

CAHIER DES CLAUSES ADMINISTRATIVES PARTICULIÈRES **commun à tous les lots**

(C.C.A.P.)

Pouvoir adjudicateur :



**2 avenue du Lac
91013 Evry cedex**

(Organisme de droit privé chargé d'une mission de service public)

**Conception graphique, web et signalétique destinée à la
communication interne et externe de la Caf de l'Essonne**

Accord-cadre n° 8/2025

Accord-cadre à bons de commandes passé par appel d'offres ouvert européen en application des articles L.2124-1, L.2124-2, R2124-1, R.2124-2 et R.2161-2 à R.2161-5 du Code de la commande publique

Date d'établissement : 31 mars 2025

Lot 1 : Infographie

Ce marché portera uniquement sur la conception graphique, l'impression restant à la charge de la Caf de l'Essonne.

La prestation attendue sera la création de supports (de communication) éditoriaux comprenant enrichissement graphique, photos, rewriting (remise à la charte : les textes seront délivrés en brut), contrôle qualité (relecture, syntaxe, orthographe) et livraison des fichiers d'impression. La conception des éléments devra être effectuée sous InDesign, Illustrator et Photoshop, Canva et éventuellement sous Power point (pour des créations rapides notamment des masques de présentation).

➤ **Prestation attendue**

- Créer des supports (communication interne / communication externe),
- Définir et décliner une ligne graphique en cohérence avec celle de la Cnaf y compris si celle-ci change en cours de marché,
- Travailler le rewriting à partir du contenu communiqué par la Caf de l'Essonne,
- Remettre à la charte des textes : les textes seront délivrés dans leur version brute. Le titulaire devra les remettre à la charte,
- Procéder à une relecture et à un contrôle qualité (fautes d'orthographe, grammaire...),
- Procéder à un enrichissement graphique à partir du contenu validé,
- Délivrer un Bon à tirer papier à partir d'une impression au Siri (Service d'Intérêt Régional d'Imprimerie - imprimerie de la Caf de Paris),
- Assurer de vraies synergies avec le service communication,
- Être réactif suite aux demandes de création de supports de communication,
- Création des univers graphiques tels que des chartes, des logos, des concepts graphiques.

1/ Prestation d'infographies

Ce marché s'inscrit dans une logique de soutien de la production du service communication. Désormais, la plupart des supports de communication seront réinternalisés. Ainsi, le marché s'entend comme un soutien ponctuel en cas de pic d'activité ou d'absence. Une partie minimale de la production des supports sera donc confiée au titulaire du marché.

1.1 Principe d'une dotation de prestations

Ce marché doit être considéré comme la base de référence de la future collaboration entre la Caf de l'Essonne et le prestataire. **Ce marché est élaboré autour du principe d'une dotation.**

Il est demandé au titulaire de proposer un **forfait d'infographies et de conceptions graphiques sur la base d'un forfait tarifaire mensuel identique sur toute la durée du marché, et ce, quel que soit le format et quel que soit le nombre de supports.**

*Le titulaire, en fonction des quantités indiquées ci-après doit définir un **prix forfaitaire mensuel**, pour les formats suivants : plaquettes (8 pages, 12 pages, 16 pages et 20 pages) et flyers de format 20*20 cm, 10*21cm ou encore 15*15cm, kakémonos, affiches 60*40cm.*

*De plus, le titulaire doit intégrer dans son coût **un nombre limité de retours / corrections de la Caf avant le BAT.***

1.1.1 Les modalités de fonctionnement du marché :

La Caf de l'Essonne disposant d'une capacité de production de supports, les sollicitations prévues dans le présent marché seront effectuées en appui complémentaire pour des productions spécifiques nécessitant des compétences précises d'infographie ou de maquettage ainsi que la création de supports dont les formats pourraient être particuliers.

Caractéristiques du marché :

- La prestation fonctionne comme un forfait mensuel à la demande ;
- Le nombre de supports demandés par mois (quel que soit le format) : 10
- La facturation est mensuelle. **Elle sera strictement identique** tous les mois quel que soit le nombre de support (dans la limite de 10) et les formats demandés ;

Ainsi, tous les mois la Caf commandera au maximum 10 supports dont les formats varieront d'un mois sur l'autre.

1.1.2 Pilotage

Le titulaire doit proposer un système de suivi de la consommation de la dotation afin que la Caf puisse organiser ses demandes.

La Caf organisera une réunion mensuelle de suivi de la production. Cette réunion peut se dérouler en présentiel ou en distanciel (via teams, téléphone).

1.2 Descriptif technique

Pour la communication éditoriale, l'agence devra fournir au service communication les fichiers d'impression (**prêt à imprimer consécutif au Bat**) et les fichiers pour la dématérialisation.

L'offre du titulaire devra comprendre pour chacun des supports ci-dessous deux propositions de créations (des exemples types).

Il s'agit pour le service communication d'évaluer le niveau de créativité des agences en lice. Les créations proposées par les agences sont à transmettre à titre indicatif et ne sont pas forcément en lien avec l'activité d'une Caf. L'objectif est de démontrer à la Caf le savoir-faire du titulaire. Idéalement, un book serait apprécié.

1.2.1 Descriptif de la production attendue

1.2.1.1 Travail d'infographie

Il est attendu un travail de maquettage, d'enrichissement graphique, mais aussi de **concept graphique de communication**. En effet, la Caf fera appel à son agence de communication dans le cadre de campagne de communication spécifique et thématique telles que l'Allocation rentrée scolaire, l'Allocation logement étudiants/bailleurs, promotion Caf.fr... Il s'agira de **s'inscrire dans le style de communication nationale tout en développant un style graphique significatif et différentiel propre à la Caf de l'Essonne**.

Il est attendu d'intégrer du contenu dans des maquettes déjà existantes, tels que l'encart local de Vies de famille (magazine allocataires).

