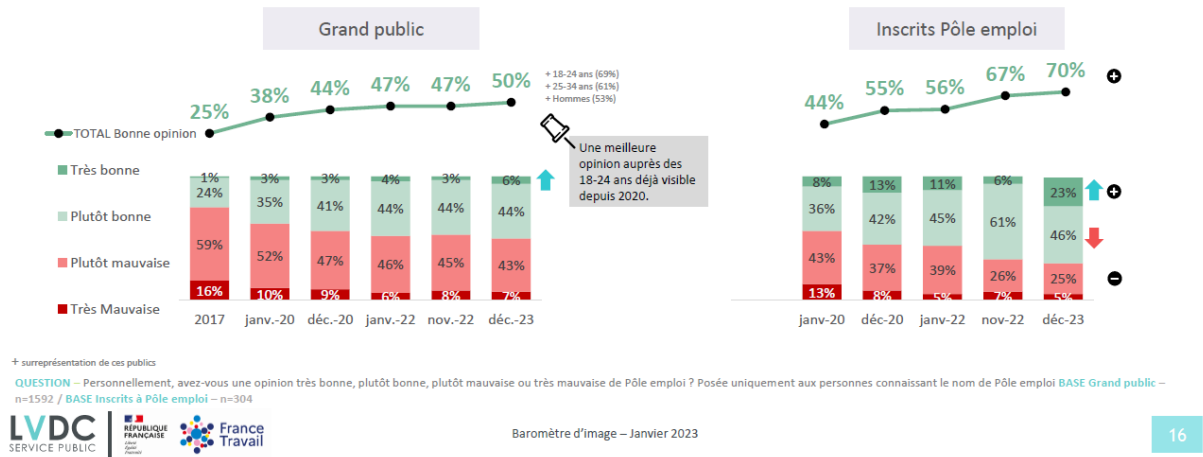
France Travail a succédé à Pôle emploi au 1^{er} janvier 2024 par la loi pour le plein emploi pour mieux accompagner toutes les personnes sans emploi ainsi que les employeurs. A ce titre, l'établissement s'est vu confier de nouvelles missions liées notamment à l'inscription de toutes les personnes sans emploi et au développement de communs numériques pour l'ensemble des acteurs de l'insertion, de la formation et de l'emploi rassemblés dans le Réseau Pour l'Emploi. France Travail accompagne également les employeurs dans leur recherche de candidats et dans leurs recrutements avec une volonté de faire en sorte que ces derniers soient plus inclusifs. Pour augmenter le taux de recours des employeurs à France Travail, la marque France Travail Pro a été créée en octobre 2024.

Le changement de nom de Pôle emploi en France Travail doit être l'occasion d'un repositionnement de l'image de marque de l'établissement afin de ne plus être perçue comme « l'agence du chômage » mais l'agence des réussites des personnes, des entreprises et des territoires permettant de valoriser ainsi l'engagement et la mobilisation de l'ensemble des collaborateurs.

Aujourd'hui, seule une moitié de Français ont une image positive de l'établissement.

Opinion de Pôle emploi

→ La moitié des répondants ont une opinion positive de Pôle emploi (plutôt bonne pour l'essentiel). Une belle évolution de la part d'inscrits Pôle emploi ayant une très bonne opinion (+17 points vs novembre 2022). Cela confirme une tendance positive observée depuis janvier 2020.

