



Centre national des œuvres universitaires et scolaires (Cnous)

[60 boulevard du lycée - 92170 Vanves]

**Envoi de SMS et de MAILS en
masse aux différentes cibles du
Cnous et des Crous (étudiants,
personnels, réseaux
universitaires...)**

1	PREAMBULE	4
1.1	Forme du marché	4
1.2	Définitions	4
1.3	Organisation du réseau des œuvres	4
2	CONTEXTE GENERAUX	6
2.1	Enjeux stratégiques du marché	7
2.1.1	L'équité entre étudiants	7
2.1.2	Une prise en compte de l'éco-responsabilité et l'écoconception	7
3	OBJET DU MARCHE ET DEFINITIONS DES BESOINS	9
3.1	Volumétrie	9
3.2	Service d'envoi de SMS	10
3.3	Service d'envoi de mails	11
3.4	Désabonnements	13
3.5	Couplage au SI des Crous	14
3.6	Facturation	14
3.7	Formations	14
3.8	Conditions techniques de délivrance du service	15
3.8.1	Disponibilité, résilience	15
3.8.2	Sécurité	15
3.8.3	Supervision proactive	15
4	ENGAGEMENTS DE QUALITE DE SERVICE	16
4.1	Indicateurs	16
4.1.1	Disponibilité du service SMS et Méls (indicateur S_DS et M-DS)	16
4.1.2	Garantie du délai de traitement d'une campagne d'envoi de SMS (indicateur S_GDTC)	16
4.1.3	Garantie de délai de traitement d'une campagne d'envoi de méls (indicateur M_GDTC)	16
4.1.4	Garantie de délai de traitement des incidents (indicateur MS_GDTI)	16
4.2	Pilotage de la qualité de service	17
5	DESCRIPTION DES PRESTATIONS OBLIGATOIRES	17
5.1	Mission 1 : Initialisation	17
5.1.1	Objet de la mission	17
5.1.2	Description	17
5.1.2.1	Prestation M1-P1: Phase de lancement du marché	18
5.1.2.2	Prestation M1-P2 : Fournir l'ensemble des documents nécessaire à la prise en main du service et à son utilisation	18
5.1.2.3	Prestation M1-P3 : Mise en Service	18
5.1.2.4	Prestation M1-P4 : Formations	18
5.1.3	Livrables, délais et modalités de recette	18



5.1.4	Recette définitive de la mission 1 et facturation.....	19
5.2	Mission 2 : Exécution des prestations d'envoi de SMS et de mél	20
5.3	Mission 3 : Prestations complémentaires à bon de commande	20
5.3.1	Objet de la mission	20
5.3.2	Description des unités d'œuvre	20
5.3.3	Vérification de service fait.	21
6	PILOTAGE DU MARCHE	21
6.1	Suivi de marché	21
6.2	Comité de suivi du marché (CNS).....	21
7	CONFORMITES AUX DISPOSITIFS LEGISLATIFS ET REGLEMENTAIRES.....	22
8	EVOLUTION DU MARCHE	22

1 PREAMBULE

1.1 Forme du marché

Le présent cahier des clauses techniques particulières est établi sur la base des besoins de l'institution.

Le pouvoir adjudicateur est le Cnous et l'autorité compétente est la présidente du Cnous.

Le marché est un marché global décomposé en 3 missions.

- **Mission 1** : Initialisation.
- **Mission 2** : Exécution des prestations d'envoi de SMS et MAILS en masse
- **Mission 3** : Prestations à bon de commande : assistance, complément de formation, accompagnement

1.2 Définitions

Dans le présent document :

Le CNOUS est désigné sous le terme de **pouvoir adjudicateur**

Le CNOUS et les 26 CROUS sont désignés par le terme « **Les Crous** ».

Le Cnous ou **un Crous** est désigné par le terme « établissement »

La société retenue est désignée sous l'appellation « **titulaire** ».