- Rédaction partielle : les textes transmis à l'agence seront à remettre à la charte systématiquement, une relecture devra être effectuée avant l'envoi auprès du service communication de la Caf.
- Il n'est pas exclu de créer des synergies de visuels et/ou de créations afin de respecter le budget. Un visuel et/ou une création peut être décliné plusieurs fois d'un support à l'autre. Il est possible de décliner la ligne graphique d'un support d'une année à l'autre si cela permet de réduire les coûts.
- Tous les supports créés devront l'être dans le même esprit graphique. Inspirés de la charte nationale, les trames devront être validées par le service communication. Il sera demandé pour chacun des supports de livrer au service communication le produit abouti mais également le gabarit vierge de la maquette comprenant la ligne graphique et les photos / illustrations en prévision d'être réutilisé par le service communication pour un autre usage.
- La ligne graphique des supports de communication doit évoluer tous les ans et plus particulièrement si la Cnaf change de charte.
- **Les thèmes des plaquettes ne sont pas définis car le service communication n'a pas de visibilité à long terme sur ces demandes ;** néanmoins les plaquettes auront toutes un thème donc un univers graphique spécifique. Les supports doivent respecter les chartes graphiques déjà créées selon la cible (interne, partenaire et allocataires). Certaines adaptations graphiques seront possibles en fonction des besoins et des supports. Le service communication définira ces ajustements.
- Pour la plupart de ces plaquettes, il s'agit de demandes ponctuelles, imprévues et urgentes. La réactivité de l'agence sera alors indispensable. Des briefs individuels seront rédigés et envoyés à l'agence retenue.

La dotation porte sur deux types de travail. Le titulaire aura à sa charge la conception graphique de supports de communication :

- **récurrents** : plaquettes, flyers, affiches, plaquettes 3 volets, dossiers de presse, chemise de présentation, encart Vies familles (allocataires), power point... (liste non exhaustive),
- **exceptionnel** : le rapport d'activité, carte de vœux, création d'une charte graphique ou travail particulier de création.

Pour tous les supports, tant ponctuels qu'habituels, il est attendu un enrichissement graphique, une mise à la charte, un contrôle qualité (orthographe et grammaire...), recherche de concept graphique, préparation des fichiers pour l'impression, gestion des corrections.

1.2.1.2 Conception graphique de supports de communication récurrents

Dans le cadre du développement de l'activité Caf et des plans de communication, le service communication passera commande de supports ponctuels. Liste non exhaustive :

- Fonds de slide,
- Plaquettes A5/A4/20x20 cm de 4, 8, 12, 16, 20 pages,
- Livrets, rapports ou dossier de presse d'une vingtaine de pages,
- Conception et création graphique (recherche de concept) ou déclinaison de visuel,
- Kakémonos,
- Création de visuels tels que des photomontages, des déclinaisons de l'avatar interne (costume, situations) etc...,
- Création de logo et de charte graphique,
- Gabarits d'emailing,

- Chemises Chromolux de présentation (A5, A4, A3),
- 4 Encarts de Vie de famille.

Dans ce cadre, le nombre de pages infographiées pour ces supports s'intégreront dans le forfait mensuel.

Il est attendu :

- de réutiliser les gabarits de maquettes locaux et/ou nationaux et d'y intégrer le contenu. Le travail de création est donc limité.
- un enrichissement graphique, une mise à charte, un contrôle qualité (orthographe et grammaire...), recherche de concept graphique, préparation des fichiers pour l'impression, gestion des corrections.

FOCUS :

- ***Vies de famille encart local A5 de 4 pages trimestriels (4 numéros par an)***
 - Maquettage uniquement (intégration des textes, des photos et des iconographies)
 - Les textes seront livrés à 100% écrits et validés.
 - Des ajustements rédactionnels seront possibles après relecture. Équivalence **d'une plaquette A5 de 4 pages.**
 - **Il est demandé d'utiliser les gabarits nationaux et de suivre très précisément les consignes nationales.**
 - Relecture : jusqu'à 5 allers-retours.
- **Récapitulatif de la production de supports de communication récurrents**

Mois	Qté de supports (non contractuels)
Janvier	10
Février	10
Mars	10
Avril	10
Mai	10
Juin	10
Juillet /Août	10
Septembre	10
Octobre	10
Novembre	10
Décembre	10
Total de supports communication	120

1.2.1.3. Conception graphique de supports de communication exceptionnels :

1.2.1.3.1. Le rapport d'activité annuel

La réalisation du rapport d'activité est une obligation réglementaire et fait l'objet chaque année d'une présentation en Conseil d'administration. Le rapport d'activité s'inscrit par ailleurs dans le cadre de la communication stratégique que la Caf déploie en direction de ses partenaires.

En effet, ce document porte la stratégie de l'organisme en présentant les enjeux de l'année ainsi que ses perspectives pour l'année suivante. L'objectif du document est de délivrer aux partenaires une vision de nos missions et de nos engagements que l'on pourra illustrer par nos principales actions. Pour cela, le parti-pris retenu est l'alternance d'éditoriaux et de données chiffrées.

Pour les prochaines éditions (concernant le présent marché), **le parti-pris est de produire un document plus synthétique mais aussi plus stratégique de l'activité de l'année n-1.**

Les éditions du rapport d'activité concernées par le présent marché sont : 2025, 2026, 2027, 2028.

Chaque année, la Caf organisera un brief pour orienter le titulaire dans la production d'un univers graphique.

- Format

Ce document prendra la forme d'un **catalogue interactif d'une quarantaine de pages totalement infographiées. Le format du rapport peut évoluer d'une année à l'autre. L'objectif poursuivi est de créer une vision globale et synthétique de l'activité de la Caf. Par conséquent, chaque année, le parti-pris sera de réduire le nombre de pages.**

- Diffusion

Le rapport sera diffusé en juin sur le site caf.fr et lors de campagnes d'emailing.

Le rapport est présenté au Conseil d'administration de juin. La date peut être au début ou à la fin juin. Le planning de création sera calé sur la date de passage en CA. Par conséquent, le titulaire s'engage la version finalisée du rapport pour mi-mai.

