



CAHIER DES CHARGES TECHNIQUES PARTICULIERES

MARCHE PUBLIC FCS
(FOURNITURES COURANTES ET DE SERVICES)

PRESTATIONS DE RELATIONS PRESSE NATIONALE POUR TELECOM
SUDPARIS

MARCHE N° 26 TSP 001M

1. OBJET DE LA CONSULTATION

L'École d'ingénieurs Télécom SudParis est une école de l'Institut Mines-Télécom. L'École a co-fondé l'Institut Polytechnique de Paris avec l'Ecole Polytechnique, ENSTA, l'École nationale des ponts et chaussées, l'ENSAE Paris et Télécom Paris. Le développement par Télécom SudParis de nouveaux programmes en phase avec les transitions numérique et écologique, de la recherche partenariale, et du renforcement de la qualité du recrutement étudiants qui en découle rendent nécessaire la mise en place de relations privilégiées avec la presse nationale en vue de renforcer sa notoriété en France.

Pour remplir cet objectif de communication de visibilité de Télécom SudParis, il est nécessaire de constituer une base de données exhaustive, être identifiée comme un interlocuteur de référence en formation et recherche dans le domaine du numérique, de tisser des relations de confiance avec les journalistes. Pour cela la direction de la communication a besoin d'être accompagnée. Le recours à une agence disposant d'une expertise en relations presse, d'une excellente connaissance des spécificités du marché français, ainsi que de liens privilégiés avec les médias français s'avère indispensable.

2. PRESENTATION DE TELECOM SUDPARIS

Télécom SudParis est une grande école d'ingénieurs généralistes dans le domaine du numérique, sous tutelle du ministère de l'Industrie. Elle fait partie du groupe IMT (Institut Mines-Télécom) et est co-fondatrice de l'Institut Polytechnique de Paris (IP Paris). L'école a trois missions : la formation, la recherche et le soutien économique. Son éco-système dense est composé d'étudiants, d'enseignants, de chercheurs, de start-ups, de partenaires entreprises, etc. Télécom SudParis accompagne les entreprises dans la transformation numérique grâce à une vision large des enjeux de l'économie numérique : industrie numérique, ville numérique, transports intelligents, santé et assistance à la personne, énergie et smart grid.

2.1. Réputation

Après seulement quarante cinq ans d'existence, Télécom SudParis détient une solide réputation appuyée par les classements internationaux : l'école se classe 14^e au Classement Le Figaro Étudiant 2024, 27^e au Classement L'Étudiant, et 46^e rang mondial au Classement QS World University Rankings 2025 de par son appartenance à l'Institut Polytechnique de Paris.

2.2. Formation

École de référence de la transformation numérique, Télécom SudParis forme les acteurs majeurs de cette révolution : diplômés d'Ingénieur, doubles-diplômes en France et à l'étranger, Masters, PhD track, Doctorat, Mastère Spécialisé®, Formation continue, Validation des Acquis de l'Expérience (VAE), MOOC. Télécom SudParis offre à ses diplômés des débouchés concrets et l'accès à une grande diversité de carrières : les salaires de sortie sont parmi les plus élevés de France, avec une insertion professionnelle très rapide et l'affirmation de l'égalité salariale entre les femmes et les hommes sans oublier la participation à l'émergence de nouveaux métiers du numérique.

2.3. Recherche

En lien étroit avec les industriels, la recherche est menée principalement au sein de l'École autour d'un laboratoire de recherche, Samovar. Il est l'un des rares laboratoires à couvrir l'ensemble des thématiques des systèmes de communications. Les thèmes stratégiques sont : Cloud, SDN (software Design Network)- virtualisation de réseaux ; Big Data, IA ; Internet des objets ; Informatique ubiquitaire ; Cyber-sécurité, Sécurité, Biométrie, Données personnelles ;

Test et Monitoring ; Imagerie multi-modale et multi-capteurs ; Indexation sémantique ; Réseaux complexes ; Optimisation distribuée ; Filtrage, lissage, classification ; Transmission très haut débit ; Localisation indoor.