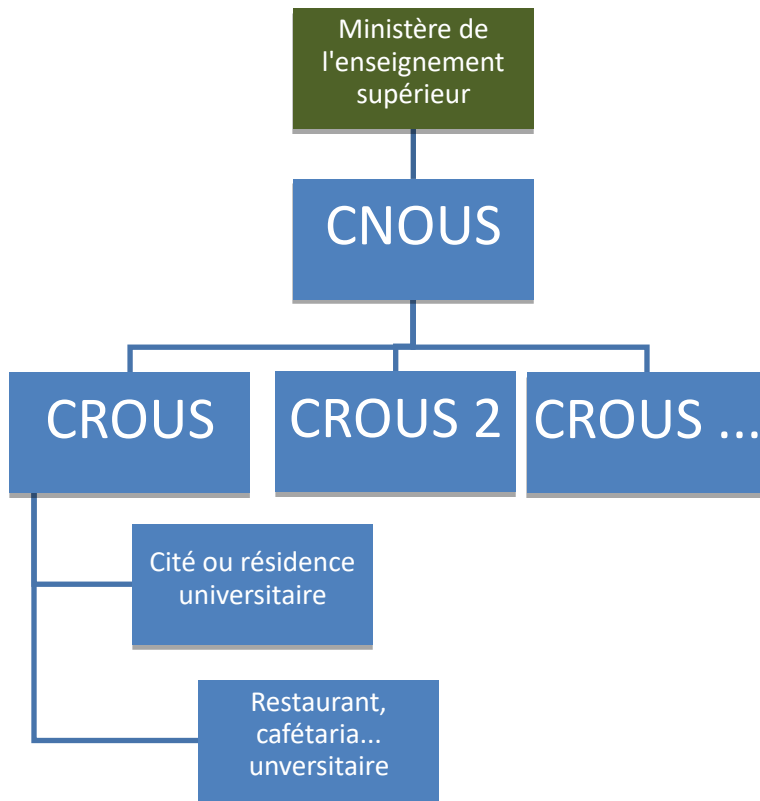
1.3 Organisation du réseau des œuvres

Le Centre National (Cnous) et les Centres Régionaux des Œuvres Universitaires et Scolaires (Crous) ont été créés par la loi du 16 avril 1955 visant à réorganiser les services d'œuvres sociales en faveur des étudiants :

- Sur le plan national, le Centre National des Œuvres Universitaires et Scolaires (Cnous) a pour mission d'aider et d'orienter l'action des Centres Régionaux et d'en contrôler la gestion.
- Au plan régional, les Centres Régionaux des Œuvres Universitaires et Scolaires (Crous) assurent la gestion des services propres à satisfaire les besoins des étudiants et à améliorer



les conditions de vie et de travail des étudiants conformément au décret 2016-1042 du 29 juillet 2016 relatif aux missions et à l'organisation des œuvres universitaires.



Chaque Crous assure la mise en œuvre des politiques de vie étudiante sur son ressort, qu'il s'agisse de l'attribution d'aides sociales, directes, comme les bourses sur critères sociaux de l'Enseignement supérieur, les aides spécifiques et les aides indirectes, comme le logement, la restauration, la culture, la collecte de la Contribution de Vie Etudiante et de Campus (CVEC).

Ses missions se répartissent en grands pôles : les aides financières, l'action sociale, le logement, la restauration, la culture, l'emploi...

Les 26 Crous offrent un ensemble de services à l'étudiant pour faciliter son parcours universitaire et favoriser, dans une démarche sociale, l'égalité des chances.

Les Crous sont des établissements publics nationaux à caractère administratif dotés de la personnalité morale et de l'autonomie financière. Ils sont placés sous la tutelle du Ministère chargé de l'Enseignement Supérieur, de la Recherche et de l'Innovation. Ils sont administrés par un conseil d'administration composé de représentants de l'administration, de représentants des personnels, d'élus étudiants et de personnalités extérieures.

Du fait de son autonomie financière, chaque établissement dispose d'un budget propre.

Les chiffres clés sont disponibles dans le rapport d'activité du Crous : <https://www.lescrous.fr/rapport/rapport-dactivite-2024/#chiffres>

2 CONTEXTE GÉNÉRAL

Le présent marché a pour objet :

- L'envoi de SMS et de mails aux différentes cibles du Crous et des Crous (étudiants inscrits dans un établissement d'enseignement supérieur français par exemple).

Pour renforcer la communication directe à destination de ses usagers, les Crous souhaitent disposer d'un service performant d'envoi de SMS et d'emails en masse.

- Pour les SMS, le service doit permettre :
 - L'envoi au fil de l'eau au travers d'une interface programmatique intégrée dans le code des applications du SI des Crous ;
 - L'envoi par campagne par fourniture d'une liste de destinataires et du texte à la charge des Crous
- Pour les EMAILS, le service doit permettre :
 - L'envoi au fil de l'eau au travers d'une interface programmatique intégrée dans le code des applications du SI des Crous ;
 - L'envoi par campagne par fourniture d'une liste de destinataires et d'un texte (le cas échéant accompagné d'une pièce jointe) à la charge des Crous.
- La solution doit intégrer :
 - Solution en marque blanche multi marques permettant de regrouper tous les établissements du réseau des Crous et avec une administration et supervision tant au niveau de chaque établissement que national ;
 - Outil de segmentation intégré et ergonomique ;
 - Une ergonomie simplifiant l'utilisation pour les utilisateurs (WYSIWYG, Drag and Drop ...)
 - La capacité à mettre en œuvre des formulaires joints aux campagnes ;
 - Un ensemble d'API garantissant l'ouverture de la solution et son couplage aux SI des Crous.
 - Connexion SSO possible
 - Module de recherche, de filtre et d'affichage sur toutes les pages utilisant des listes
 - Gestion des comptes: sociétés, Gestionnaire de société, groupe de partage (différents des groupes utilisateurs actuels), utilisateurs, clients.
 - Gestion des modèles: Mail, SMS, Pages, Formulaires
 - Gestion des étiquettes au niveau du compte société
 - Gestion de la bibliothèque d'images au niveau du compte société



- Gestion des Expéditeurs prédéfinis
- Edition du thème de la plateforme
- Gestion des Rôles
- Accès à votre profil
- Accès aux exports

2.1 Enjeux stratégiques du marché

Les enjeux stratégiques, qui sont précisés par les clauses définies dans le présent CCTP, sont :

2.1.1 L'équité entre étudiants

L'équité du service rendu à l'étudiant constitue un principe de base des Crous et plus généralement de la communauté de l'enseignement supérieur.

