

Création de noms et identités/adaptations graphiques pour le groupe caisse des dépôts et sa marque banque des territoires

Affaire n° 20255162

Cahier des clauses techniques particulières (C.C.T.P)

Sommaire

1.	ELEMENTS DE CONTEXTE	3
1.1.	LES MISSIONS DE LA CAISSE DES DEPOTS.....	3
1.2.	L'ETABLISSEMENT PUBLIC	3
1.3.	LA DIRECTION CLIENTE : LA DIRECTION DE LA COMMUNICATION.....	5
2.	CONTEXTE ET OBJECTIFS DE LA PRESTATION	5
2.1.	CONTEXTE PRECIS DE LA PRESTATION	5
2.2.	COMITOLOGIE MISE EN PLACE POUR LE PILOTAGE DE LA PRESTATION	6
2.3.	OBJET DE LA PRESTATION	6
3.	DETAIL DES PRESTATIONS ATTENDUES	6
3.1.	MISSION	6
4.	COMPETENCES REQUISES	7
5.	CONDITIONS D'EXECUTION	8
5.1.	INTERVENTION ET CHARGE	8
5.2.	LIEU D'EXECUTION DE LA PRESTATION	8

1. ELEMENTS DE CONTEXTE

1.1. Les missions de la Caisse des Dépôts

La Caisse des Dépôts et ses filiales constituent un Groupe public, investisseur de long terme au service de l'intérêt général et du développement économique du pays. Il remplit ses missions en appui des politiques conduites par l'État et les collectivités locales et peut exercer des activités concurrentielles.

Pour décliner ses missions et proposer une gamme complète d'accompagnements, la Caisse des Dépôts est aujourd'hui organisée autour de **quatre métiers** et de **deux partenaires stratégiques**.

Le soutien aux projets des territoires : Créée en 2018, la Banque des Territoires accompagne les territoires et leurs acteurs en proposant des solutions adaptées aux enjeux locaux : conseil, prêts et investissements en capital. Avec 16 directions régionales, 37 implantations territoriales et deux filiales, CDC Habitat et la SCET, elle propose une offre complète en ingénierie et en montage de projet aux collectivités, organismes de logement social, entreprises publiques locales, professions juridiques, entreprises et acteurs financiers, avec l'ambition d'agir pour des territoires plus durables et plus solidaires.

Politiques sociales : La direction des politiques sociales (DPS) de la Caisse des Dépôts accompagne les parcours de vie des Français. Tiers de confiance, elle concourt à la cohésion sociale et à la réduction de la fracture territoriale, en intervenant principalement dans quatre domaines : les retraites, la formation professionnelle, le handicap, le grand âge et la santé. Gestionnaire de 66 fonds et mandats, partenaire privilégié de 63 000 employeurs publics, la direction des politiques sociales apporte des solutions fiables et innovantes à ses clients et aux pouvoirs publics.

Les **gestions d'actifs (GDA)** gèrent l'ensemble des placements financiers de la Caisse des Dépôts (obligations, actions, non coté, immobilier, forêts, etc.), issus des bilans du Fonds d'épargne et de la Section générale. Premier gérant d'actifs de statut public (avec 288 Md€ d'encours d'actifs sous gestion) et premier investisseur sur les PME françaises cotées, GDA investit dans toutes les classes d'actifs, directement ou au travers de ses filiales (CDC Croissance, La Société Forestière, CDC Investissement Immobilier), dans une perspective de long terme et responsable.

La **gestion des participations stratégiques (GPS)** gère les opérations d'acquisition et de cession, ainsi que le pilotage actionnarial d'une vingtaine de sociétés dont la Caisse des Dépôts est actionnaire de référence. Elle contribue à la définition de la position actionnariale de la CDC ainsi qu'à l'accompagnement stratégique et financier des filiales, tout en coordonnant les priorités entre le Groupe et ses filiales. Investisseur de long terme, elle accompagne dans la durée le développement de ses filiales dont les résultats financiers soutiennent les missions d'intérêt général.

Nos deux partenaires stratégiques sont Bpifrance et le Groupe La Poste :

Bpifrance est une banque publique d'investissement détenue par la Caisse des Dépôts et l'État qui a pour mission de dynamiser et rendre plus compétitive l'économie française, en appui des politiques publiques. Elle finance les entreprises à chaque étape de leur développement, en crédit, garantie et fonds propres. Partenaire de confiance des entrepreneurs, elle développe une offre de conseil, de formation, de mise en réseau, et un programme d'accélération pour les start-up, PME et ETI.

