

**MARCHE PUBLIC DE FOURNITURES COURANTES ET DE
SERVICES**



**Fourniture des services LINKEDIN
au profit de la branche recouvrement**

Appel d'Offres Ouvert
N° de procédure : 2535-AOO-DRH

Cahier des Clauses Techniques Particulières

PREAMBULE – PRESENTATION DE LA BRANCHE RECOUVREMENT ET DU CONTEXTE

Afin de faire face à un marché de l'emploi en pleine mutation, de diversifier et d'améliorer la qualité de ses recrutements, la DRH de l'Urssaf Caisse nationale contractualise depuis six ans avec la société LinkedIn. Ce contrat permet :

- D'assurer une diffusion large des offres d'emploi, en complément des canaux traditionnels que sont la Bourse des emplois de l'Ucanss, le site de l'Apec et des sites spécialisés gratuits ou payants.
- De faire du sourcing via les licences recruteurs proposées par LinkedIn. Cet outil est aujourd'hui devenu indispensable pour un employeur proactif. C'est désormais au recruteur qu'il revient de chercher les candidatures, ce que permet la licence recruteur en donnant accès à la bibliothèque de CV de LinkedIn.
- D'assurer une visibilité aux actions de promotion de la marque employeur. La page entreprise est consultée par 50% des membres du réseau social lorsqu'ils envisagent un changement de poste. Le contenu posté sur cette page vitrine présente l'avantage d'être toujours accessible par les internautes.

L'utilisation de cette solution s'est avérée efficace, la DRH de l'Urssaf Caisse nationale souhaite renouveler son achat.

En parallèle, la DGRM a procédé au recensement des usages actuels et des besoins à venir des Urssaf. En effet, le réseau Urssaf dans sa globalité a intérêt à procéder à un achat groupé des licences et pages carrière, la grille tarifaire de LinkedIn étant dégressive en fonction du volume commandé.

Enfin, le recours à un tiers pour représenter le réseau des Urssaf auprès de LinkedIn permettra d'optimiser encore le budget.

ARTICLE 1 – OBJET DES PRESTATIONS

Le marché a pour objet la fourniture des services LINKEDIN au profit de la branche recouvrement. Ces prestations visent à améliorer le sourcing, l'attractivité des offres d'emploi, et la visibilité de la marque employeur de la branche recouvrement, tout en garantissant un support opérationnel et un accompagnement dédié.

ARTICLE 2 – BENEFICIAIRES DES PRESTATIONS

L'ACOSS agit pour son compte et celui des organismes du recouvrement, tel que mentionné dans le Cahier des Clauses Techniques Particulières (CTP).

Cette coordination des besoins est prévue par l'article L. 224-12 du Code de la Sécurité Sociale, aux termes duquel « *Les caisses nationales, l'Agence centrale des organismes de sécurité sociale et l'Union des caisses nationales de sécurité sociale peuvent passer, pour leur propre compte et celui des organismes locaux, des marchés ou des accords-cadres. Les marchés subséquents aux accords-cadres sont passés par les caisses nationales, l'Agence centrale des organismes de sécurité sociale ou par les organismes locaux* ».

Les prestations sont accessibles et utilisables par les organismes de la branche du recouvrement listés ci-dessous :

- ACOSS,
- URSSAF Alsace,
- URSSAF Centre Val de Loire,
- URSSAF Limousin,
- URSSAF Lorraine,
- URSSAF Midi-Pyrénées,
- URSSAF Ile de France (à compter du 1^{er} février 2028)

ARTICLE 3 – PRESTATIONS ATTENDUES

Le nouveau marché vise à fournir aux organismes adhérents de l'accord cadre un accès performant et adapté aux services LinkedIn, dans le but d'optimiser leurs processus de recrutement et de renforcer leur marque employeur sur une période de 4 ans (2 ans fermes avec une reconduction ferme de 2 ans). Les prestations attendues sont détaillées comme suit :

Les services de LinkedIn devront permettre à la branche recouvrement de remplir les objectifs conjoints suivants :