Dans le cadre de ce marché, il est attendu que tout étudiant (ou autre ayant droit) ait la même qualité de service (au niveau des engagements décrits dans le CCTP). Quelque soit l'endroit où il se trouve, l'équipement numérique dont il dispose, il doit recevoir les informations qui lui sont destinées dans les mêmes conditions que tout autre étudiant. Le titulaire doit tout mettre en œuvre pour respecter ce principe d'équité.

2.1.2 Une prise en compte de l'éco-responsabilité et l'écoconception

Conformément à l'objectif 1 du Plan National des Achats Durables, l'ensemble des contrats de commande publiques doivent comprendre une considération environnementale.

Soucieux de préserver les ressources et de s'inscrire dans un modèle d'achat respectueux, le Crous attend de ses partenaires économiques qu'ils s'engagent de **façon transparente et constructive** dans cette démarche.

A ce titre, le titulaire met en œuvre les mesures sur lesquelles il s'est engagé dans son offre technique (partie 7 du CRT). Ces engagements doivent être liés à l'objet du marché et **directement mesurables et quantifiables**.

Ils peuvent porter notamment sur les éléments suivants :

- Réduction autant que possible du bilan carbone du service ;
- Meilleur positionnement possible du service par rapport au référentiel du domaine (RGESN, GR491, ...) ;
- Hébergement écoresponsable des données (datacenters) ;



- Rationalisation des déplacements des équipes du titulaire dans les interventions sur site (proximité des équipes d'intervention par rapport à la résidence, ...) ;
- ...
- *Cette liste n'est pas exhaustive.*

Le titulaire démontre dans son offre et tout au long du marché, son engagement sur ces principes.

Le Cnous se réserve le droit de demander au titulaire et à ses sous-traitants, à tout moment au cours de l'exécution du marché, tout document attestant du respect de ses engagements. Cette demande devra être faite par écrit dans un délai donné qui ne pourra être inférieur à 5 jours francs.

3 OBJET DU MARCHE ET DEFINITIONS DES BESOINS

Le présent document a pour objectif de préciser les conditions dans lesquelles le titulaire fournit les prestations d'envoi de SMS et de mails en masse au profit des Crous.

3.1 Volumétrie

Pour les SMS :

- Le volume annuel devrait se situer entre 1 million et 4 millions par an suivant le développement des usages et des différents événements survenant durant l'exécution du présent marché ;
- Pour l'utilisation en mode « campagne », la volumétrie maximum devrait être de 3 Millions (3 000 000) de destinataires. La majorité des campagnes des Crous seront d'un volume plus faible (moins de 300 000) ;
- 85% à 95 % des destinataires disposeront d'un numéro de téléphone fourni par un opérateur français pour la France métropolitaine ;
- Dans 5 à 10% des cas, le destinataire disposera d'un numéro international ou d'un opérateur fournissant le service sur les départements ou territoires d'outre-mer ;
- Le titulaire doit pouvoir assurer un envoi minimum de 300 000 sms / heure.

Pour les EMAILS :

- Le volume sur la durée du marché est estimé entre 90 millions et 150 millions suivant le développement des usages et des différents événements survenant durant l'exécution du marché ;
- Le titulaire doit assurer un envoi minimum de 500 000 mails/heure après la période de chauffe (acquisition d'un niveau de réputation suffisant des domaines utilisés par les Crous) ;
- Une durée de période de chauffe dans un délai garanti ;
- Des IP dédiées pour le compte et un nom de domaine ;
- Le Crous et les Crous fournissent chacun un domaine dédié pour l'envoi des courriels que le titulaire doit utiliser pour l'envoi des campagnes. Ces domaines ont été utilisés dans le marché précédent.

3.2 Service d'envoi de SMS

- La plateforme du titulaire doit disposer de toutes les fonctionnalités et règles d'usage permettant l'envoi de SMS notamment en mode « campagne » ;
- La plateforme de service du titulaire doit être raccordée directement au centre d'envoi de SMS à minima des opérateurs de téléphonie mobile français (France métropole) ; Le mode de raccordement aux autres opérateurs que ceux présents sur la France métropolitaine est présenté dans l'offre du titulaire ;
- La plateforme de service du titulaire doit fournir à minima 5 indicateurs pour chaque envoi
 - Nombre de destinataires
 - Nombre de SMS envoyés
 - Nombre de sms aboutis
 - Nombre de SMS en attente
 - Nombre de désabonnés ;
- Ces indicateurs doivent être garanti sur l'ensemble des campagnes d'envoi de SMS que ce soit pour les destinataires disposant d'un numéro fourni par un opérateur français (France métropolitaine) ou international (ou outre-mer) ;
- Le titulaire peut, pour les opérateurs internationaux, limiter son engagement. La limitation de l'engagement sur un numéro international est détaillée dans la réponse du titulaire ;
- Le titulaire doit permettre l'attribution d'un intitulé personnalisable de l'émetteur du SMS, cet intitulé est de type « Votre Crous » pour tous les Crous et « au fil de l'eau » et « campagne », personnalisable par Crous (exemple : le Crous de Lyon) ;
- Le titulaire doit pouvoir transmettre un message dépassant les 160 caractères (en mode SMS). L'envoi d'un sms dépassant ce nombre de caractères devra être possible, (le titulaire facturera alors les sms suivants) ;
- Pour le mode « au fil de l'eau », un délai d'acheminement vers les opérateurs doit être garanti à minima pour les numéros fournis par un opérateur français - France métropolitaine (voir § ENGAGEMENTS DE QUALITE DE SERVICE) ;