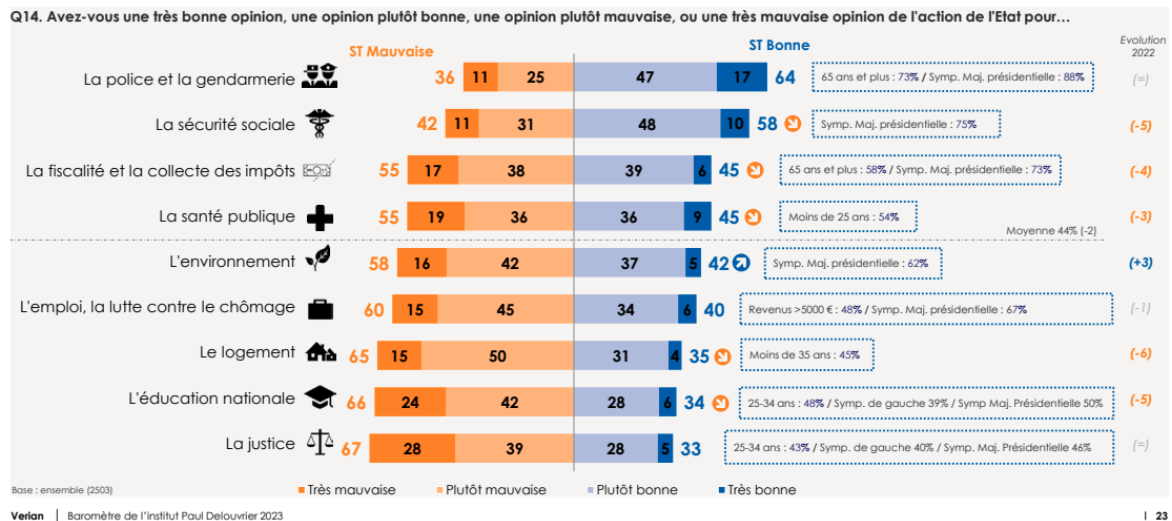


Le baromètre Delouvrier est plus sévère concernant l'action de l'Etat et le service public en matière d'emploi et de lutte contre le chômage :

Comparaison de l'opinion des Français à l'égard des différents services publics

Une opinion des Français à l'égard des services publics en baisse

En moyenne, seuls 44% des Français ont une bonne opinion de l'action de l'Etat concernant les différents services publics. Comme l'an dernier, on enregistre une forte baisse générale de l'opinion sur les divers services publics, en particulier la sécurité sociale, les services du logement et l'éducation nationale. La seule hausse de l'opinion concerne l'environnement.



D'ici la fin 2027, l'ambition est que France Travail bénéficie d'une meilleure image.

L'établissement devra avoir fait la preuve de sa transformation auprès des publics suivants en s'appuyant sur les atouts dont il bénéficie.

- **Demandeurs d'emploi** : avec un enjeu particulier pour les jeunes, les seniors, les personnes les plus éloignées de l'emploi et les créateurs d'entreprise.
- **Entreprises et employeurs** : notamment les TPE-PME qui n'ont pas nécessairement de services RH et qui renferment pourtant le potentiel d'embauches sur le territoire.
- **Partenaires institutionnels et territoriaux** : Il s'agit des collectivités locales, des administrations publiques, des parlementaires et des partenaires sociaux avec lesquels France Travail collabore pour mettre en œuvre des politiques de l'emploi. La communication doit viser à renforcer la coopération et à partager les bonnes pratiques notamment dans le cadre de la nouvelle gouvernance instituée par la loi pour le plein emploi dans le cadre des comités locaux. L'enjeu est de montrer l'efficacité de l'institution.
- **Médias et influenceurs** : l'enjeu est de montrer l'efficacité et la transformation à l'œuvre et le chemin pour y arriver, la capacité de l'établissement à incarner la réussite de la réforme
- **Grand public** : Sensibiliser le grand public aux missions et aux résultats de France Travail, ainsi qu'à l'importance des différentes actions en faveur de l'emploi et de la formation.
- **Collaborateurs de France Travail** : assurer une communication interne efficace pour que tous les employés soient bien informés des objectifs, des directives et des nouveautés, afin qu'ils puissent fournir le meilleur service possible aux usagers et augmenter le sentiment de cohésion, d'appartenance et de fierté. Il s'agit également de les accompagner dans cette période de transformation pour qu'ils comprennent les changements en cours, les portent et incarnent cette nouvelle image de France Travail.

La direction de la communication de la direction générale de France Travail souhaite s'adjoindre les services d'une agence de communication stratégique pour porter la nouvelle ambition de l'établissement auprès des différentes cibles citées ci-dessus et l'accompagner dans l'installation d'une stratégie de présence, de communication et d'influence résolument plus moderne, moins institutionnelle, plus conversationnelle et plus impactante et qui saura mobiliser agents et managers de l'établissement. C'est donc dans ce cadre que se situent les prestations attendues.

3. OBJET DU MARCHÉ

3.1. Libellé et description du marché

Le présent marché porte sur une réflexion globale sur le positionnement de la marque et de la communication interne et externe de France Travail.

Cette réflexion doit aboutir à des propositions d'axes stratégiques de positionnement de la marque et de la communication ainsi qu'à des préconisations au niveau du discours tant pour l'interne que pour l'externe.

Ces propositions serviront de support à la conception d'un plan de communication pluriannuel et à son déploiement.

3.2. Périmètre du marché

3.2.1. Sur le plan territorial :

Le marché de conseil stratégique en communication, influence et pilotage de la marque et des campagnes concerne la direction nationale de la communication de France Travail.