Il est demandé au titulaire du marché de proposer une url hébergée sur ses serveurs (sécurisés)

Cette url sera intégrée aux emailings et aux brèves sur les sites caf.fr

- Exemple de plan type

Chaque année le plan évolue.

Parties	Nombre de pages	Nombre de caractères espaces compris	Rédacteur
Page de couverture	1	0	Infographie
Sommaire	1	Titres	Communication
PARTIE 1 : REPERES			
Intercalaire partie 1 : repères	2	0	Infographie
Entretien	2	3000	Communication
Temps forts	1	1500 Encadrés	Communication
Temps forts	1	Focus Covid 19	Communication
La Caf dans les territoires	1	2000	Service Statistiques
Chiffres clés (de type portrait social)	1	Tableaux, graphiques	Infographies
Tableaux des versements	2	Tableaux	Infographies

Parties	Nombre de pages	Nombre de caractères espaces compris	Rédacteur
PARTIE 2 : OFFRE GLOBALE DE SERVICES			
Intercalaire partie 2 : offre globale de services	2	0	Infographie
Ambitions et politiques As	1	2000 à 2500	Direction adjointe
Chiffres clés AS	1	Tableaux	Infographie
Focus sur les projets stratégiques AS	1	2000 à 2500	Direction action sociale
Chiffres clés des projets	1	Tableaux	Infographie
Ambitions sur la gestion des droits Focus : Marketing, parcours allocataires, dématérialisation...	1	2000 à 2500	Direction relation allocataires
Chiffres clés de la gestion des droits	1	Tableaux	Direction relation allocataires
Ambitions de la relation de services	1	2000 à 2500	Direction relation allocataires
Chiffres clés de la relation de services	1	Tableaux	Direction relation allocataires
Ambitions : garantir le versement au bon droit	1	2000 à 2500	Direction Comptable
Chiffres clés : Lutte contre la fraude, vérification, Mdr	1	Tableaux	Infographie
PARTIE 3 : LES CLES DE LA REUSSITE			
Intercalaire partie 3 : les clés de la réussite	2	0	Infographie
Ambitions internes	1	2000 à 2500	Secrétaire général(e)
Projets stratégiques (Atlantis, TNI, Innovation...)	1	2000 à 2500	Communication
Ressources humaines	1	2000 à 2500	RH
Chiffres clés de la RH	1	Tableaux	Infographie
Gestion des biens	1	2000 à 2500	Secrétariat Général
Chiffres clés gestion des biens	1	Tableaux	Infographie
ANNEXES			
Intercalaire annexes	2	Infographies	Infographie
Annexes instances de gouvernance Caf	1	Lien vers le site edf.fr Lien vers organigramme	Mise à jour de l'organigramme
Annexes instances de gouvernance CA	1	Lien vers le site edf.fr Lien vers un power point avec les instances CA, commissions, décisions Caf	Power point

- Exemple de planning

La Caf de l'Essonne vise une diffusion autour du mois de mars de chaque année, sous réserve de possibilité technique liée à l'actualisation des données. Dans cette hypothèse, le planning ci-dessous sera modifié en conséquence.

Actions à conduire	Échéances pour
Définition du plan	D'octobre à novembre de l'année n-1
Définition de la ligne graphique du rapport (brief agences, 3 propositions graphiques (2 selon le brief et 1 proposition libre)	Novembre
Validation et diffusion IG	Décembre
Rédaction des textes par les services (sans les chiffres)	De mi-janvier à fin février
Harmonisation des textes par le service communication	Début mars
Validation de chaque partie sous word par la Direction (Directeur adjoint + Directeur) Intégration du texte par l'agence de communication sur les différents supports Ajustements et corrections par le service communication	Début mars jusqu'à fin mars
Transmission des derniers chiffres (AC / AS) au service communication	À partir de fin mars
Relecture du RA par les directeurs - codir (1ères maquettes)	De fin mars à début avril
Finalisation de l'intégration des textes	1 ^{ère} quinzaine d'avril
Cycle de validation par le service communication et la direction	mi-avril
Intégration des corrections de la direction – textes figés	2 ^{ème} quinzaine d'avril
Intégration des derniers éléments sur la page web et les supports	Fin avril début mai
Validation définitive directeurs - codir	Début mai
Ajustements techniques et derniers embellissements graphiques	Mi-mai
Commission de gestion administrative et Conseil d'administration	Début juin
Intégration des modifications de la Commission de gestion administrative et du Conseil d'administration	
Lancement de la page web	Fin juin

Les grandes étapes du planning seront identiques chaque année, toutefois une mise à jour précise du planning sera diffusée lors du lancement de projet.

- Prestation au bon de commande

Il s'agit d'une prestation à bon de commande. Le titulaire s'engage à appliquer le même prix forfaitaire chaque année. Ce prix est à indiquer en annexe de l'acte d'engagement (bordereau de prix).

1.2.1.2.1 Cartes de vœux 2026, 2027, 2028, 2029

Création d'une carte de vœux autour d'un concept lié à l'activité, aux projets et aux enjeux de services de la Caf. **La carte doit porter un message fort, institutionnel et porteur de sens. Un brief annuel sera alors établi pour la définition de la ligne graphique ainsi que le contenu des cartes (message de communication).**

En novembre de chaque année, il est attendu la livraison d'une carte de vœux (print) et gif animé (ou équivalent) pour les années 2026, 2027, 2028, 2029.

Pour le Directeur, l'encadrement et le conseil d'administration, il est demandé de créer une série de carte de vœux déclinées en gifs animés ou images avec la même création visuelle et un texte différent à chaque version. Le contenu est susceptible d'évoluer chaque année.

Le format indiqué (14*14 cm) est un exemple qui est susceptible d'évoluer dans les prochaines années autour d'un format équivalent. Le titulaire devra fournir au service communication les fichiers d'impression (prêt à imprimer consécutif au Bat) et les fichiers pour un envoi en dématérialisé.

L'impression restera à la charge de la Caf. Le titulaire aura uniquement la charge de la création visuelle.