Pour le mode « campagne », un délai de complétude du traitement d'une campagne (à partir du moment où le titulaire dispose de la liste des destinataires et texte associé validé) doit être garanti (voir § ENGAGEMENTS DE QUALITE DE SERVICE) ;
- Pour le mode « campagne », le texte associé doit pouvoir être personnalisé (pour exemple, ajout du prénom en début de message ou d'un « URL » de référence personnalisée) ;
- Pour toutes les campagnes, le titulaire doit permettre un suivi des indicateurs en temps réel des envois ;

- Pour le mode « campagne », la procédure d'intégration des fichiers des numéros, des textes se fait suivant les spécifications du titulaire. La variété des modes d'intégration (FTP, envoi par mail, service web, ...) et leurs conditions d'utilisation sont décrites dans l'offre du titulaire ;
- En mode « campagne », la possibilité d'intégrer un lien de désabonnement /stop sms doit obligatoirement être possible ;
- Le titulaire doit mettre à disposition un centre d'assistance et/ou support accessible à minima par téléphone et formulaire Web et ouvert aux administrateurs du service dans les Crous (4 pour le niveau national et 2 par Crous) ;
- Le titulaire doit mettre à disposition un service de supervision accessible par les Crous permettant un suivi de tout envoi de SMS en mode « au fil de l'eau » ;
- La facturation du service doit être réalisée par Crous en fonction d'un code de facturation associé à chaque émission de SMS suivant les spécifications techniques fournies par le titulaire ;
- Toute facturation doit être accompagnée, associée à la facture, d'un tableau de bord régional (par Crous) et d'un tableau de bord national (pour le pouvoir adjudicateur). Ce tableau doit permettre de différencier les envois « au fil de l'eau » et ceux en mode « campagne » avec le niveau d'acquittement global constaté ;
- Le tableau de bord doit fournir les éléments de mesure de la qualité de service tel que décrits dans le § 5.
- Chaque compte (Crous et Cnous) doit avoir accès au back office permettant de consulter le détail des factures (Compte utilisateur des envois, nombre d'envois (sms))
- L'accès aux statistiques des campagnes doit être maintenu lors des envois volumineux.

3.3 Service d'envoi de mails

- La plateforme du titulaire doit disposer de toutes les fonctionnalités et règles d'usage permettant l'envoi de mails en masse ;
- Le service d'envoi de mails doit pouvoir être utilisé en mode campagne ou en mode au fil de l'eau (au travers d'une interface programmatique qui est détaillée dans l'offre du titulaire) ;
- Un acquittement d'ouverture du mél par le destinataire pouvoir être requis. La méthode utilisée pour réaliser cet acquittement doit être détaillée dans l'offre ;
- La possibilité de désabonnement d'une campagne par le destinataire doit être possible (voir § Désabonnements) ;
- Pour le mode « campagne », un délai de complétude du traitement d'une campagne (à partir du moment où le titulaire dispose de la liste des destinataires et texte ont été validé) doit être garanti (voir § ENGAGEMENTS DE QUALITE DE SERVICE) ;
- Un traitement des doublons doit être une fonction automatique pour l'ensemble des fichiers importés ;
- Les champs suivants doivent être paramétrables pour chaque campagne :



- Objet de l'email
 - Nom de l'expéditeur
 - Mail de l'expéditeur
 - Mail de réponse (type : noreply@LesCrous.fr);
- Un mode test/BAT des campagnes doit être possible depuis l'outil incluant la possibilité d'effectuer des tests sur des clients de messageries les plus utilisées ;
- Une pièce jointe doit pouvoir être associée au texte du message. Les éventuelles limitations dans l'association d'une pièce jointe doivent être détaillées ;
- La fonctionnalité A/X testing doit être possible depuis l'outil, et permettre d'envoyer plusieurs versions d'un mail sur un petit nombre de destinataire par campagne ;
- En mode campagne, la solution doit permettre de choisir à minima 2 méthodes d'envoi : Régulé ou non régulé :
 - Pour la méthode « Régulée » : envoi sur un maximum de destinataire par heure ;
 - Pour la méthode « non régulée » Les destinataires sont mis en file d'attente pour un envoi dès le lancement de la campagne programmée ;
- En mode campagne (a minima) la solution doit comporter à minima les 4 fonctions suivantes :
 - Envoi immédiat
 - Envoi planifié
 - Envoi régulé
 - Pas d'envoi ;
- La solution doit fournir un récapitulatif des informations clés de la campagne ;
- Une IHM doit permettre de mettre à disposition du titulaire des éléments constituant une enquête à partir des applications du SI des Crous ;