3.2.2 Exclusion :

Le marché ne concerne pas :

- La veille médiatique presse et audiovisuelle
- La veille et la production de contenus pour les réseaux sociaux
- La production audiovisuelle
- La conception, la réalisation et l'impression de documents simples à destination des publics internes et externes
- La conception et la réalisation de contenus destinés aux publics internes et externes (article, infographie, ...)
- L'achat d'espaces média
- Les objets de communication (goodies...)

4. VOLUMÉTRIE

A titre indicatif, la volumétrie annuelle est estimée pour les prestations forfaitaires (F1.1 et F1.2) à :

- 6 comités de pilotage stratégique (un tous les deux mois) complétés quand nécessaire par des points téléphoniques réguliers avec la directrice de la communication
- Une réunion opérationnelle mensuelle
- 2 réunions de coordination des agences de France Travail par an
- 6 à 8 notes de recommandation par an
- 1 note de tendance par an
- En cas de crise majeure (environ 2 / an), des recommandations stratégiques et la rédaction des éléments de langage associés.
- Aide à la rédaction de discours / tribunes internes et/ou externes (4 par an)

Pour les commandes ponctuelles (UO1 à UO7) :

- Conception d'1 à 2 campagnes de communication par an
- 2 interventions en séminaire
- 4 à 5 « naming » de nouveaux services
- 4 à 5 créations de logos pour des nouveaux services, création de la charte et déclinaison du kit de communication associé
- 2 à 3 cadrages, conseils et production autour des prises de parole stratégiques du directeur général

5.1 Modalités d'exécution des prestations

Il s'agit d'accompagner la direction de la communication de France Travail dans la mise en œuvre de sa stratégie de communication pluri-annuelle pour chacun de ses projets de communication interne et externe avec une capacité d'analyse, de stratégie, une réflexion critique pour proposer des recommandations stratégiques et conceptuelles pertinentes, au regard de l'objectif à atteindre et des délais fixés par France Travail.

Le titulaire apporte le conseil stratégique, l'accompagnement et la coordination dans le suivi opérationnel et la mise en œuvre des axes stratégiques retenus. Le titulaire peut être amené à proposer des campagnes de communication, des actions de relation presse et publiques, ou encore des actions d'influence.

Il est attendu du titulaire une réflexion, une méthode de travail et les compétences associées pour analyser chaque enjeu de communication qui lui sera exposé par la direction de la communication de France Travail. Il devra être en mesure d'apporter des conseils stratégiques, des arguments pour être au plus près des besoins et des objectifs de communication, être en veille active sur les enjeux d'emploi et être force de proposition dans ses recommandations. Le titulaire devra cibler précisément le public pour chaque action de communication proposée.

Chaque projet fera l'objet d'un briefing écrit exposant le sujet, les publics concernés, les objectifs, le retro planning et le budget.

Les prestations du marché portent notamment sur (liste non exhaustive) :

- **Le positionnement stratégique de la communication de France Travail**
- **Le conseil et l'accompagnement stratégique**, permettant ainsi un développement optimal de la communication de France Travail afin de prendre, de manière concrète, les meilleures orientations.
- **L'analyse de l'actualité et les recommandations d'actions**, à travers les revues de presse et/ou les baromètres internes produits par France Travail, afin de réagir de manière rapide et effective aux tendances et aux besoins en communication en temps réel.
- **Les propositions de partenariats et de collaborations avec d'autres acteurs publics ou privés**, mettent en avant la force d'ouverture de France Travail vers tous les acteurs de tous les secteurs.
- **La veille stratégique sur les tendances et les campagnes de communication**, donnant lieu à une analyse des tendances en termes de communication, et permettant d'affiner la stratégie et d'adapter la communication de France Travail à son environnement.

- **La conception de campagnes de communication**, permettant de transmettre des informations et des messages adaptés à chaque besoin, et ce aux différents publics et cibles.
- **Le suivi et analyse des retombées.**
- **La stratégie de valorisation de la marque**, en orientant la création de contenus adaptés et une cohérence des discours.
- **Le mix media de la marque**, permettant de cibler les médias à utiliser en fonction des outils et/ou de campagnes données, et afin d'assurer des retombées optimales.
- **Un appui aux enquêtes d'opinion**
- **La communication d'influence.**
- **La communication de crise si nécessaire.**
- **La rédaction de discours et la préparation des éléments de langage sur les sujets stratégiques.**

5.1.1 Conseil stratégique (F1.1) (Prix pour un mois)

Ce forfait annuel, calculé sur la base de onze (11) mois en excluant le mois d'août, a pour objet un comité stratégique (obligatoirement composé, pour le titulaire, du directeur général, du directeur conseil et d'un chef de projet ; selon les thématiques abordées, ce comité peut être complété par la présence d'un expert) qui se réunit tous les deux mois (6/an), au siège de France Travail, pour une durée de 3h. Il a pour objet l'échange sur les briefs, la présentation des livrables et le suivi des projets en cours.