Qté	Versions	Print	Dématérialisation
1	<i>L'équipe de direction et moi-même vous souhaitons de bonnes fêtes de fin d'année Gaudérique Barrière</i>	X 14*14 cm Recto verso	
2	<i>Gaudérique Barrière, Directeur a été très sensible à vos souhaits et vous présente à son tour ses vœux les meilleurs pour la nouvelle année.</i>	X 14*14 cm 4 pages	X Image ou gif animé
3	<i>Gaudérique Barrière Directeur, vous présente ses meilleurs vœux pour l'année 2023.</i>	X 14*14 cm 4 pages	X Image ou gif animé
4	<i>La Présidente, Elisabeth Reygades, et le Conseil d'administration de la Caf de l'Essonne</i> <i>Le Directeur, Gaudérique Barrière, et l'équipe de direction vous présentent leurs meilleurs vœux pour 2025</i>	X 14*14 cm 4 pages	X Image ou gif animé
5	<i>La Présidente, Elisabeth Reygades, et le Conseil d'administration de la Caf de l'Essonne</i> <i>Le Directeur, Gaudérique Barrière, et l'équipe de direction vous remercient pour vos vœux et vous souhaitent à leur tour une bonne année 2025.</i>	X 14*14 cm 4 pages	X Image ou gif animé
6	<i>Elisabeth Reygades Présidente du Conseil d'administration vous présente ses meilleurs vœux pour l'année 2023.</i>	X 14*14 cm 4 pages	X Image ou gif animé

Qté	Versions	Print	Dématérialisation
7	Elisabeth Reygades Présidente du Conseil d'administration vous remercie vivement de vos souhaits et vous présente ses meilleurs vœux pour l'année 2023	X 14*14 cm 4 pages	X Image ou gif animé
7	La Caf de l'Essonne vous souhaite une bonne année	X 14*14 cm 4 pages	X Image ou gif animé
8	La Caf de l'Essonne vous remercie et vous souhaite une bonne année	X 14*14 cm 4 pages	X Image ou gif animé

- **Gif animés hébergés sur un serveur sécurisé chez le prestataire**

Si le choix de la Caf se porte sur des Gifs animés, alors il sera demandé au titulaire de mettre à disposition un serveur sécurisé sur lequel les Gif animés seront hébergés.

La Caf concevra les versions de mails contenant le visuel du Gif associé sur lequel les destinataires des mails cliqueront. Le visuel contiendra un lien internet actif qui permettra aux destinataires de visionner le gif animé hébergé sur le serveur du titulaire.

Il est donc nécessaire de prévoir des emplacements différents (1 par Gif).

L'Url doit être communicante. **Celle-ci sera choisie chaque année** en lien avec le service communication.

Exemple : cafessonne/voeux2026/1 ; cafessonne/voeux2026/2 ; cafessonne/voeux2026/3 ;
cafessonne/voeux2026/4

IMPORTANT : Pour les autres années, le prestataire devra fournir à la Caf la carte de vœux papier en octobre.

- Prestation au bon de commande

Il s'agit d'une prestation à bon de commande. **Le titulaire s'engage à appliquer le même prix forfaitaire chaque année.** Ce prix est à indiquer en annexe de l'acte d'engagement (bordereau de prix).

1.2.2 Relations de travail entre la Caf de l'Essonne et le titulaire

- **Briefs :**

Qu'il s'agisse des supports récurrents ou exceptionnels, le présent marché sera complété, dès que nécessaire, par des briefs oraux et/ou écrits (support par support). L'agence retenue sera briefée par écrit (mails, briefs de communication) et/ou par Teams et/ou réunions de travail pour chacune des demandes. Ces briefs reprendront le format, le contenu, la nature du travail demandé, toutes les caractéristiques techniques/spécifiques du support.

- **Les délais :**

Le titulaire s'engage à respecter les délais impartis pour l'ensemble des supports demandés. La production peut se dérouler dans un laps de temps réduit et en parallèle d'autres supports. Le titulaire devra être en capacité de tenir les délais **et s'y engager dans sa proposition.**

Le travail qui sera confié au titulaire devra donc être produit, pour la plupart du temps, dans des délais contraints.

En effet, **la réactivité du titulaire est un engagement à formuler dans la recommandation commerciale** qui s'avérera indispensable pour les supports de communication ponctuels sur lesquels la Caf n'a pas de visibilité. Il s'agit de demandes ponctuelles imprévues.

Pour les supports habituels, la fréquence étant connue, il sera possible d'anticiper la commande.

- **Respect de la charte :**

L'agence retenue devra très rapidement s'approprier la charte institutionnelle (Cnaf – branche Famille) ainsi que ses déclinaisons locales à la Caf de l'Essonne. Il n'est pas exclu que la Cnaf change de charte durant la Convention d'objectifs et de gestion (Cog : contrat avec l'État).

La charte devra, dans cette hypothèse, être totalement maîtrisée par l'agence, et ce, dans les plus brefs délais.

- **La Caf est propriétaire des supports, des lignes graphiques, des photos et des fichiers de travail** (cédées en libre de droit)

La Caf de l'Essonne se réserve le droit de réutiliser dans d'autres supports de communication les photos et les maquettes cédées en libre de droit. **Les candidats devront s'engager expressément dans leur proposition à céder en libre de droits l'ensemble de leur création graphique (concept, ligne graphique, charte, montage, ...)**

À l'issue du marché, le titulaire s'engage à transmettre tous les fichiers de travail de l'ensemble des supports de communication (récurrents et exceptionnel). La Caf entend récupérer les fichiers en format Indesign, illustrator, photoshop... (selon logiciel de création) ainsi que les fichiers BAT. **Les candidats devront s'engager expressément dans leur proposition commerciale à restituer les fichiers.**

Lot 2 : E-mailing

I°/ Rappel du contexte

La Caf de l'Essonne a engagé la dématérialisation de sa communication allocataires et partenaires en 2013 avec la généralisation des e-mailings. Aussi dans ce cadre, le choix de l'e-mailing, comme nouveau canal de communication, paraît comme incontournable.