2.4. Soutien au développement économique

Former des ingénieurs et des chercheurs dont les compétences sont en adéquation avec les besoins du marché est une mission essentielle de Télécom SudParis. L'Ecole s'est dotée d'un 1 incubateur de start-up, parmi les premiers incubateurs d'écoles de France, de 8 plateformes d'expérimentation accessibles aux entreprises et 3 000 m² d'espace dédiés à l'innovation. Par ailleurs, Télécom SudParis a été labellisée Carnot au sein du Carnot Télécom et Société Numérique depuis 2006 pour la qualité de sa recherche partenariale.

2.5. Valeurs

Depuis sa création, Télécom SudParis a un sens aigu de sa responsabilité sociale. Au-delà de sa vocation première de formation d'excellence, elle s'engage dans une démarche citoyenne en étant pionnière dans la formation en alternance, active pour l'équité, et consciente de sa responsabilité d'être utile à la société de part ses missions de formation, recherche et soutien économique.

3. DESCRIPTION DE L'EXISTANT

La Direction de la Communication de Télécom SudParis est structurée en trois pôles. Le pôle presse est représenté par la directrice de la communication. Les relations presse ont été structurées en 2021. La démarche est à poursuivre et à approfondir (positionnement et accompagnement), avec prise en compte de l'environnement institutionnel. L'école dispose d'un outil de veille presse.

4. DETAIL DES PRESTATIONS ATTENDUES

L'agence sera chargée de la mise en œuvre de relations presse nationales de Télécom SudParis, en lien avec la Directrice de la communication de l'École. La stratégie générale sera définie avec la Directrice de la communication, en adéquation avec le plan de communication de l'École.

Afin de favoriser le rayonnement national de l'École en termes d'attractivité, de recrutement et de positionnement, l'agence est à même de faire des recommandations et de prendre en charge la diffusion des différents outils.

Il est attendu de l'agence retenue les missions suivantes :

- S'approprier le discours de Télécom SudParis et assimiler ses atouts et spécificités.
- Développer et valoriser le réseau de journalistes de Télécom SudParis au plan national :
- Organisation de points presse / rencontres presse / rencontres ponctuelles et individuelles ;
- Rédaction et diffusion de communiqués, dans la limite de 12 par an, réalisés conjointement par l'agence retenue et la chargée des relations presse de Télécom SudParis ;

- Assurer une mission de veille sur les articles et dossiers à paraître dans lesquels Télécom SudParis pourrait être interviewée.
- Communiquer sur les cycles de formations existants (cycle ingénieur, master, doctorat, Mastère Spécialisé), auprès des médias spécialisés et des médias grand public (presse écrite, télévision, radio, presse Internet, blog) afin de favoriser le recrutement national.
- Asseoir l'expertise du laboratoire de recherche de Télécom SudParis.
- Valoriser les porteurs de projets et les start-ups incubées et accélérées à Télécom SudParis dans son incubateur IMT Starter et de façon plus générale, valoriser les programmes d'aide à l'entrepreneuriat et à l'innovation.
- Permettre aux différents médias (presse écrite, télévision, radio, blogs, presse Internet) spécialisés ou non d'identifier Télécom SudParis comme une des références académiques dans le domaine du numérique et les fidéliser.
- Créer un fichier rassemblant les contacts de journalistes nationaux, dans le domaine de l'ESR, de l'innovation numérique et de la création d'entreprise, actualisé au fil de l'eau et remis en propre à la Directrice de la Communication pendant et à l'issue de la prestation.

Il est également attendu de l'agence qu'elle fournisse une analyse bimestrielle qualitative et quantitative des retombées presse.

Est considérée comme une retombée presse un article / émission / reportage résultant du travail de l'agence et mentionnant de façon explicite et positive Télécom SudParis, ses représentants et ses missions.

L'agence sera évaluée en fonction des retombées réalisées attendues : 140 retombées presse par an dans les médias online ou papier : Presse enseignement supérieur / innovation / recherche / économie.

Nos cibles principales sont :

- Candidats aux formations initiales et exécutives et leurs parents
- Entreprises pour le recrutement, la recherche et l'innovation
- Écosystème Enseignement Supérieur et Recherche

5. BUDGET

Le budget établi pour l'ensemble des prestations est décomposé de la manière suivante :

- Prestation forfaitaire, conformément à la décomposition du prix global et forfaitaire (DPGF) ; le budget annuel estimé est de 30.000,00€ HT
- Pour les prestations supplémentaires réalisées à bons de commande, le budget annuel est estimé à 5.000,00€ HT annuel maximum.