Ce conseil permanent passe également par des échanges téléphoniques réguliers entre le DG du titulaire et la directrice de la communication.

Livable(s) : A partir d'une note de brief écrite ou orale, de la part de la direction de la communication de France Travail, il est attendu du titulaire : **une recommandation et un plan d'actions** avec, si cela est nécessaire, la production de campagnes de communication. Le titulaire adresse sa recommandation et/ou son plan d'actions, à la direction de la communication, dans un délai maximum de 5 jours ouvrés après la tenue de la réunion. En cas de crise, le titulaire devra faire preuve d'une forte réactivité et des premières recommandations pourront être attendues dans l'heure et ce même en dehors des jours ouvrés.

Dans le cadre de son conseil, le titulaire fournira également à la direction de la communication :

- Une note de recommandation proactive bimestrielle
- Une note de tendance annuelle
- Un bilan annuel avec proposition d'optimisation

5.1.2. Comité de pilotage mensuel F1.2 (prix pour un mois)

Ce forfait annuel, calculé sur la base de onze (11) mois en excluant le mois d'août, a pour objet un comité de pilotage (obligatoirement composé, pour le titulaire, d'un directeur conseil et d'un chef de projet ; selon les thématiques abordées, ce comité peut être complété par la présence d'un expert) qui se réunit tous les mois, au siège de France Travail, pour une durée de 2h maximum. Il a pour objet l'échange sur les briefs, la présentation des livrables et le suivi des projets en cours.

Livrable(s) : Ces réunions feront systématiquement l'objet **d'ordre du jour et de compte-rendu** réalisés par le titulaire. L'ordre du jour doit être transmis par le titulaire, au plus tard, 48 heures ouvrées avant la réunion du comité de pilotage. Le compte-rendu des échanges lors de la réunion doit être transmis, à la direction de la communication, dans un délai maximal de 48h ouvrées après la tenue de la réunion.

5.1.3 Conception et production d'identités visuelles, de chartes et de supports complexes de communication (UO1.1 A UO1.10)

A la demande de la direction de la communication, le titulaire propose des identités visuelles et des chartes associées (logo, ligne graphique, iconographie...) pour les produits, services ou lieux de France Travail dans le respect de la charte actuelle.

Le titulaire propose, conçoit et réalise également des supports de communication complexes en lien avec la stratégie proposée (définition du message, adaptation de la tonalité, création de slogan...).

Le titulaire s'engage à prendre en compte l'ensemble des règles d'accessibilité dans ses propositions.

Pour information, la direction de la communication de France Travail dispose de marchés pour les prestations suivantes qu'elle coordonne pour la réalisation des actions de communication à savoir : éditorial interne et externe comprenant conception et mise à jour graphique de documents existants ou de documents d'information simples (affiches agences concernant la réglementation, mise à jour d'un flyer serviciel existant...), activités d'impression, réalisation de reportages photo, production vidéo.

En fonction des besoins, du degré d'expertise et de technicité nécessaire, dix (10) types de profils peuvent intervenir pour cette prestation. Au besoin, plusieurs niveaux d'intervenants peuvent être associés dans une même commande (chaque tranche représente une demi-journée). Peuvent ainsi intervenir :

- Le directeur général de l'agence (UO1.1)
- Le directeur de clientèle (UO1.2)
- Le directeur artistique (UO1.3)
- Le graphiste sénior (UO1.4)
- Le graphiste junior (UO1.5)

- Le chef de projet senior (UO1.6)
- Le chef de projet junior (UO1.7)
- Le chargé de projet (UO1.8)
- Un concepteur-rédacteur junior (UO 1.9)
- Un concepteur- rédacteur senior (UO 1.10)

Livrable(s) : Le titulaire **propose des supports adaptés** à la demande ainsi que le **planning de réalisation**, et le cas échéant retravaille les pistes créatives à la demande de France Travail. Après validation par la direction de la communication de France Travail, **le titulaire assure la réalisation des supports**.

Pour chaque projet, le titulaire est tenu de respecter strictement le planning détaillé et de résorber tout retard constaté sur les différentes tâches, en mettant tous les moyens nécessaires pour le combler, et ce, sans incidence financière pour France Travail. Si des circonstances extérieures imprévisibles risquent de perturber le déroulement normal des prestations, le titulaire est tenu d'en aviser la direction de la communication dans un délai minimum de 3 jours ouvrés.