II°/ Descriptif technique

La prestation d'e-mailings attendue est la suivante : la Caf de l'Essonne est à la recherche d'un prestataire qui :

- **Se charge de l'hébergement de la plateforme d'envoi**
- **Propose un forfait d'emailing,**
- **Forme le personnel Caf à l'outil.**

- Création d'un compte, d'un forfait :

- . Création d'un compte dédié Caf de l'Essonne,
- . Licence 12 mois renouvelables 4 fois, accès à l'e-mailing, aux gabarits Cnaf,
- . Une formation pour 5 à 6 agents,
- . Solution simple dans la gestion des e-mailings et efficace dans les envois (atteindre sa cible).

- Forfait 2 500 000 mails par an

La Caf gère elle-même ses campagnes d'emailing. Elle est autonome dans plus de 95% de ses campagnes. L'outil doit donc lui permettre :

- De bénéficier d'un forfait de 2 500 000 mails par an. Le forfait non consommé devant être basculé automatiquement sur l'année suivante sans coût additionnel. Au terme de la 4^{ème} année, la totalité du forfait devra être consommé. Il est demandé la possibilité d'augmenter le forfait à la demande au-delà des 2 500 000 mails par an (sans coût additionnel). Il est demandé au titulaire de définir le prix par tranche (de 2 500 001 à 3 000 000 ; de 3 500 001 à 4 000 000 etc.),
- Créer une série de gabarits standards ou personnalisés. A ce titre, le titulaire intégrera dans son offre un principe d'hotline pour accompagner les chargés de communication dans leur création de gabarits,
- Intégrer des fichiers d'adresses courriels,
- Gérer des exports aux formats **xls, csv ou txt**,
- Créer des gabarits de newsletters.

Les campagnes comprennent :

- *Gestion des envois :*

- Création de liens miroirs,
- Réalisation de tests avant l'envoi,
 - Personnalisation des messages,
 - Usage des gabarits Cnaf, des images et des textes chartés,
 - Pré-test et post-test des messages.

- Création de gabarits dédiés

- Création de gabarit spécifiques / thématique totalement chartés.

- Suivi des campagnes et analyses

- Gestion des abonnements et désabonnements aux e-mailings et newsletters,
- Gestion des Npai, retour d'erreurs...,
- Analyses statistiques après envois, suivi de la campagne,
- Développement web des e-mailings,
- Historique des campagnes,
- Gestion des comptes / identifiant.

III°/ Particularismes et méthodologie

Le service communication gère en autonomie les campagnes d'emailing selon la méthodologie suivante :

3.1 Les services de la Caf définissent le ciblage des futures campagnes

- Liste des campagnes d'e-mailing + ciblage exact (en prévision de l'extraction de données statistiques).

3.2 Le service communication

- Transmet en interne le ciblage pour réaliser les filtres et l'extraction du fichier allocataires souhaité. *Les services Caf seront en charge de l'extraction de l'affinage des fichiers,*
- Travaille le contenu du message avec l'ensemble des directions,
- Transmet le fichier allocataires au prestataire (cf forfait en full services),
- Conçoit le message et intègre le texte,
- Gère les liens,
- Valide l'envoi de l'e-mailing.

3.3 Le prestataire dans le cadre uniquement d'une campagne full services

- Conçoit la campagne
- La soumet pour validation au service communication,
- Vérifications techniques du message,
- Evalue les campagnes et conseille la Caf en fonction des résultats.

IV/ Formation du personnel

- Formation du service communication

Le titulaire doit être obligatoirement habilité à former. Les certificats de formation du titulaire sont exigés dans sa proposition. En effet, les formations seront intégrées dans le plan de formation de la Caf. Par conséquent, **chaque formation fera l'objet d'un bon de commande spécifique.**

L'effectif du service communication peut évoluer tout au long du marché. Une formation individuelle sera demandée. Il s'agit d'une prestation sur mesure permettant au chargé de communication de maîtriser l'outil.

- **Formation d'autres contributeurs internes**

Il est possible qu'au fil du marché des contributeurs externes du service communication aient accès à la plateforme. Dans ce cas, une formation sur mesure et des habilitations seront nécessaires.

Il est demandé au titulaire de prévoir une grille tarifaire type d'une journée de formation.

Lot 3 : signalétique

PARTIE I°/ Mise à jour de la signalétique des accueils allocataires

Le présent marché a pour vocation d'effectuer les réparations d'usages, les ajouts visuels, les changements de signalétique, les mises à jour...

Important : La Caf de l'Essonne a la volonté de décliner très exactement le même modèle de signalétique conçu pour ces espaces accueils afin de poser une image homogène dans l'ensemble du département. Dans ce cadre, il est demandé au titulaire de reproduire très exactement l'univers graphique des accueils déjà réalisés dans le cadre de la mise à jour.

Pour chacun des futurs sites, la mission comprend :

- Le repérage des lieux,
- La prise de mesures des emplacements exacts à changer ou à mettre à jour,
- La gestion des caractéristiques techniques,
- La conception graphique de la ligne graphique de l'espace accueil comprenant :
 - des stickers / autocollants, des formes graphiques, des enseignes extérieures, des panneaux au plafond...,
 - proposition / projection de stickers dans l'espace. Il est demandé au titulaire de produire des planches de projection afin de faciliter les validations des choix graphiques,
 - la pose et la vérification,
 - enlèvement propre à terme des visuels (fin de bail des locaux).

1. Travail attendu

Objectifs

L'objectif de la signalétique est de créer un espace harmonieux, **véritable vitrine de la Caf**. Cet enjeu est central dans l'actuel marché notamment dans la réactualisation des visuels. Les futurs espaces accueil devront être « **des showrooms** » de la Caf. Dans ce cadre, la signalétique revêt une place centrale dans l'atteinte de cet objectif.