Le titulaire doit mettre à disposition un service de supervision permettant le suivi d'une campagne (durée totale de la campagne du 1^{er} mél envoyé au dernier), et doit fournir a minima 12 indicateurs pour chaque envoi

- Nombre de mails envoyés
- Nombre et taux de mails aboutis
- Nombre et taux d'ouverture
- Nombre et taux de clics
- Nombre et taux de désabonnés
- Nombre de soft Bounces

- Nombre de hard Bounces
 - Nombre et taux d'ouverture uniques
 - Nombre et taux d'ouverture cumulés
 - Répartition par messagerie
 - Nombre de plaintes
 - Nombre et taux par FAI.
-
- La solution doit permettre d'identifier certaines campagnes comme prioritaires (communication nationale, urgence, crise), impliquant un pilotage spécifique du débit et des ressources d'envoi.
=> gestion des envois simultanés selon les priorités.
 - La solution doit permettre de qualifier les campagnes selon leur nature (informationnelle, institutionnelle, réglementaire, sensible), à des fins de supervision, de traçabilité et de pilotage.
=> Un système de tag et de filtre
 - La facturation du service doit être réalisée par Crous en fonction d'un code de facturation associé à chaque émission d'ail suivant les spécifications techniques fournies par le titulaire ;
 - Toute facturation doit être accompagnée, associée à la facture, d'un tableau de bord régional (par Crous) et d'un tableau de bord national (pour le pouvoir adjudicateur). Ce tableau doit permettre de différencier les envois « au fil de l'eau » et ceux en mode « campagne » avec le niveau d'acquittement global constaté ;
 - Le tableau de bord doit fournir les éléments de mesure de la qualité de service tel que décrits dans le § 5. La richesse des informations agrégées dans ce tableau de bord sera valorisée dans la notation du critère « Valeur technique »
 - Chaque compte (Crous et Crous) doit avoir accès au back office permettant de consulter le détail des factures (Compte utilisateur des envois, nombre d'envois (mails))
 - L'accès aux statistiques des campagnes doit être maintenu lors des envois volumineux.

3.4 Désabonnements

Les Crous souhaitent disposer d'un système de désabonnement global fonctionnant par capitalisation des désabonnements intervenant sur toute campagne à l'initiative d'un établissement du réseau des Crous.

Pour toute campagne, l'établissement émetteur peut choisir :

- De mettre à disposition du destinataire la fonction de désabonnement ;
- D'inclure la liste des désabonnés qui seront de facto exclus de la campagne.



La liste globale de désabonnés s'incrémente automatiquement en fonction du choix du destinataire. Cette liste doit être partageable et utilisable par l'ensemble des Crous (et Cnous).

Cette fonctionnalité est requise pour le service mail et facultative pour le service SMS.

Le titulaire décrit précisément dans son offre, son mode de fonctionnement, les limitations s'il y a lieu et les règles d'usage appliquées.

3.5 Couplage au SI des Crous

Les Crous souhaitent disposer du plus grand nombre d'API (interface) pour piloter le service à partir leur SI.

Le titulaire propose un ensemble d'API dans son offre (en mode REST obligatoirement et en mode SOAP éventuellement) et en garantit le fonctionnement.

3.6 Facturation

La facturation du service est réalisée par Crous (ou Cnous) en fonction d'un code de facturation associé à chaque compte suivant les spécifications techniques fournies par le titulaire. Ce code facturation doit pouvoir être fourni en mode campagne et fil de l'eau ;

La facturation (notamment par le mode « fil de l'eau ») doit être subdivisée par un code permettant d'identifier le service numérique émetteur (code application). Ce code est fourni au travers de l'API permettant l'appel du service ;

La facturation du service doit comporter pour le « mode campagne » le libellé des campagnes, date d'envoi, la quantité, le prix unitaire HT et le prix total HT ;

La facturation doit comporter une ligne spécifique par des tarifs appliqués et figurant au BPU (France métropolitaine, France outre-mer, Europe, monde) ;

Pour le mode « Au fil de l'eau » la facture détaille le nombre de SMS/MAILS envoyés, le domaine (à définir par le Cnous et les Crous) le prix unitaire HT et le prix total HT

La facturation doit pouvoir être contrôlée via un tableau de bord accessible en ligne par le Cnous (pouvoir adjudicateur) et par chaque Crous pour contrôler la facturation dans le détail exprimé ci-dessus ;

Le Crous (ou le Cnous) doit avoir accès au back office permettant de consulter le détail des flux et des éléments facturés (Compte utilisateur des envois, nombre d'envois (sms et/ou mails)

3.7 Formations

Le titulaire est tenu de former les représentants des Crous à l'utilisation des services attendus.