Sous réserve d'un accord écrit entre les parties, le planning détaillé d'exécution peut être modifié. Ces modifications ne doivent cependant pas entraîner de répercussion sur le délai global de livraison du projet.

Dans tous les cas, si le délai de livraison d'un projet est dépassé et/ou le délai de prévenance n'est pas respecté, le titulaire encourt l'application des pénalités prévues à l'article 7 du Contrat.

5.1.4 Production de campagnes de communication (UO2.1 à UO2.10)

En fonction du plan de communication, des problématiques posées et des enjeux associés, le titulaire propose la mise en place de campagnes de communication. Le titulaire assure la conception et la réalisation de la campagne, émet des recommandations sur le mix media et assure le suivi global des KPI et du ROI en lien avec les autres agences concernées.

Les prestations du présent marché portent notamment sur la réalisation des axes suivants :

- Proposition de la mécanique de la campagne
- Création des slogans et visuels de campagne
- Recommandation sur le mix media
- Réalisation des supports de la campagne (spots radio ou tv, film corporate, affiches, bannières...)
- Suivi des performances de la campagne
- Recommandations sur les suites à donner (prolongation, changement de mécanique...)

En fonction des campagnes, du degré d'expertise et de technicité nécessaire, 10 types de profils peuvent intervenir pour cette prestation. Au besoin, plusieurs niveaux d'intervenants peuvent être associés dans une même commande (chaque tranche représente une demi-journée). Peuvent ainsi intervenir :

- Le directeur général de l'agence (UO2.1)
- Le directeur de clientèle (UO2.2)
- Le directeur artistique (UO2.3)
- Le graphiste sénior (UO2.4)
- Le graphiste junior (UO2.5)
- Le chef de projet sénior (UO2.6)
- Le chef de projet junior (UO2.7)
- Le chargé de projet (UO2.8)
- Le concepteur-rédacteur sénior (UO2.9)
- Le concepteur- rédacteur junior (UO2.10)

5.1.5 Prestations complémentaires

En complément des prestations énumérées ci-dessus, et en fonction des besoins de France Travail, la direction de la communication se réserve la possibilité de commander ponctuellement des prestations complémentaires, telles que détaillées ci-dessous :

5.1.5.1. Réunions supplémentaires (UO3.1 à UO3.3)

Des réunions supplémentaires peuvent être commandées en fonction de l'agenda et des projets de France Travail. En fonction de la nature de la réunion et/ou ou des personnes rencontrées, le titulaire met à disposition les profils et les compétences adéquates.

Réunion de consultation stratégique (UO3.1)

Cette réunion est menée auprès du directeur général et /ou d'un membre du Comité de direction de France Travail et/ou de la direction de la communication. Cette réunion peut être réalisée en présentiel ou à distance. La durée de chaque réunion est environ d'une heure. Cette prestation est assurée par le directeur général du titulaire.

Réunion de conseil (UO3.2)

Cette réunion est menée auprès du Codir de la direction de la communication de France Travail, par le directeur de clientèle du titulaire. Elle intervient en complément des réunions des comités stratégique et de pilotage et a une durée d'environ 2 heures.

Réunion opérationnelle de projet (UO3.3)

Cette réunion est menée auprès d'un des départements de la direction de la communication. Le département précis et les enjeux de la réunion sont spécifiés au titulaire lors de la survenance du besoin. Cette prestation à une durée d'environ 2 heures. Cette prestation est assurée par le directeur de clientèle du titulaire.

Livrable(s) : Quel que soit le type de réunion, le titulaire transmet un compte-rendu dans un délai maximum de 48 heures ouvrées. Ce document reprend les principaux sujets évoqués en réunion, les préconisations de l'agence et les éventuelles suites à donner ainsi que la répartition des tâches et leur planning.

5.1.5.2. Notes de recommandations supplémentaires (UO 4)

Selon les besoins de France Travail, la direction de la communication peut demander au titulaire de fournir des notes de recommandation supplémentaires (comportant des conseils et des préconisations en stratégie de moyens et d'actions, de conseil média).

- Simple (sans rough ou approche créative) (UO4.1)
- Complexe (avec rough ou croquis d'idée créative) (UO4.2)

5.1.5.3. Présentation et intervention en réunion ou en séminaire (UO5.2 A UO5.7)

Cette prestation comprend tout ou partie les tâches qui entourent une intervention en public : la préparation de l'intervention avec, le cas échéant, une réunion de travail avec le commanditaire ; la préparation des supports d'intervention ; la participation, l'animation ou l'intervention selon le cas ; la restitution.