Intégré au périmètre de consolidation financière du groupe Caisse des Dépôts depuis mars 2020, le **Groupe La Poste** accompagne tous les Français en offrant des services utiles et adaptés à leurs besoins. A travers ses quatre missions de services publics (courrier, services bancaires pour tous, aménagement du territoire via présence postale, presse) il accompagne les grandes transitions écologique, territoriale, démographique et numérique qui impactent la société.

1.2. L'établissement public

Le Groupe compte près de 350 000 collaborateurs dans le monde dont près de 7 500 pour l'Établissement Public (EP). Son bilan social agrégé atteint 1360 Md€, et sa contribution au budget de l'État était de 2,5 Md€ en 2023.

Pour mettre en œuvre ses différents métiers, la Caisse des Dépôts s'appuie sur l'établissement public organisé autour de fonctions transversales et de directions opérationnelles.

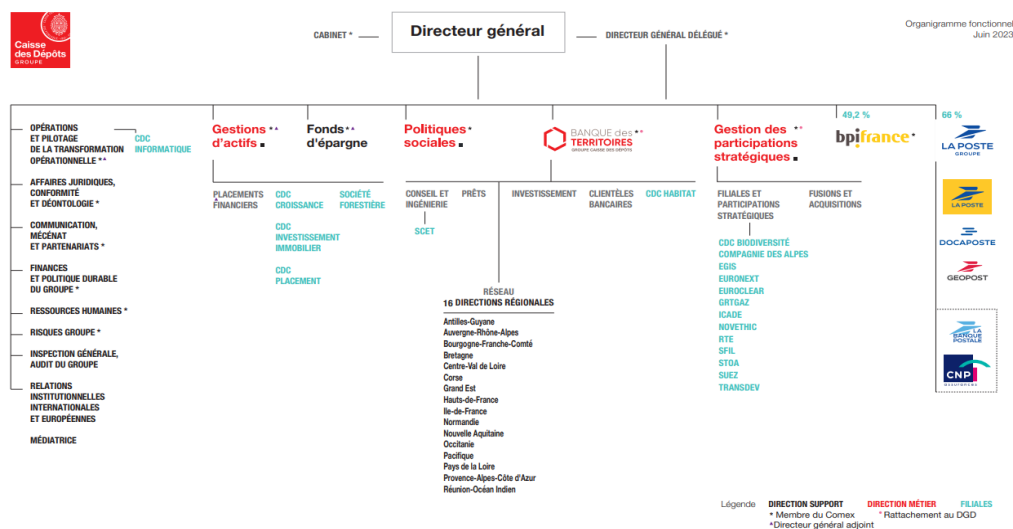
➤ **Les directions opérationnelles :**

- o La Banque des territoires composée de :
 - ✓ La direction des clientèles bancaires
 - ✓ La direction de l'investissement
 - ✓ La direction des prêts
 - ✓ La direction du réseau
 - ✓ La Scet
 - ✓ CDC Habitat
- o La direction des gestions d'actifs
- o La direction des politiques sociales
- o La direction de la gestion des participations stratégiques

➤ **Les fonctions transversales :**

- o Affaires juridiques, conformité et déontologie
- o Communication, mécénat et partenariats
- o Finances et politique durable du Groupe
- o Fonds d'épargne
- o Inspection générale, audit du Groupe
- o Opérations et pilotage de la transformation opérationnelle
- o Relations institutionnelles, internationales et européennes
- o Ressources humaines
- o Risques

Pour plus d'informations : www.groupecaissedesdepots.fr



Notre établissement, par son identité historique résolument tournée vers l'intérêt général, s'engage à être un acteur exemplaire de la transformation écologique et de la cohésion sociale et territoriale.

En 2022, la Caisse des Dépôts a adopté sa raison d'être, véritable boussole pour ses missions, qui se traduit par des engagements ambitieux en matière environnementale, sociale et de gouvernance dans le cadre de sa politique durable et notamment sa politique d'achats responsables, déclinée dans son SPASER (Schéma de promotion des achats socialement et écologiquement responsables) 2024-2027.

Dans ce cadre, la Caisse des Dépôts s'engage et attend de ses fournisseurs qu'ils prennent en compte lors de l'exécution des prestations ses engagements et sa politique en matière de développement durable et notamment les axes suivants :

- Réduction de l'impact environnemental : décarbonation, réduction des déchets, sobriété des consommations d'eau et d'énergie.

- Insertion sociale et professionnelle de tous.

- Promotion de l'égalité femmes / hommes et lutte contre les discriminations. A ce titre, dans une démarche d'amélioration continue, la Caisse des Dépôts accentue sa politique d'égalité et de diversité et s'est engagée, pour rendre officiel son engagement et le faire évaluer par un tiers, dans une démarche visant à obtenir le double label Égalité professionnelle entre les femmes et les hommes / Diversité.