L'objectif est donc **de poser une image cohérente et homogène sur l'ensemble des sites d'accueil du public. L'enjeu est de positionner une image identique ou proche de celle de l'espace accueil d'Atlantis à Évry. L'univers graphique est à décliner de locaux en locaux (sous réserve d'ouverture de nouveaux sites).**

La Caf sera particulièrement exigeante dans le choix des pistes graphiques, des matériaux et dans la qualité de la prestation technique lors de la pose. **Ils devront s'inscrire impérativement dans la ligne graphique déjà arrêtée.**

La signalétique doit répondre également aux enjeux de l'accessibilité tout handicap. Les normes handicap sont réputées être connues de tous.

Il sera alors demandé au titulaire de s'engager à respecter ces normes dans la conception de la signalétique. **Le titulaire délivrera un certificat indiquant que la signalétique respecte les textes de lois et les normes en vigueur.**

Exemples : les contrastes de couleurs devront être calculés, les nez de marche....

1.1. Ligne graphique en lien avec la charte

1.1.1 Déclinaison exacte de la charte existante

Pour la mise à jour qui sera à effectuer, il est demandé au titulaire de **reproduire la ligne graphique respectant parfaitement le territoire de communication utilisé dans l'espace accueil d'Évry (modèle de référence) : moderne, sobre, élégant, raffiné, soigné, « classe », visuel, pratique, dynamique, lié à la dématérialisation.**

Les courbes et autres artifices graphiques doivent répondre à ces critères visuels et avoir une bonne prise au temps (éviter les effets de modes).

1.1.2 Adaptation de la charte

En raison d'éventuelles ouvertures de sites en partenariat avec d'autres organismes de sécurité sociale, **il sera probablement nécessaire d'adapter la charte existante.** Cette adaptation doit être comprise par le titulaire comme une nouvelle création visuelle alliant l'univers graphique de la Caf et celui de ses partenaires. Ce travail se fera dans le cadre d'un brief écrit.

1.2 Créer graphiquement des éléments

L'ensemble des points suivants doivent s'intégrer parfaitement dans les éléments graphiques déjà déployés dans les accueils depuis 2017.

1.2.1 Supports de communication à créer

Enseignes, vitrophanies, lettres découpées sur les vitres, panneaux plexiglas, stickers directionnels au sol, sticker au mur (grand format).

1.2.2 Enseignes

- . Proposer plusieurs choix de matériaux/matériel à la Caf avec la projection des créations dans l'espace,
- . Proposer des créations,
- . Se charger de la pose et des prérequis techniques.

Important :

- En fonction des coûts la Caf se réserve le droit de ne retenir qu'une partie des propositions.
- Il est attendu un choix d'un ou deux matériaux. Une ***cohérence dans le choix des matériaux est exigée*** (totem, enseigne, enseigne drapeau...). Idéalement le titulaire devra proposer une ou deux gammes d'enseignes et/ou matériaux. Le choix des matériaux doit se faire en lien avec les créations visuelles.

1.2.3 Vitrophanies, lettres découpées sur les vitres

Il est demandé de réaliser plusieurs vitrophanies sur les portes, les vitres intérieures et fenêtres du bâtiment.

- Il est demandé que les vitrophanies soient suffisamment translucides pour laisser passer la lumière,
- Les vitrophanies seront occultantes ou pas,
- Il est demandé de privilégier les lettres découpées et un fond translucide de couleur avec une légère création graphique.

1.2.4 Stickers directionnels au sol, sticker au mur (grand format)

- En extérieur sur les vitres : stickers avec le logo caf.fr / espace numérique
- En intérieur : sticker géant avec courbes / arabesques graphiques / artifices graphiques pour identifier les espaces numériques.

Ces stickers devront être sobres, élégants, légers... résistants au temps pour ceux au sol, mais permettant d'identifier les différents espaces/zones.

1.3 Travail technique

- . Se charger des mesures lors de la visite de repérage technique,
- . Se charger de la pose des stickers,
- . Respecter les délais,
- . *Se charger de la dépose des éléments.* Lors de la fin du bail, la Caf souhaite que le titulaire se charge de déposer les enseignes (totem, enseignes au-dessous de la porte, enseigne drapeaux ainsi que de toute la signalétique). **Ce point doit être expressément écrit dans la proposition du titulaire.**
Les coûts proposés comprennent cette mission.

Visite technique

Ce descriptif technique sera complété **obligatoirement par une visite de l'espace accueil à équiper.**

En effet, la Caf ne pouvant effectuer avec précision la prise de mesures nécessaire à la création de stickers, enseignes, visuels et vitrophanies, **le titulaire sera garant de l'exactitude des mesures. En cas d'erreur dans la prise des mesures, le titulaire sera seul responsable entraînant ainsi la réimpression des visuels à sa charge exclusive.**

Celles-ci ont pour objectifs :

- de réaliser une prise de mesure par les candidats. Le titulaire sera donc responsable des mesures/dimensions des stickers.
- de réaliser un point technique avec l'architecte, le bureau d'études et les services de la Caf notamment sur les fixations et les collages de vitrophanies.

- *Prestation au bon de commande*

Il s'agit d'une prestation à bon de commande. Le titulaire s'engage à appliquer le même prix forfaitaire chaque année. Ce prix est à indiquer en annexe de l'acte d'engagement (bordereau de prix).

2 Implantations de la signalétique accueil

2.1 Extérieur

Les éléments ci-dessous sont des exemples de signalétique actuelle présents dans les accueils de la Caf et qui pourraient être susceptibles d'être déployés ou pas dans de nouveaux espaces accueil. Liste ci-dessous non exhaustive (à personnaliser selon les locaux).