Dans le cadre de la mission 1 (voir § Prestation M1-P4 : Formations), le titulaire formera 2 groupes de stagiaires a minima composé de 10 personnes :

- L'équipe projet
- Une équipe de formateurs régionaux

Ces formations doivent être considérées comme des formations de formateurs. Les stagiaires doivent disposer des supports de formation pour réaliser des formations régionales.

Dans le cadre de la Mission 3, le pouvoir adjudicateur peut commander des formations complémentaires.

Le titulaire doit mettre en place un dispositif d'évaluation de la qualité des formations notée par les stagiaires et en transmettre les éléments synthétisés et détaillés au pouvoir adjudicateur.

Un guide utilisateur, détaillant les principales fonctions de l'outil doit être mis à disposition des stagiaires.

3.8 Conditions techniques de délivrance du service

3.8.1 Disponibilité, résilience

Le titulaire met en œuvre le service attendu dans des conditions techniques garantissant le meilleur niveau de sécurité et disponibilité. Le service doit être hébergé au sein de l'Union Européenne et au mieux en France et être au plus près des exigences définies par la qualification SECNUMCLOUD.

3.8.2 Sécurité

Au regard des données personnelles des ayants droit qui pourront être fournies dans le cadre de l'utilisation du service, le titulaire est garant du niveau de sécurité de l'ensemble des moyens, équipement et outils mis en œuvre dans le cadre de son offre.

Il s'engage à fournir le meilleur niveau de sécurité.

3.8.3 Supervision proactive

Le titulaire devra disposer de dispositifs de supervision et de contrôle permettant de détecter tout détournement d'une fonctionnalité mise à disposition par l'institution à ses utilisateurs internes ou à ses usagers.

Le titulaire devra mettre en œuvre des mécanismes de surveillance des flux, notamment des flux de SMS, afin d'identifier toute émission anormale provenant d'un service applicatif ou d'un acteur de l'institution.

Le titulaire devra avoir la capacité de déclencher sans délai des actions correctives, permettant l'arrêt immédiat ou la limitation des flux anormaux identifiés.

La supervision des flux devra être assurée de manière continue, 24 heures sur 24 et 7 jours sur 7.

4.1 Indicateurs

4.1.1 Disponibilité du service SMS et Méls (indicateur S_DS et M-DS)

La disponibilité du service (SMS et Méls) doit être au minimum de 99,5 %, 7 jours sur 7 et 24 heures sur 24.

4.1.2 Garantie du délai de traitement d'une campagne d'envoi de SMS (indicateur S_GDTC)

La garantie du délai de traitement d'une campagne (Emission de l'ensemble des SMS) doit être **de 300 000 SMS minimum par heure**.

4.1.3 Garantie de délai de traitement d'une campagne d'envoi de méls (indicateur M_GDTC)

La garantie du délai de traitement d'une campagne (émission de l'ensemble des méls) **doit être de 500 000 Mails minimum par heure** à l'issue de la période de « chauffe » que le titulaire a défini dans son offre.

4.1.4 Garantie de délai de traitement des incidents (indicateur MS_GDTI)

La garantie de traitement pour les plateformes SMS ou méls du titulaire est définie en fonction de la sévérité de l'incident

- **Sev. 1.** : plateformes du titulaire inopérantes ou inexploitable ne permettant pas aux Crous d'utiliser le service
- **Sev. 2.** : difficulté d'utilisation des plateformes du titulaire ayant un impact significatif sur le service
- **Sev. 3** : difficulté d'utilisation des plateformes du titulaire ne réduisant pas les engagements de service.

Suivant la sévérité de l'incident, les délais de traitement des incidents sont :

- Incident de sévérité 1 -> Délai de contournement ou de mise en place d'une solution définitive : **4 heures, 7 jours sur 7, 24 heures sur 24.**
- Incident de sévérité 2 -> Délai de contournement ou de mise en place d'une solution définitive : **8 heures, 7 jours sur 7, 24 heures sur 24.**
- Incident de sévérité 3 -> Délai de contournement ou de mise en place d'une solution définitive : **10 jours ouvrés.**



Pour les incidents de sévérité 1 et 2, le délai garanti de fourniture d'une solution définitive est :

- Incident de sévérité 1 -> Délai de mise en place d'une solution définitive : **2 jours ouvrés.**
- Incident de sévérité 2 -> Délai de contournement ou de mise en place d'une solution définitive : **5 jours ouvrés.**

4.2 Pilotage de la qualité de service

A minima mensuellement (au plus tard le 15 du mois), le titulaire rend compte de la qualité du service en mettant à disposition de manière dématérialisée et automatique un tableau de bord mesurant chaque indicateur sur la période écoulé. La forme de ce tableau et sa mise à disposition est précisée en mission 1.

5 DESCRIPTION DES PRESTATIONS OBLIGATOIRES

L'ensemble des spécifications et niveaux d'exigence indiqués dans le présent CCTP s'applique et doit être pris en compte dans la réalisation des missions décrites ci-après.