1.3. La direction cliente : la direction de la communication

La présente mission est commandée et pilotée par la direction de la communication, du mécénat et des partenariats (DCOM) du groupe Caisse des Dépôts.

La direction de la communication du Groupe définit et met en œuvre la stratégie de communication en interne comme en externe, en cohérence avec la stratégie globale de l'institution. Elle est garante de la cohérence des messages et de l'image de la Caisse des Dépôts. Dans le cadre de ses missions, elle agit pour le compte des directions métiers et des directions opérationnelles de l'Établissement public.

En communication externe, le rôle de la direction de la communication est :

- D'accroître la lisibilité de ses quatre métiers,
- De renforcer la visibilité de ses actions au service des Français, sur tout le territoire,
- De faire connaître ses offres et son expertise,
- De développer la relation de confiance avec ses clients,
- De doter le Groupe d'une identité visuelle forte permettant une attribution/reconnaissance immédiate.

En communication interne, le rôle de la direction de la communication est essentiel afin de :

- renforcer le sentiment d'appartenance des collaborateurs ;
- permettre l'adhésion à la stratégie de l'entreprise ;
- renforcer la performance des équipes ;
- placer le collaborateur au cœur de l'entreprise ;
- donner du sens à l'action ;
- communiquer aux collaborateurs l'impact bénéfique de leur travail sur le quotidien des Français.

La communication interne joue un rôle clé dans la diffusion des informations et fait le lien entre les directions de l'Établissement public et aussi entre les différentes entités du Groupe. Dans un contexte de transformation, la communication interne a pour mission d'accompagner ce changement en respectant chaque étape nécessaire à un(e) collaborateur(trice) pour se l'approprier : être écouté(e), comprendre, adhérer, impliquer, expérimenter, partager, etc.

2. CONTEXTE ET OBJECTIFS DE LA PRESTATION

2.1. Contexte précis de la Prestation

La Direction de la communication a engagé, depuis plusieurs années, une stratégie visant à rendre plus lisibles et plus visibles les activités de la Caisse des Dépôts, dans ses missions d'intérêt général au service de tous les territoires et de tous les Français. Cette ambition s'est traduite par un plan de communication stratégique fort pour renforcer l'impact des actions et interventions de ses cinq métiers auprès de ses publics.

La marque Caisse des Dépôts, désormais installée, poursuit son objectif d'être mieux connue et reconnue de ses cibles et clients, mais également du grand public. La mise en cohérence à l'échelle du Groupe des messages stratégiques délivrés, la réalisation d'actions de communication comme les différentes campagnes de communication (réseaux

sociaux, podcasts, partenariats médias...) ont été les principaux enjeux de la direction de la communication au cours de ces dernières années et ont permis au Groupe de gagner en notoriété auprès de ses audiences.

Ainsi, dans un contexte de prises de parole de plus en plus nombreuses de la Caisse des Dépôts, de ses directions et filiales, la lisibilité de la Caisse des Dépôts et son lien avec ses filiales constituent un enjeu fort.

C'est dans ce contexte que la Caisse des Dépôts souhaite maintenir voire développer sa cohérence dans la création de noms inscrits dans son écosystème et qui constituera un enjeu dans la lisibilité du Groupe et ses composantes.

Ainsi, la Direction de la communication souhaite un accompagnement dans la création de noms pour les nouvelles filiales du Groupe et de sa marque Banque des Territoires, ainsi que pour la création d'offres commerciales de la Banque des Territoires, ou autres.

2.2. Comitologie mise en place pour le pilotage de la prestation

Les prestations seront suivies par le pôle marque de la direction de la communication du Groupe.

Une réunion de cadrage sera organisée par la Caisse des Dépôts dès la notification du marché, afin de préciser avec le prestataire le contexte, les objectifs, les enjeux, les contraintes, l'environnement et l'organisation générale des missions. Un compte rendu de cette réunion de cadrage sera à remettre par le prestataire dans les 5 jours suivant la réunion.

2.3. Objet de la prestation

Le présent accord-cadre a pour objet des prestations de création de noms et identités/adaptations graphiques pour le groupe caisse des dépôts et sa marque banque des territoires.

3. DETAIL DES PRESTATIONS ATTENDUES

3.1. Mission

3.1.1. Définitions

Qu'il s'agisse de création de dénomination sociale ou d'offre commerciale (service, programme ou produit) ou autre, les tâches à réaliser seront :

- **Unité d'œuvre n°1** : Réunion de lancement : l'analyse du brief naming et la définition des axes créatifs ;
- **Unité d'œuvre n°2** : Deux ateliers de présentation de noms comprenant les *crash-tests* fondamentaux. Ces deux ateliers devront, dans la mesure du possible, être programmés dans un laps de temps rapproché.