En fonction de l'événement, du degré d'expertise et de technicité nécessaire, 5 types de profils peuvent intervenir pour cette prestation. Au besoin, plusieurs niveaux d'intervenants peuvent être associés dans une même commande (chaque tranche représente une demi-journée). Peuvent ainsi intervenir :

- Le directeur de clientèle (UO5.1)
- Le directeur artistique (UO5.2)
- Le chef de projet (UO5.3)
- Le chargé de projet (UO5.4)
- Le concepteur-rédacteur junior (UO5.5)
- Le concepteur- rédacteur senior (UO5.6)

Livrable(s) : Le livrable correspond à la formalisation validée des prestations définies ci-dessus.

5.1.5.4 Formation et montée en compétences des équipes de la direction de la communication (UO6.1 A UO6.3)

Selon les besoins et les projets, France Travail peut solliciter le titulaire pour que ce dernier dispense des formations aux équipes de la direction de la communication, en lien avec l'actualité de la communication.

Les formations individuelles et collectives (maximum 10 participants par session) sont dispensées dans les locaux de la direction générale ou à distance, selon la volonté du prescripteur. Elles sont réalisées, au plus tard, dans les 10 jours ouvrés après l'envoi du bon de commande par la direction générale.

Les livrables attendus sont ainsi :

- ✓ Les sessions de formation dispensées ;
- ✓ La conception et la livraison des supports de formation (UO 6.1).

Les formations peuvent être individuelles (UO 6.2) ou collectives (UO 6.3).

5.1.5.5 Autres actions de communication ponctuelles et hors forfait (UO7.1 à UO7.5)

En sus des prestations précédemment définies, la direction de la communication peut commander ponctuellement d'autres actions de communication en plus de celles incluses dans le forfait. Celles-ci pourraient, par exemple, porter sur la rédaction d'un discours, d'une synthèse pédagogique, d'une tribune, etc.

En fonction de l'action de communication, du degré d'expertise et de technicité nécessaire, plusieurs types de profils peuvent intervenir pour cette prestation. Au besoin, plusieurs niveaux d'intervenants peuvent être associés dans une même commande (chaque tranche représente une demi-journée). Peuvent ainsi intervenir :

- Le directeur général de l'agence (UO 7.1)
- Le directeur de clientèle (UO 7.2)
- Le concepteur rédacteur (UO 7.3)
- Le chef de projet (UO 7.4)
- Le chargé de projet (UO 7.5)

5.2. Compétences et composition de l'équipe mise à disposition de France Travail

Les intervenants chargés de l'exécution des prestations doivent présenter des profils aux compétences suivantes :

- Comprendre le contexte, les problématiques, les enjeux et les attentes de France Travail : être capable de reformuler des informations à l'attention des différents publics cible et à saisir les objectifs ;
- Faire des recommandations stratégiques ;
- Formuler des conseils applicables sous forme de plans d'actions ;
- Reformuler d'un point de vue conceptuel et rédactionnel.

L'expérience minimum attendue pour chacun des profils est la suivante :

- Le directeur général de l'agence
- Le directeur de clientèle
- Le directeur artistique (UO2.3), plus de 10 ans d'expérience
- Le graphiste sénior (UO2.4), plus de 5 ans d'expérience
- Le graphiste junior (UO2.5)
- Le chef de projet sénior (UO2.6), plus de 10 ans d'expérience
- Le chef de projet junior (UO2.7), plus de 5 ans d'expérience
- Le chargé de projet (UO2.8)
- Le concepteur-rédacteur sénior (UO2.9), plus de 10 ans d'expérience
- Le concepteur- rédacteur junior (UO2.10)

Le titulaire s'engage à conserver au sein de l'équipe chargée de l'exécution des prestations, pendant toute la durée de la validité du contrat, les profils et compétences minimaux requis. En cas de remplacement d'un ou de plusieurs intervenants en cours d'exécution du contrat du fait du titulaire, celui-ci avise le chef de projet du départ de ce(s) membre(s) de l'équipe sans délai. Le titulaire doit alors assurer le remplacement de ce(s) membre(s) par un équivalent, qu'il soumettra à France Travail dans un délai maximal d'un mois à compter de la date d'envoi du précédent avis.