Conformément à son offre, le Titulaire réalise les prestations dans le cadre des missions correspondantes :

- **Mission 1** : Initialisation.
- **Mission 2** : exécution des prestations d'envoi de SMS et méls
- **Mission 3** : Prestations complémentaires à bon de commande : assistance, complément de formation, accompagnement

Le Titulaire s'engage à exécuter les prestations décrites, au présent CCTP, dans les délais et les engagements de service prescrits.

5.1 Mission 1 : Initialisation

5.1.1 Objet de la mission

La mission 1 est une **mission forfaitaire**. Elle a pour objet de permettre au Titulaire de prendre connaissance du contexte du marché, de l'organisation existante et de fournir l'ensemble des livrables.

5.1.2 Description

Conformément à son offre, le Titulaire s'engage à exécuter les prestations décrites ci-dessous.

5.1.2.1 Prestation M1-P1: Phase de lancement du marché

- **Prestation M1-P1** : Organiser une réunion de lancement au plus tard dans les 10 jours ouvrés après la notification du marché, en présence de l'ensemble des acteurs composant le comité de suivi du projet dans les locaux du CNOUS.

5.1.2.2 Prestation M1-P2 : Fournir l'ensemble des documents nécessaire à la prise en main du service et à son utilisation

Sur la base des décisions ou orientations prises au cours de la réunion de lancement, le titulaire établira :

- Une documentation, détaillée et adaptée aux besoins des Crous, d'utilisation du service d'envoi de SMS en mode « fil de l'eau » et « campagne » (spécifications détaillées) ;
- Une documentation, détaillée et adaptée aux besoins des Crous, d'utilisation du service d'envoi de méls en mode « campagne » ;
- Un exemple de tableau de bord (et son mode de diffusion) et de facture.
- Les supports de formation

5.1.2.3 Prestation M1-P3 : Mise en Service

Le titulaire met en œuvre le paramétrage adapté sur ses plateformes pour en permettre l'utilisation par les Crous. Il fournit aux Crous les éléments nécessaires pour l'utilisation des services (identifiant...)

5.1.2.4 Prestation M1-P4 : Formations

Le titulaire forme les représentants des Crous à l'utilisation des services :

- SMS en mode « fil de l'eau » et « campagne »
- Méls en mode « fil de l'eau » « campagne ».

5.1.3 Livrables, délais et modalités de recette

Les prestations objet de la mission 1 débutent à la date de la réunion de lancement et s'achèvent au plus tard dans un délai maximum de 15 jours ouvrés (recette comprise).

Les délais d'exécution de la mission 1 sont récapitulés dans le tableau au format détaillé ci-dessous. Le titulaire complète ce tableau dans le cadre de réponse technique (CRT).

La recette a pour objet de valider le contenu, la forme et la qualité des produits livrés. Elle est constatée de manière expresse par le pouvoir adjudicateur et matérialisée par un procès-verbal de recette définitive.

Le pouvoir adjudicateur remet ses corrections ou demandes de modifications dans le délai indiqué dans la colonne « Délai de correction éventuelle du Titulaire ». A réception de ces demandes, le Titulaire prend en charge les corrections ou modifications et remet au pouvoir adjudicateur dans les délais indiqués dans la colonne « Délai de correction éventuelle du Titulaire », les versions définitives des livrables constituant les documents définitifs nécessaires à l'exécution du marché.

Mission 1 :

Prestation	Nature des livrables	Forme des livrables	Délai maximum de production des livrables (en jours ouvrés) A valoriser par le titulaire dans le cadre de réponse	Délai de recette du pouvoir adjudicateur (en jours ouvrés)	Délai de correction éventuelle du Titulaire (en jours ouvrés)
M1.-P1	Compte-rendu de la réunion de lancement	Fichier texte (.doc ou .pdf ou autre format courant)	2 jours à compter de la réunion de lancement	2 jours	2 jours
M1 –P2	Fournir les spécifications détaillées du service et des documents nécessaires à la prise en main du service et à son utilisation.	Fichier texte (.doc ou .pdf ou autre format courant)	Délai renseigné dans le CRT	3 jours	2 jours
M1 -P3	Mise en service	Fourniture des éléments nécessaires à l'utilisation du service par les Crous (identifiants...)	Délai renseigné dans le CRT	3 jours	2 jours
M – P4	Formations	Réception des évaluations de la formation	Délais renseignés dans le CRT		

5.1.4 Recette définitive de la mission 1 et facturation

La recette globale de la mission M1 est réalisée en 2 temps :



- Vérification d'aptitude intermédiaire (VAI) : Elle est prononcée à la recette de la prestation M1-P3. A l'issue du prononcé de la VAI, le titulaire peut facturer 60 % du coût complet de la mission 1.
- Vérification d'aptitude définitive : Elle est prononcée à la recette de la prestation M1-P4. A l'issue de la VAD, le titulaire peut facturer le montant résiduel de la mission 1 (soit 40 %).

5.2 Mission 2 : Exécution des prestations d'envoi de SMS et de mél

La mission 2 est une mission facturée à l'utilisation du service conformément au bordereau de prix unitaire (BPU).

La mission 2 est facturée mensuellement à chaque établissement suivant la consommation constatée sur la base des principes décrits au § 4.6.

