

Accompagnement stratégie média et communication de crise

Cahier des clauses techniques particulières (CCTP)

Consultation n°

2024PFCOMCRISE

SOMMAIRE

- 1. OBJET DE LA PRESTATION.....3
- 2. CONTEXTE DES PRESTATIONS.....3
- 3. CONDITIONS DE RÉALISATION DES PRESTATIONS4
- 4. VÉRIFICATION DES PRESTATIONS4
- 5. DÉTAIL DES PRESTATIONS4

Sélectionner le sommaire, appuyer sur la touche F9 (ou Fn+F9) pour mettre à jour la numérotation des pages.

1. OBJET DE LA PRESTATION

■ Objet de la prestation :

Le présent accord-cadre a pour objet l'accompagnement stratégie média et communication de crise de l'Université Paris Est Créteil pour développer une communication par la preuve en multipliant les communications positives autant que possible, hors situations de crise.

■ Lieu d'exécution :

Le lieu d'exécution des prestations est **le site du campus centre de l'université Paris-Est Créteil Val de Marne (départements 94)** susceptible d'évoluer en cours d'exécution.

■ Intervenants :

Les prestations sont réalisées pour le compte de l'acheteur **Université Paris Est Créteil**, représenté par Jean-Luc Dubois-Randé Président.

Adresse et coordonnées :

61, avenue du Général du Gaulle
Créteil
94100 Créteil Cedex

■ Structure et forme du contrat

Les prestations du contrat ne font l'objet d'aucune décomposition.

La forme retenue pour l'exécution du contrat est **ordinaire**.

2. CONTEXTE DES PRESTATIONS

■ PRESENTATION DE L'UPEC

Avec 14 facultés, écoles et instituts, 1 observatoire et 32 laboratoires de recherche, l'UPEC (Université Paris Est Créteil) est présente dans tous les domaines de la connaissance depuis 1970 et forme chaque année plus de 42 000 étudiants et actifs de tous les âges.

Acteur majeur de la diffusion de la culture académique, scientifique et technologique, l'établissement dispense plus de 500 parcours de formations dans toutes les disciplines, du BUT au doctorat.

L'UPEC offre un accompagnement personnalisé de toutes les réussites, grâce à des parcours de formation initiale, des validations d'acquis et la formation continue, ou encore par le biais de l'apprentissage et des actions en faveur de l'entrepreneuriat.

Université engagée, l'UPEC pense et répond aux défis de la transformation sociale et environnementale en promouvant les excellences et plus de justice sociale.

La direction de la communication dans son élan de restructuration, a étoffé ses équipes avec l'arrivée d'une nouvelle directrice de la communication et l'appui d'une personne en charge des relations presse, mission qui n'était plus assurée depuis un certain temps. Cela dans l'objectif de se doter d'une communication puissante qui lui donne une identité notamment en :

- Montrant une recherche forte avec impact sur la société et sur l'activité économique, une université attractive sur le Grand Est Parisien versus Paris, partie prenante du développement de ce territoire, mais également au plan international,
- Montrant l'implication dans la vie étudiante et créer une expérience de marque pour l'étudiant, fierté d'appartenir à l'université.
- Développant une marque employeur.

3. CONDITIONS DE RÉALISATION DES PRESTATIONS

■ Normes et réglementation applicables :

Les normes et réglementation applicables sont celles relevant du secteur objet du marché.

■ Spécifications techniques :

Pas de spécifications techniques particulières.

4. VÉRIFICATION DES PRESTATIONS

■ Réception et contrôle des prestations :

Voir le CCAP

5. PRESTATIONS ATTENDUES

Les prestations à réaliser sont les suivantes :

Accompagnement stratégie média et communication de crise :

■ 1. Objectifs

L'objectif global est de développer une communication par la preuve, en multipliant les communications positives autant que possible, hors situations de crise.

Pour cela, nous souhaitons :

- Doter l'UPEC d'une stratégie de relations médias sur l'année 2025 et amorcer une stratégie vis-à-vis des influenceurs.
- Être en capacité de gérer les situations de communication de crise

■ 2. Diagnostic sur l'image, le positionnement et la cohérence stratégique de l'UPEC

- Etat des lieux de l'image et des retombées presse de l'UPEC à date.

■ 3. Accompagnement dans la construction de la feuille de route médias pour 2025

- Proposition de positionnement de l'UPEC dans les médias,
- La feuille de route proposée pourra s'inspirer de nos temps forts d'actualité mais devra également faire des propositions de sujets et initiatives innovants.

■ **4. Rédaction de communiqué de presse et suivi**

- Collecte des informations
- Prise de contact
- Identification des médias à cibler
- Rédaction des communiqués
- Relance des journalistes
- Gestion des demandes média

■ **5. Organisation de temps forts médias :**

- Mise en place, suivi demandes médias

■ **6. Intégration de la dimension coordination relations médias/influenceurs**

- Proposition pour lancer une stratégie influenceurs.

■ **8. Accompagnement dans les situations de crise survenant en 2025**

- Conseil
- Suivi opérationnel

■ **9. Accompagnement dans la constitution de fiches thématiques de crises potentielles identifiées**

- Positionnement stratégique
- Rédaction d'éléments de langage
- Identification des portes parole