6. ATTENTES PARTICULIERES VIS-A-VIS DU TITULAIRE

6.1 Devoir de conseil

Le titulaire, du fait de son expertise, est tenu de conseiller France Travail sur les modalités d'exécution des prestations. Ce devoir de conseil s'exerce au fil de l'exécution des prestations : il peut porter sur l'organisation mise en œuvre, les modalités d'approvisionnement, plus spécifiquement sur tout point lié à l'objet du

marché qui pourrait faire l'objet de propositions d'optimisation, et, de ce fait, à la réduction des coûts.

6.2 Plan de progrès

De même, le titulaire s'engage à présenter à France Travail, annuellement un plan de progrès dont l'objectif est l'optimisation des prestations.

6.3 Devoir d'information

Le titulaire s'engage à informer ses interlocuteurs nationaux à la direction générale de France Travail de toute modification de la réglementation, de la norme en vigueur, de son processus de production, ou tout autre changement qui impacterait la prestation.

6.4 Clause carbone et respect de la loi « climat et résilience »

L'exécution des prestations attendues doit s'insérer dans une démarche de protection ou de mise en valeur de l'environnement.

A cet effet, le titulaire s'engage pour l'exécution des prestations attendues à :

- ✓ réduire le nombre d'impressions papier en généralisant le format électronique et en n'imprimant les documents que sur demande expresse de France Travail. En cas d'impression papier, le titulaire utilise du papier recyclé et non blanchi écolabélisé de type « Blue Angel » ou équivalent, en format recto-verso, avec une mise en page réduisant les impressions (2 documents par page, etc.) et une conception de document visant à limiter au maximum la consommation d'encre.
- ✓ réduire et recycler les déchets notamment par le recours aux structures issues de l'économie circulaire spécialisées dans le ramassage, la valorisation et le recyclage des déchets).
- ✓ Réduire les déplacements professionnels en privilégiant le travail à distance.

A l'issue de chaque année d'exécution de marché, le titulaire présente à France Travail un bilan quantitatif et qualitatif des mesures ainsi mises en place, sans préjudice de l'obligation générale d'engagement environnemental (cf. article 6.1.1 du contrat).

6.5 Transfert de compétences

6.5.1 Principe

Dans le cas des prestations avec transfert de compétences (UO1.1 à UO1.3), il est attendu du titulaire qu'il propose, en sus de sa réponse précise aux besoins exprimés et en lien avec les travaux à réaliser et le type d'accompagnement proposé, des modalités de transfert de compétences et d'assistance à la montée en charge des équipes sur les sujets traités. Un transfert de compétences du titulaire aux équipes de France Travail quant aux méthodes, outils, meilleures pratiques et procédures s'applique dès la notification du marché et tout au long de l'exécution de celui-ci.

6.5.2 Fonctionnement en équipe intégrée

Sauf exceptions, tous les types de prestations attendues doivent être réalisés en équipe intégrée, le titulaire doit fournir un cadrage de la démarche collaborative envisagée et des besoins en termes de méthodologies et de compétences à mobiliser.

Ce dispositif tient compte des intervenants de France travail affectés au pilotage et à la réalisation de la mission.

Ce mode de travail fortement intégré doit favoriser le transfert de compétences, de méthodologies et d'expertises du titulaire vers France travail.

6.5.3 Connaissances capitalisables

Le titulaire définit et assure tout au long de l'exécution de l'accord-cadre la gestion documentaire des études qu'il réalise. Cette dernière comprend l'ensemble de la documentation recensée et produite ainsi que les procédures de son organisation.

Tout au long de l'exécution des prestations, le titulaire met en place un dispositif de capitalisation des documents (intermédiaires et finaux) qui alimente une base de connaissances restituée à France Travail. Ce dispositif favorise l'appropriation par France travail des contenus produits et des méthodes employées.

7. MODALITÉS DE PILOTAGE ET DE SUIVI DU MARCHÉ

7.1 Interlocuteurs du titulaire auprès de France Travail

Le titulaire désigne dans sa proposition technique un représentant qui est l'interlocuteur privilégié de France Travail pour l'ensemble des questions contractuelles ; celui-ci a autorité pour régler toute difficulté liée à l'exécution des prestations. Il représente le titulaire dans toutes les réunions où celui-ci est convié dans le cadre de l'exécution du marché et du contrôle des prestations. Il est en lien avec l'acheteur qui assure le suivi de l'exécution contractuelle du marché à la direction des achats de France Travail.

Le titulaire met également à disposition de France Travail une équipe dédiée pour traiter des questions liées à la gestion opérationnelle des prestations.