1. **Disposer d'un accès nominatif pour les profils recruteurs (une vingtaine quarantaine d'utilisateurs)** permettant de réaliser des recherches illimitées sur une large CVThèque de profils professionnels (à minima 800 millions d'abonnés) sur un panel métiers extensif (Technique, Numérique, , Ingénierie, Achats/ Finance, juridique, communication, ressources humaines ...) et de cibles variées (étudiants, junior, senior, manager, directeur), au niveau national
2. Disposer d'une formation sur l'utilisation des fonctionnalités de la licence recruteur (fonctions simples et fonctions avancées).
3. Utiliser des outils de recherche selon des filtres simples (par exemple, le lieu de résidence ou de travail, le diplôme, les compétences, le niveau d'expérience, les entreprises précédentes, les écoles ou organismes de formation, par diplôme ou niveau d'études), de recherche par mots clés dans le but d'identifier des candidats et faire de la chasse en :
 - Paramétrant des alertes proposant des profils en lien avec les précédentes recherches ;
 - Permettant de « suivre » des candidats dont le profil est intéressant ;
 - Ayant la possibilité de contacter de manière illimitée les candidats potentiels, par le biais de messages personnalisables permettant un échange entre le chargé de recrutement et le candidat ;
 - Possibilité d'avoir des comptes dits « en consultation » pour des échanges de CV auprès de managers ou collègues dans la ligne RH pour qui les chargés de recrutement opèrent le sourcing et permettent ainsi les échanges directs.
4. Faciliter la mise en relation des professionnels du secteur pour effectuer des études de parangonnage (*benchmark*) et interagir avec la communauté des adhérents de la branche recouvrement :
 - Publier des offres d'emploi de manière automatique via le Job Wrapping et depuis le système de suivi des candidats (ATS) ou le site de carrières gérés par le biais de LinkedIn Recruiter Corporate.
 - Disposer d'emplacements (dits « job slots ») pour publier des offres d'emploi en français sur le marché de l'emploi Français, permettant de couvrir les besoins de recrutement ;
 - Ces annonces sont exposées directement dans la page d'accueil des candidats pertinents ;
 - Les annonces sont affichées sur mobile avec la possibilité de candidater sur mobile ;
 - Une mise en forme adaptée au format d'annonce Urssaf, incluant vidéo/photo/liens.
5. Disposer d'une Page « Career page » (vie de l'entreprise), permettant d'intégrer des supports digitaux de communication pour les organismes adhérents de l'accord cadre pour :
 - Communiquer sur sa marque employeur en mettant en avant tous les éléments qui la définissent à savoir le sens de sa raison d'être, son ADN, sa culture, ses missions et ses valeurs,
 - Disposer d'espaces pour des images, photos, vidéos, bannières, présentation des activités et de l'organisation, témoignages de salariés.
 - Cette page pourra être enrichie et complétée tout au long de l'année ;
 - La **page carrière LinkedIn**, est composé d'onglets : ils permettent le développement de contenus spécifiques liés au besoin de recrutement, au besoin de valoriser certaines activité ou campagne de communication dans le but d'attirer/de recruter. Le besoin est de disposer de 5 onglets et non de 2 comme actuellement, l'usage étant répertorié ci-dessous.
 - Dans le cadre de notre stratégie, nous souhaitons avoir :
 - ⇒ 1 page pour expliquer « Qui nous sommes » – active actuellement
 - ⇒ 1 page pour mettre en avant la dernière campagne de recrutement et la mise en avant de nos offres d'emplois– active actuellement

- ⇒ 1 page pour : Nos engagements – promesse employeur + ambassadeurs Urssaf
 - ⇒ 1 page pour les métiers de la tech - spécifique à nos enjeux de recrutement et de pédagogie sur la DSI
 - ⇒ 1 page pour l'alternance et les stages – spécifique à nos enjeux de recrutement de plusieurs centaines de postes dans le réseau chaque année
6. Disposer de la possibilité de campagnes de sensibilisation, au format et en nombre libres, pour promouvoir les organismes adhérents de l'accord cadre en tant qu'employeur de choix et d'espaces de publicités ciblées pour promouvoir les offres d'emploi des organismes adhérents de l'accord cadre auprès d'un public spécifique ;
 7. Disposer en permanence de statistiques sous forme de rapports d'utilisation et de performance intégrés, notamment :
 - Nombre de vues des offres d'emploi ;
 - Nombre de clics de candidatures ;
 - Taux vues/candidatures ;
 - Nombre d'accès utilisés récemment par les recruteurs de la branche recouvrement ;
 - Nombre de messages envoyés ;
 - Taux d'acceptation des messages par les destinataires ;
 - Nombre d'abonnés et de vues de la page employeur...

ARTICLE 4 – REUNIONS PERIODIQUES

En cours d'exécution, des points de suivi réguliers pourront être organisés sous forme d'échanges téléphoniques ou de visioconférences entre le Titulaire et les représentants des organismes adhérents de l'accord cadre, afin d'assurer un suivi continu des prestations et de répondre aux éventuelles problématiques opérationnelles.

Une réunion périodique de suivi de contrat pourra être organisée, en distanciel (visioconférence) ou en présentiel, selon les besoins et la volonté de l'ACOSS.

Si la réunion se tient en présentiel, elle se déroulera au siège de l'ACOSS coordonnateur du groupement. Tous les frais de déplacement et, le cas échéant, d'hébergement, des personnels du Titulaire seront à la charge de ce dernier.

L'objectif principal de cette réunion est de faire un bilan des prestations effectuées, d'identifier les axes d'amélioration éventuels, et de s'assurer de la bonne mise en œuvre des engagements contractuels.

Cette réunion réunira :

- Les représentants des services RH et achats des organismes adhérents de l'accord cadre,
- Le ou les représentants du Titulaire,
- À la discrétion des parties, les agents du Titulaire qui interviennent régulièrement dans l'exécution du marché.

Une synthèse des échanges et des décisions prises lors de cette réunion sera formalisée par le titulaire et partagée avec toutes les parties concernées afin d'assurer un suivi transparent et efficace.

Le coût des réunions et du suivi du marché doit être compris dans les prix unitaires des modules proposés au Bordereau des Prix Unitaires.