

MARCHE PUBLIC DE SERVICES

GIP ACYMA

Service administratif

6 rue Bouchardon

75 010 PARIS

ème

3 étage

CAHIER DES CLAUSES TECHNIQUES PARTICULIÈRES

Objet :	Réalisation d'une campagne de sensibilisation à la cybersécurité dédiée aux jeunes adolescents
N° de marché :	M2025-001
Acheteur :	GIP ACYMA
Type de procédure :	Marché à procédure adaptée mono- attributaire
Date limite de remise des offres :	Le 14 mars 2025 à 12h00

SOMMAIRE

ARTICLE 1 : Contexte	3
ARTICLE 2 : Objet du marché (besoins)	3
ARTICLE 3 : Cadre et prestations attendues	4
3.1 Création du contenu	4
3.1.1 Livret	4
3.1.2 Déclinaison vidéo(s)	5
3.1.3 Autres supports	5
3.2 Diffusion des contenus	5
3.2.1 Papier	5
3.2.2 Numérique	5
3.1.3 Impression papier du livret	5
3.3 Conditions et droits d'utilisation	5
ARTICLE 4 : Modalités de mise en œuvre	6
4.1 Planning et délais de réalisation	6
4.2 Validation des contenus et livrables	7
4.3 Modalités financières	7

ARTICLE 1 : CONTEXTE

Cybermalveillance.gouv.fr est la plateforme du Groupement d'Intérêt Public Action contre la cybermalveillance (GIP ACYMA). Créé en 2017, ce dispositif national a pour missions l'assistance aux victimes d'actes de cybermalveillance, la protection des organisations, la sensibilisation aux risques numériques, et l'observation de la menace sur le territoire français, qui s'illustrent notamment au travers des services suivants : 17Cyber, Mon ExpertCyber et SensCyber. Ses 64 membres issus du secteur public, du privé et du domaine associatif contribuent à sa mission d'intérêt général pour ses 3 publics : particuliers, entreprises et collectivités. En 2024, Cybermalveillance.gouv.fr a accueilli 5,4 millions de visiteurs uniques sur son site Internet et plus de 420 000 personnes ont réalisé un parcours d'assistance.

Parmi les publics les plus vulnérables face aux risques cyber figurent les jeunes adolescents. En effet, aujourd'hui en moyenne un enfant acquiert son 1er smartphone à 11 ans et 4 mois* et sa première tablette à 9 ans et 5 mois*. Ils sont donc de plus en plus exposés aux dangers d'Internet, or selon l'étude de l'Association des Internaute*s*, 68 % des jeunes de 12 à 18 ans ne se sentent pas préparés à faire face aux dangers en ligne. Il est donc essentiel de les accompagner dans leur initiation au numérique de manière ludique et pédagogique.

**Étude de l'Association des Internaute*s (2023) a montré que 68 % des jeunes de 12 à 18 ans ne se sentent pas préparés à faire face aux dangers en ligne, et 72 % ont déclaré qu'ils souhaiteraient recevoir plus d'éducation sur la cybersécurité à l'école.*

Dans cette perspective, le GIP ACYMA souhaite mettre en place des actions de sensibilisation à destination des jeunes adolescents afin de les aider à se prémunir des risques et leur inculquer au plus tôt les bonnes pratiques dans leurs usages quotidiens.

ARTICLE 2 : OBJET DU MARCHÉ (BESOIN)

Le GIP ACYMA souhaite bénéficier de l'appui d'un éditeur de contenus jeunesse disposant d'une large audience auprès de ce public pour assurer la mise en œuvre d'une campagne de sensibilisation à la sécurité numérique des 9-12 ans.

Cette campagne aura pour pilier central la conception et la réalisation d'un livret ludo-éducatif associé à un dispositif de promotion/diffusion de celui-ci.

Ce dispositif sera enrichi de plusieurs ressources associées qui constitueront le fil rouge de la campagne afin de sensibiliser dans la durée pour favoriser la mémorisation des messages.

ARTICLE 3 : CADRE ET PRESTATIONS ATTENDUES

La campagne a pour objectif de sensibiliser les enfants de 9 à 12 ans aux risques numériques (hameçonnage, mots de passe, réseaux sociaux, etc.) en adoptant une approche pédagogique ludo-éducative adaptée à leur âge.

Les contenus devront :

- Être interactifs en encourageant un apprentissage ludique ;
- Utiliser un langage clair, accessible et engageant pour ce public ;
- Proposer des scénarios pratiques illustrant des situations du quotidien pour impliquer les jeunes lecteurs.