7.2 Interlocuteurs de France Travail auprès du titulaire

Les interlocuteurs du titulaire au sein de France Travail sont :

- Pauline Calmès, directrice de la communication
- Romuald CHEMINEAU-GRICOURT, responsable de la communication externe et de la marque
- Marion Fonteny, responsable du service presse et veille
- Clarisse Grignard, responsable de la communication interne et de l'engagement collaborateurs
- Juliette Hassan, adjoint du responsable de la communication externe

7.3 Instances de pilotage

- Une **réunion de lancement** du marché réunissant les représentants du titulaire et les interlocuteurs nationaux de France Travail, cités à l'article 6.2 ci-dessus, est organisée après la notification du marché par l'acheteur coordinateur de la Direction Achats et Marchés.

Cette réunion a pour objectif de fixer le calendrier de mise en place du dispositif, les modalités opérationnelles d'exécution des prestations et leur calendrier prévisionnel. Lors de la réunion de lancement, le représentant du titulaire doit être accompagné des personnes ayant la connaissance technique / chargés de l'exécution opérationnelle des prestations. Cette réunion de lancement a lieu dans les 15 jours ouvrés suivant la notification du marché.

La réunion de lancement peut être suivie si besoin d'une réunion technique visant à définir les modalités opérationnelles de réalisation des prestations.

- Une **réunion de bilan annuel** permet d'échanger sur l'exécution du marché et ses optimisations possibles, partager les points d'alerte sur les difficultés éventuellement rencontrées ;
- Dans le cadre de la réalisation des prestations attendues, des réunions peuvent être organisées ponctuellement soit à la demande de France Travail, soit à la demande du titulaire ;

Les invitations aux réunions sont envoyées par mail. Les comptes-rendus des réunions sont établis par le titulaire, transmis à France Travail dans les 2 jours ouvrés qui suivent les réunions, et validés par lui.

7.4 Instances de suivi

Une coordination avec la direction de la communication de France Travail est instaurée dès la notification du marché.

Elle comprend notamment et de façon non exhaustive :

- **Un suivi permanent du budget et de l'exécution du marché** (brief, organisation des réunions de pilotage, estimatifs budgétaires, commandes, avancement des projets, etc.) entre la direction de la communication de France Travail, le gestionnaire du marché, et son interlocuteur dédié chez le titulaire, chef de projet membre du comité de pilotage.
- **Un suivi de la performance et de l'efficacité des projets menés, et de l'efficacité de la relation de travail** : ce suivi/bilan se fait une fois par an (2 fois la première année du marché). En cas de difficultés, la direction de la communication se réserve de provoquer une réunion de suivi.

7.5 Éléments de reporting

Le titulaire fournit à France Travail un récapitulatif trimestriel comprenant les éléments suivants :

- Nombre de comités stratégiques (tous les 2 mois) réalisés et de compte-rendu transmis
- Nombre de comités de pilotage mensuels réalisés et de compte rendus transmis,
- Nombre de notes de conseil, de préconisations ou d'informations transmises,
- Nombre de livrables transmis,
- Nombre d'accompagnements spécifiques réalisés ou d'alertes ponctuelles.
- Rapport synthétique d'activités et des missions accomplies
- Note de synthèse des principales actions menées, et recommandations stratégiques
- Nombre de notes de tendance

Ces données sont transmises par mail à la direction de la communication de France Travail dans les 10 jours calendaires au plus tard du mois qui suit la période de référence.

De même, avant le 31 janvier de l'année suivante, le titulaire transmet à France Travail une consolidation annuelle des mêmes éléments.

8. OPERATIONS DE CONTROLE DES PRESTATIONS

7.1. Contrôles à la charge du titulaire

Le titulaire veille à ce que les normes de qualité mises en œuvre pour l'exécution des prestations attendues soient appliquées sans défaut jusqu'au terme de la prestation dont il est responsable.

Il effectue tous les contrôles de cohérence nécessaires à la bonne réalisation des prestations attendues. Il soumet à France Travail le détail des moyens mis en œuvre et lui fait connaître la procédure qualité activée.

En cas d'incident, le titulaire fournit à France Travail les procédures ou actions correctives mises en œuvre.

7.2. Contrôles réalisés par France Travail

Afin de contrôler le respect des engagements contractuels, France Travail se réserve le droit de demander, en cours d'exécution du marché, toutes les informations qu'il jugerait utiles au suivi de l'exécution des prestations.

France Travail se réserve également la possibilité d'effectuer des contrôles de la qualité d'exécution des prestations, sur les lieux d'exécution du marché.