Signalétique	Dimensions	Emplacement	Spécificités
Enseignes	Logo de la Caf en fonction de la taille disponible	Au-dessus de la porte d'entrée	Sur mesure
Totem avec boîte aux lettres intégrées (2 bacs de réception de courriers)	1.80 m de haut	Au début de la rampe d'accès Prévoir fixation au sol (bloc béton) + accroches	Étudier la possibilité que le Totem puisse accueillir de l'information allocataires Prévoir fixation au sol dalle béton et chevilles de fixation Sur mesure
Enseigne en drapeau	Logo proportionné	Fixation à un pignon du bâtiment ou en façade	Sur mesure
Porte d'entrée	Proposer une signalétique sous forme de vitrophanie		Sur mesure
Fenêtres	Stickers Caf.fr Vitrophanie translucide Uniquement lettres en découpe	Fenêtre	Sur mesure

Les entrées

	Dimensions	Emplacement	Spécificités
Entrées et sorties	Sur mesure	Habillage de la porte d'entrée	<ul style="list-style-type: none"> . Vitrophanie sur la vitre supérieure : dimensions à définir lors de la visite technique, . Vitrophanie sur la vitre inférieure dimensions à définir lors de la visite technique
Enseigne principale	Sur mesure	Au-dessus de la porte d'entrée	Dimensions à définir lors de la visite technique
Habillage de la porte « entrée du personnel »	Sur mesure	« Entrée du personnel »	Dimensions à définir lors de la visite technique <ul style="list-style-type: none"> . Vitrophanie sur la vitre supérieure : dimensions à définir lors de la visite technique, . Vitrophanie sur la vitre inférieure : dimensions à définir lors de la visite technique

2.2 Intérieur

2.2.1 Fresque murale :

- Réparation de la fresque / retouche
- Création visuelle sur mesure,
- Alliance d'une forme dynamique, du type arabesque, avec les mots « espace numérique Caf.fr »,
- Création totalement chartée,

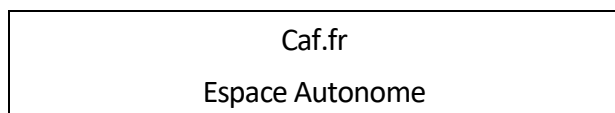
- Exemples de positionnement :
 - Sur le mur au-dessus des meubles caf.fr,
 - À centrer au-dessus des ordinateurs Caf.fr.
 - Sur un mur « vierge »

2.2.2. Stickers au sol

Définir une forme graphique matérialisant les « pas » d'un allocataire en fonction de la ligne graphique proposée.

2.2.3 Panneaux vitrés => Plexiglass

Ils doivent être visibles dès l'entrée des allocataires sous forme de stickers collés au mur ou d'affiches.



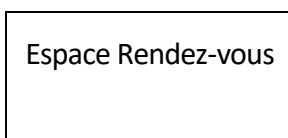
2.2.4 Espace rendez-vous (Rdv)

Le titulaire devra proposer une déclinaison graphique de la première zone (caf.fr). Le code couleur de la zone Rdv devra être différent de la zone caf.fr. Pour autant l'univers graphique sera exactement le même.

La zone doit se différencier par les couleurs.

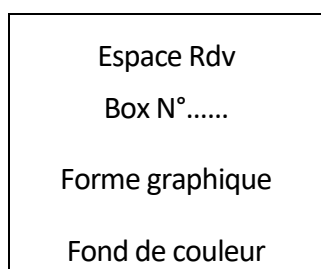
Nb : les couleurs de la zone caf.fr et celles de la zone Rdv doivent de marier harmonieusement.

- . Vitrophanie sur la vitre comprenant :
 - Espace Rdv,
 - Formes / arabesques.
- . Taille du visuel : faible.
- . Panneaux vitrés => Plexiglass (dimensions à définir).



2.2 5 Box Rdv

- Sur chaque vitre, poser une forme / arabesques (sur mesure) (dimensions à définir lors de la visite technique)
- Sur chaque vitre : cartouche avec le numéro du Box (sur mesure). Prévoir que le numéro soit en relief (normes handicap) (dimensions à définir une fois les vitres posées)



- Prévoir panneau pour la sortie de secours

Habillage porte => « SORTIE »

2.2.6 Bureaux de cadres

- . Habillage des vitres avec la même déclinaison graphique que l'espace Caf.fr,
- . Poser formes / arabesques / visuels sur les vitres.

Rappel : toutes les mesures sont à prendre lors des repérages. Le titulaire est le seul responsable de la prise de mesure.

2.3 Signalétique à chiffrer

Les informations qui suivent, notamment les dimensions, sont indiquées à titre d'indication et d'ordre de grandeur pour aider le candidat à faire son chiffrage pour un site type. Toute équivalence sera étudiée.

- **Totem enseigne comprenant une boîte aux lettres bi-bac :**
 - Exemple : 1,
 - Dimension : 1.80 m de haut (sur mesure)
 - Emplacement : scellement dalle béton, devant l'entrée allocataires
 - Particularité : logo + horaires en lettres découpées + traitement anti-tag + résistance UV, neige, températures négatives/fortes chaleur, étanche, code sécurisé, porte/trappe d'accès anti-infraction
- **Enseigne extérieure**
 - Exemple : 1 à 2 (prévoir coût) à l'unité
 - Dimension : sur mesure en fonction du bâtiment
 - Emplacement : Fixé sur le bâtiment (pignons) ou en drapeau selon les possibilités
 - Particularité : prévoir fixation en haut (nacelle) + résistance intempéries et tags.
 - Matière : vinyle, dibon (ou autre)
- **Panneau extérieur sur la porte : bienvenue à la Caf + horaire**
 - Exemple : 1,
 - Dimension : sur mesure,
 - Emplacement : Fixé sur la porte d'entrée ou sur le mur à côté de l'entrée allocataires
 - Particularité : écrit en toutes lettres + en braille
 - Matière : vinyle ou autre
- **Habillage de la porte « entrée du personnel »**
 - Exemple : à définir lors de la visite technique
 - Dimensions : à définir lors de la visite technique
 - Vitrophanie sur la vitre supérieure
 - Vitrophanie sur la vitre inférieure
- **Identification accueil Internet accompagné**
 - Exemple : 1,
 - Dimension : 80cmH x 80cmL (exemple)
 - Emplacement : Fixé sur les cloisons dans l'espace accompagné face porte d'entrée,
 - Particularité : Fixation à définir en fonction des cloisons.