5.3 Mission 3 : Prestations complémentaires à bon de commande

5.3.1 Objet de la mission

La mission 3 est une mission à bon de commande. Elle a pour objet de permettre au pouvoir adjudicateur (ou à un Crous) de commander des prestations tout au long de l'exécution du présent marché :

- Prestations d'assistance et d'accompagnement
- Prestations de formations

Pour chaque prestation, le pouvoir adjudicateur (ou un Crous) fournit une expression de besoin.

Le titulaire établit une proposition de devis conforme au bordereau de prix (BPU).

Le bon de commande vaut pour acceptation du devis.

5.3.2 Description des unités d'œuvre

Conformément à son offre, le Titulaire s'engage à exécuter les prestations suivant les unités d'œuvre suivantes (cotées en jour/h) :

Unité d'œuvre 3.1 : Assistance

Cette unité d'œuvre permet d'accompagner les Crous dans l'utilisation du service.



Unité d'œuvre 3.2 : Formation

Cette unité d'œuvre permet de compléter le dispositif de formation autant que nécessaire.

L'ensemble de ces unités d'œuvre sont cotées de manière différenciée sur la base d'une journée / h.

5.3.3 Vérification de service fait.

Le service fait est établi :

- Pour les prestations sur UO 3.1 : A l'issue de la prestation par signature d'un document attestant du service fait et remis au titulaire.
- Pour les prestations sur UO 3.2 : A la réception des évaluations de la formation (voir § Formations)

6 PILOTAGE DU MARCHÉ

6.1 Suivi de marché

Dès la notification du marché, le Titulaire désigne au sein de ses équipes un responsable commercial et un chef de projet qui seront les interlocuteurs uniques du Pouvoir Adjudicateur.

Le Pouvoir Adjudicateur fera appel à eux pour toute question relative au suivi du marché ; ils devront être en mesure de répondre efficacement à toute demande sur l'exécution technique des prestations dues au titre du présent marché ainsi que sur la facturation des prestations, la révision des prix, etc.

Le Titulaire pourra également désigner dans son offre les remplaçants chargés d'effectuer les prestations seulement en cas d'indisponibilité des référents.

Le pouvoir adjudicateur désigne une équipe projet de 3 personnes minimum et fournit la liste des contacts dans les Crous pour le suivi de facturation.

6.2 Comité de suivi du marché (CNS).

Ce comité a pour mission de :

- Coordonner les actions de niveau national notamment dans la phase d'initialisation du dispositif
- Faire un point régulier sur la conformité des prestations de services avec les termes du marché
- Prendre en compte les demandes et les questions des Crous
- Valider des orientations proposées par le titulaire ou les équipes internes.

Dès la notification du marché, le Titulaire désigne ses représentants (au nombre maximum de 4) au sein de ce comité. Le pouvoir adjudicateur désigne ses représentants (au nombre de 6 maximum).



Le comité de suivi peut se réunir sur demande du Titulaire ou du pouvoir adjudicateur. La fréquence des réunions peut être rapprochée durant la mission 1. Au-delà, une réunion du CNS doit se tenir a minima 1 fois par an.

Les réunions présentiels se tiendront dans les locaux du CNOUS. Les dates de réunion (réunion physique ou à distance) doivent être déterminées 15 jours ouvrés avant la date du comité. La rédaction du compte rendu de ce comité de suivi est à la charge du titulaire qui le fournit dans les 10 jours ouvrés. Suite à la tenue de la réunion, le pouvoir adjudicateur a 5 jours ouvrés pour valider ou corriger le compte rendu.

7 CONFORMITES AUX DISPOSITIFS LEGISLATIFS ET REGLEMENTAIRES

Le titulaire a obligation de se mettre en conformité avec les dispositifs législatifs et réglementaires en vigueur.

Concernant la loi et les réglementations relatives à la protection de données personnelles, le pouvoir adjudicateur est responsable du traitement. Il est, de fait, le garant auprès des usagers de la protection des données personnelles. Le titulaire est sous-traitant sur les traitements spécifiques à ce marché.

Le titulaire s'engage à mettre en œuvre tous les moyens pour respecter l'engagement pris par le pouvoir adjudicateur et à utiliser les données recueillies uniquement dans le cadre des finalités prévues dans le présent CCTP.

Le titulaire garantit que la qualification du projet est conforme en regard du cadre réglementaire. Il devra s'assurer de tous les éléments visant à assurer l'évolution du service en fonction de la réglementation

Il appartient donc au titulaire de respecter les contraintes réglementaires présentes et à venir pour la fourniture du service.

8 EVOLUTION DU MARCHE

En cours d'exécution du présent marché, le titulaire avise obligatoirement le pouvoir adjudicateur de toute évolution fonctionnelle réglementaire ou technique, toute innovation technologique capable d'améliorer la réalisation des prestations. Le titulaire utilise les adresses méls communiquées par le pouvoir adjudicateur pour adresser ces propositions. Le pouvoir adjudicateur décide de les appliquer ou de ne pas les appliquer en répondant par mail.