Le premier

- Présentation au client d'une quinzaine (minimum) de noms préfiltrés pour sélection : préfiltrages juridiques dans les classes concernées ; divers préfiltrages requis (phonétique, linguistique...) et état de disponibilité des noms de domaine (.fr et .com)
- Filtrages parmi les moteurs de recherche (avec et sans mots clés)

Le second

- Présentation au client d'une *medium list* de 5 à 7 noms (avec préfiltrages juridiques, digitaux... comme pour les noms du premier atelier), en vue de l'établissement d'une *short list*

Important

La création de nom devra intégrer le parti-pris des chantiers en cours :

- La rationalisation des offres (respect des principes de définition de gammes ou de typologie etc.)
- L'architecture du Groupe CDC et/ou de la Banque des Territoires (respect des grands principes de création des filiales ou autre composante)

3.1.2. Réalisation et délais

Le titulaire du marché proposera pour chacune des prestations :

- Une méthodologie cohérente et adaptée au contexte et au besoin exprimé (réunions de groupes, réalisation d'entretiens avec les parties prenantes...)
- Un planning précis des actions prévues dans le cadre de chacune des prestations de *naming*.

Pour chaque création de noms et identités/adaptations graphiques (comprenant les ateliers de présentations et la fourniture du rapport complet des résultats de recherche), le délai de réalisation maximum pour l'ensemble des prestations est de deux mois.

3.1.3. Livrables

Pour chaque prestation :

- **Unité d'œuvre n°3** : un rapport complet des résultats des recherches d'antériorités en similitude (parmi les marques / dénominations sociales / noms de domaine sur le territoire identifié) sur les 3 noms de la *short list* (les recherches approfondies / en similitude, le libellé du dépôt et le dépôt seront assurés par la Caisse des Dépôts).
Il s'agira en effet pour le titulaire de s'assurer de l'absence d'antériorités pour l'exploitation et le dépôt le cas échéant.
- **Unité d'œuvre n°4** : Une création graphique si besoin : la création du nom pourra en effet s'accompagner d'une demande de logo/adaptation graphique et/ou de territoire graphique avec ou sans réalisation de charte graphique qui devront être précédés d'un benchmark identitaire.

Il est à noter qu'après chaque phase d'arbitrage, l'ensemble des livrables sera réalisé sous un délai maximal de 10 jours et moyennant un maximum de 3 allers retours. En l'absence de validation, une rencontre sera organisée avec le titulaire du marché pour arbitrer les points en suspens.

Par ailleurs, aucune demande de paiement ou facture ne pourra être adressée avant validation du livrable considérée.

La validation par la CDC de l'ensemble des livrables cités dans la clause 3 entraînera le paiement de :

- 100 % du montant de la commande à réception du livrable final

4. COMPETENCES REQUISES

Cette mission s'adresse plus particulièrement à des agences spécialisées en naming et création d'identité visuelle, et ayant idéalement une bonne connaissance des cibles et de l'écosystème de la Caisse des Dépôts.

Afin de mener à bien l'intégralité de la mission, le titulaire devra s'appuyer sur les compétences suivantes :

- Expérience avérée en création de noms/identités graphiques

Compétences additionnelles :

- Ecoute sur les besoins, disponibilité, réactivité
- Capacité d'analyse critique

Caractéristiques des principaux profils dédiés :

- Un consultant expert expérimenté qui sera le point d'entrée principal pour l'ensemble de la prestation. Il devra être présent sur l'ensemble de la durée de la prestation : réunions de brief et de suivi dans le cadre de chaque prestation.
- Chaque membre de l'équipe devra pouvoir justifier d'au moins une expérience significative sur une mission comparable.
- Les autres profils pourront intervenir en accompagnement lors des réunions selon leur expertise des sujets abordés.

5. CONDITIONS D'EXECUTION

5.1. Intervention et charge

La CDC préconise une équipe connaissant bien les publics et l'écosystème visés, ainsi que les problématiques de positionnement et de création de marque. Le dispositif proposé dans l'offre du titulaire devra donc mettre en exergue et préciser la manière dont il prendra en compte ces éléments, tant en termes méthodologiques qu'organisationnels.

5.2. Lieu d'exécution de la prestation

La prestation sera principalement à réaliser à Paris : en présentiel et/ou en distanciel selon le contexte. L'équipe devra adapter ses interventions sur les deux formats possibles