- **Identification accueil Internet autonome**
 - Exemplaïre : 1,
 - Dimension : 80cmH x 80cmL (exemple)
 - Emplacement : Fixé sur la première cloison dans l'espace autonome face porte d'entrée,
 - Particularité : Fixation à définir en fonction des cloisons.
- **Fresque murale : habillage mural au-dessus de l'espace Caf.fr**
 - Exemplaïre : 1,
 - Dimension : à définir au cas par cas selon les locaux (sur mesure) ; base de chiffrage entre 5 et 20 mètres linéaires,
 - Emplacement : Fixé sur la totalité du mur au-dessus des plaintes gaines électriques,
 - Particularité : Visuel principal à démarrer au-dessus des box ordinateurs.
- **Stickers au sol - Zone espace numérique Caf.fr**
 - Exemplaïre : à définir lors de la visite technique
 - Dimensions : définir une forme graphique matérialisant les « pas » d'un allocataire en fonction de la ligne graphique proposée
- **Espace du personnel Internet**
 - Exemplaïre : 1,
 - Dimension : 160cmH x 440cmL (exemple)
 - Emplacement : collé sur la baie vitrée,
 - Particularité : Le bas de la baie vitrée est jusqu'à 100cm en dépoli.
- **Espace attente - Identification**
 - Exemplaïre : 1,
 - Dimension : 30cmH x 30cmL (exemple)
 - Emplacement : fixé en drapeau au-dessus de l'écran,
 - Particularité : Charte idem espace Caf.fr.
- **Espace Box - Identification**
 - Exemplaïre : 4,
 - Dimension : 260cmH x 70cmL (exemple)
 - Emplacement : collé sur paroi vitrée,
 - Particularité : Reprise et déclinaison visuel baie vitrée.
- **Espace Box PMR - Identification**
 - Exemplaïre : 1,
 - Dimension : 15cmH x 10cmL (exemple)
 - Emplacement : fixé sur ou à côté de la porte,
 - Particularité : fait partie de la charte d'identification des bureaux. Lecture en braille.
- **Espace Box Action Sociale - Identification**
 - Exemplaïre : 1,
 - Dimension : 260cmH x 70cmL (exemple)
 - Emplacement : collé sur paroi vitrée,
 - Particularité : Différenciation visuelle des autres box.
- **Bureau du cadre - Identification**
 - Exemplaïre : 1,
 - Dimension : 15cmH x 10cmL (exemple)
 - Emplacement : fixé sur ou à côté de la porte,

- Particularité : fait partie de la charte d'identification des bureaux.
- **Bureau du cadre – Habillage vitrophanie**
 - Exemple : 1,
 - Dimension : 160cmH x 300cmL (exemple)
 - Emplacement : collé sur la baie vitrée.
- **Murs de séparation de zones - Habillage vitrophanie (formes arabesques et lettres découpées)**
 - Exemple : sur chaque mur de séparation d'espace,
 - Dimension : à définir en fonction des locaux,
 - Emplacement : collé sur la baie vitrée.
- **Box d'accueil - Habillage vitrophanie et signalétique (formes arabesques et lettres découpées)**
 - Exemple : 1 par box (soit 5 par accueil)
 - Dimensions sur mesure
 - Habillage sur paroi des box de rdv : panneau de pvc
 - Box PMR : panneau en braille
 - Vitrophanie sur les vitrages des box

3.4 Visite obligatoire

Les titulaires devront effectuer obligatoirement une visite de l'accueil d'Evry. Celle-ci permettra aux candidats de visualiser les attendus en termes de signalétique (voir modalités art. 2.2. du R.C.).

PARTIE II°/ Signalétique des établissements financés par la Caf

La Caf finance des établissements d'accueils du jeune enfant tels que des crèches. Pour identifier ces financements la Caf souhaite apposer une plaque sur chacune des structures financées.

La Cnaf a informé le réseau des Caf (mi-mars 2025) qu'elle envisageait de livrer une signalétique relative au financement des établissements d'accueil du jeune enfant. Dans ce cadre, la Caf de l'Essonne intégrera l'offre nationale et ne passera pas commande au titulaire de cette signalétique.

Caractéristiques techniques :

- 1^{ère} série : Plaque 21cm x 32cm en dibond / aluminium ou équivalent
- 2^{ème} série : plaque 20 * 20 cm ou toute équivalence de surface en dibond / aluminium ou équivalent
- Fixation : ruban double face ultra résistant aux intempéries (chaleurs extrêmes, pluies, froids, neige, UV...) et qui adhère à toutes les surfaces de mur. L'objectif est de fixer ces plaques sur toutes les surfaces de murs : béton, crépis, briquettes, parpaings, ... sans percement
- Quantité à estimer : 100 exemplaires, 300 exemplaires, 500 exemplaires

PARTIE III°/ Mise à jour Signalétique du siège (hors accueil allocataires uniquement espace collaborateurs)

Dans le cadre de son projet immobilier et des évolutions organisationnelles ayant un impact sur le bâtiment, le service communication sera amené à mettre à jour une signalétique interne. Ces demandes seront donc ponctuelles et concerneront uniquement quelques panneaux ou quelques murs. La Caf passera commande d'une signalétique interne qui devra impérativement respecter la charte graphique et les dimensions des cadres d'affichage de la signalétique interne.

Pour les mises à jour, une visite obligatoire sera à effectuer pour prendre les quotes exactes des panneaux de signalétiques.

La Caf est en mesure d'indiquer 4 types de signalétiques concernés par les mises à jour :

- Plaques sur les portes : format A5 (qté 150)
- Totem directionnels 60*40cm (qté 100)
- Signalétique sureté : mise à jour
- Fresques murales (papiers peints) ...

- Prestation au bon de commande

Il s'agit d'une prestation à bon de commande. Le titulaire s'engage à appliquer le même prix forfaitaire chaque année. Ce prix est à indiquer en annexe de l'acte d'engagement (bordereau de prix).

Lu et accepté

Le représentant habilité de la société

Ale,