Dans le cadre du présent marché les prestations attendues sont les suivantes :

3.1- Création du contenu

3.1.1 Livret

Celui-ci constituera la ressource majeure de la campagne et aura les caractéristiques suivantes :

- A destination des enfants de 9 à 12 ans
- Permettra au public cible de comprendre les risques numériques et d'adopter les bonnes pratiques dans leurs usages quotidiens (gestion de ses mots de passe, des risques liés à l'hameçonnage et à l'ingénierie sociale, réseaux sociaux...)
- Approche ludo-éducative
- 8 ou 12 pages
- Pérenne et non daté (pour une utilisation minimale de 5 ans)
- Utilisable unitairement indépendamment du magazine
- Le livret sera également fourni en format .PDF HD ainsi que les fichiers sources.

3.1.2 Déclinaison vidéo(s)

Une ou plusieurs vidéos déclinées du contenu du livret seront créées afin de diversifier les formats et favoriser l'apprentissage.

3.1.3 Autres supports

La réponse du soumissionnaire sera enrichie d'une proposition d'autres supports pour compléter le dispositif et l'inscrire dans le temps. Exemples : contenus rédactionnels, podcasts, jeu concours, bannières web, pré-roll, jeux de société, goodies...

3.2 Diffusion des contenus

3.2.1- Papier

Les contenus « papiers » seront diffusés le plus largement possible auprès des abonnés d'un ou plusieurs magazines jeunesse ciblant les enfants de 9 à 12 ans.

Les contenus seront joints dans ce ou ces magazines.

3.2.2- Numérique

Les contenus « numériques » seront diffusés sur les sites internet, réseaux sociaux, et chaîne Youtube de l'éditeur et de ses magazines.

3.2.3- Impressions papiers du livret

Le projet prévoit l'impression de 2 000 exemplaires par le titulaire.

Il est attendu que le soumissionnaire précise dans sa réponse le coût du 1000 supplémentaire.

3.3 Conditions et droits d'utilisation

Le logo de Cybermalveillance.gouv.fr ainsi que celui du mécène pourront figurer sur chaque support dans le respect de la charte gouvernementale :

<https://www.info.gouv.fr/marque-de-letat/charte%20graphique-introduction>

La prestation inclura la cession de droits d'auteurs et de diffusion tous supports (TV inclus) pour une utilisation par Cybermalveillance.gouv.fr et ses partenaires pendant minimum 5 années. Les supports respecteront les critères d'accessibilité et de conformité du contenu RGAA (sous-titrage des vidéos...). Les fichiers d'export des contenus seront fournis en format HD, SD et Web.

ARTICLE 4 : MODALITÉS DE MISE EN ŒUVRE

4.1 – Planning et délais de réalisation

Afin d'assurer le bon déroulement du projet, les soumissionnaires répondant au présent marché fourniront au GIP ACYMA un planning précis des différentes actions à mettre en œuvre pour la phase de conception/création puis un plan de diffusion de la campagne idéalement à partir du 1^{er} octobre 2025 (date du lancement du Cybermois) au moins jusqu'à l'été 2026. Le planning définitif sera validé communément à l'émission de la commande.

Pour rappel, le titulaire s'engage à respecter le planning prévisionnel présenté dans son offre, qui constitue un engagement contractuel évalué dans le cadre du critère 3 du cadre de mémoire technique. Toutefois, afin d'assurer une mise en œuvre optimale des prestations et de prendre en compte d'éventuelles contraintes opérationnelles, un planning définitif sera établi en concertation entre le titulaire et le pouvoir adjudicateur après la notification du marché. Cette validation interviendra au plus tard 30 jours suivants la notification du marché et fera l'objet d'un compte rendu signé par les deux parties. Le planning définitif devra impérativement respecter les grands jalons et délais globaux annoncés dans l'offre du titulaire et ne pourra en aucun cas conduire à une remise en cause des engagements ayant fondé l'attribution du marché. En cas de nécessité d'ajustements significatifs, ces derniers devront être justifiés et validés par le pouvoir adjudicateur (GIP ACYMA), sans altérer les critères de mise en concurrence du marché.

4.2 – Validation des contenus et livrables

Afin d'assurer l'intégrité des messages et la cohérence des contenus, le titulaire du marché fournira aux différentes étapes clés du projet pour chaque support : chemin de fer ou storyboard, BAT, version finale, puis fichiers sources avec cession de droits.

4.3 – Modalités financières

Le soumissionnaire devra présenter son offre tarifaire relative à la réalisation du projet et l'indiquera dans son devis détaillant précisément chacune des prestations. Ce tarif devra intégrer tous les frais inhérents à la réalisation de la campagne, sa diffusion et l'impression (cf prestations listées dans l'article 3 du présent CCTP). Le montant global du projet ne pourra pas excéder 100 000 € TTC.