



**Direction de la communication
du mécénat et des partenariats
du groupe (DCOM)**

56 rue de Lille
75356 PARIS 07 SP

ACCORD-CADRE DE FOURNITURES COURANTES ET DE SERVICES

LOT N°2 : REALISATION DE MOTION DESIGN POUR LES BESOINS DE LA CAISSE DES DEPOTS

Cahier des Clauses Techniques Particulières (C.C.T.P)

ANNEXES :

ANNEXE 1 : Chartes graphiques CDC et de la Banque des Territoires (BDT)

ANNEXE 2 : Logos CDC/ BDT

ANNEXE 3 : Charte « Communication et IA du Groupe »

SOMMAIRE

1.	<u>ELEMENTS DE CONTEXTE GENERAL</u>	3
1.1.	LES MISSIONS DE LA CAISSE DES DEPOTS	3
1.2.	L'ETABLISSEMENT PUBLIC	4
1.3.	LA DIRECTION CLIENTE : LA DIRECTION DE LA COMMUNICATION, DU MECENAT ET DES PARTENARIATS	5
1.4.	LES ENJEUX DE LA COMMUNICATION	7
1.5.	COMMUNICATION RESPONSABLE	7
1.6.	UTILISATION ÉTHIQUE ET ÉCOLOGIQUE DE L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE (IA) (CF. ARTICLE 8.9 DU CCAP)	8
1.7.	OBJECTIFS DE L'ACCORD CADRE	8
2.	<u>PERIMETRE DE L'ACCORD CADRE</u>	9
2.1.	TYPES DE PRESTATIONS	9
2.2.	TYPLOGIE DE PRODUCTIONS	9
2.3.	COMPETENCES ATTENDUES	10
2.4.	ETAPES ET LIVRABLES	11
2.5.	DIFFUSION	12
2.6.	DROITS	12
2.7.	RESPECT DE LA CHARTE	12
2.8.	ACCESSIBILITE	13
3.	<u>MODALITES DE COLLABORATION</u>	13
3.1.	RELATION CLIENT	13
3.2.	EXECUTION DES PRESTATIONS	14
3.3.	REPORTING ET SUIVI QUALITE	14
3.4.	CONDITION D'EXECUTION – POLITIQUE D'ACHATS RESPONSABLES	14

1. ELEMENTS DE CONTEXTE GENERAL

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 gère la retraite d'un français sur 5 et 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'Etat était de 2,5 Md€ en 2023.

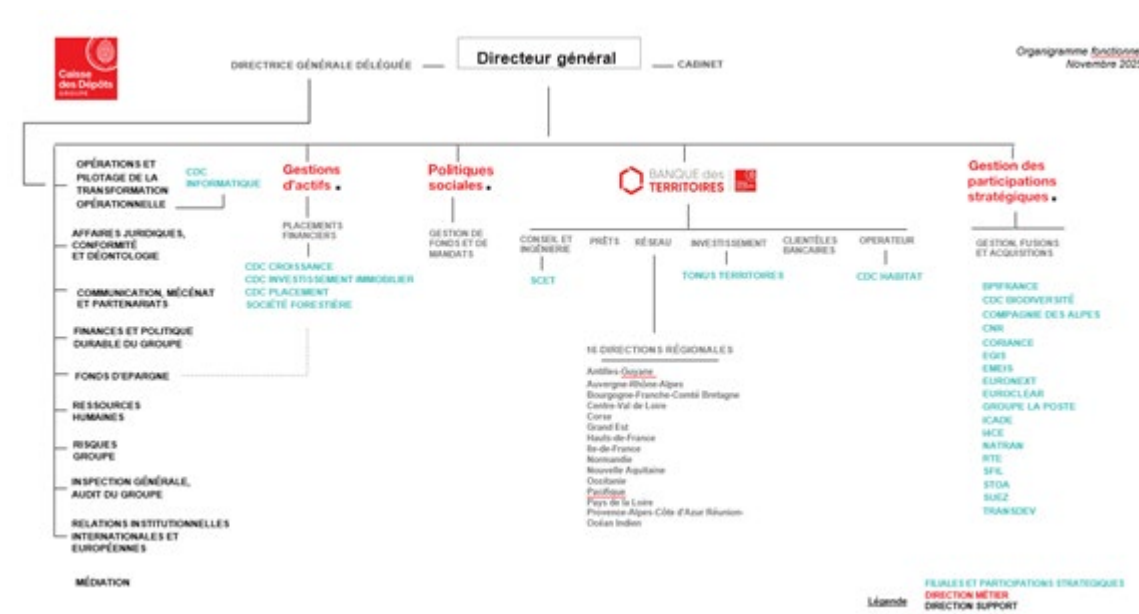
Pour mettre en œuvre ses différents métiers, la Caisse des Dépôts s'appuie sur l'établissement public organisé autour de fonctions transversales et de directions opérationnelles.

➤ Les directions opérationnelles :

- 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
- La direction des gestions d'actifs
- La direction des politiques sociales
- La direction de la gestion des participations stratégiques

➤ Les fonctions transversales :

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



La Caisse des Dépôts, 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

Pour plus d'informations : www.caissedesdepots.fr

1.3. La direction cliente : la direction de la communication, du mécénat et des partenariats

La présente mission est commandée et pilotée par la direction de la communication de la Caisse des Dépôts.

La direction de la communication du Groupe définit et met en œuvre la stratégie de communication interne et 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 nos cinq métiers
- De renforcer la visibilité de nos actions au service des Français, sur tout le territoire
- De faire connaître nos offres et notre expertise
- De développer la relation de confiance avec ses clients
- De doter le Groupe d'une identité visuelle forte permettant une attribution/reconnaissance immédiate.

La communication externe s'adresse à des cibles hétérogènes : élus et autres clients (OLS, professions juridiques, État, organismes de retraite...), grand public, jeunes, leaders d'opinion et autres parties prenantes, presse internationale, nationale et régionale. À travers ces actions, la direction veille ainsi à la cohérence des marques CDC et de ses messages, et à la compréhension de ses actions auprès de tous ses publics. Son objectif est de mener une communication impactante.

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 collaborateur pour se l'approprier : être écouté, comprendre, adhérer, impliquer, expérimenter, partager, etc.

Ses cibles de communication sont répertoriées en trois catégories :

- **La cible interne :**
 - Les collaborateurs de l'Établissement public. Spécifiquement pour le public interne, il est important que la vision bâtie fasse sens et donne de la cohérence au regard du grand nombre d'actions et projets menés, que la culture interne soit diffusée et que la transformation interne à l'œuvre - managériale et de performance – embarque.
 - Les collaborateurs des entités et filiales du groupe Caisse des Dépôts, afin de garantir la cohérence de la diffusion des messages à l'échelle du Groupe.
- **Les cibles externes :**
 - Les décideurs et partenaires (État, pouvoirs et acteurs publics, associations d'élus, acteurs de Place, Entreprises, investisseurs)
 - Nos clients et prospects (Collectivités locales, Organismes de logements sociaux, Sociétés d'Économie mixte, Professions juridiques, Fonds de retraite, Entreprises, Universités, Établissements de santé)
 - Autres cibles d'influence
 - La presse
 - Les prescripteurs et leaders d'opinion.
- **Le grand public**

1.4. Les enjeux de la communication

La Caisse des Dépôts bénéficie d'une notoriété et d'un capital confiance unique auprès de ses clients et partenaires, et d'un engagement fort de ses 7500 collaborateurs. Elle a accompagné toutes les grandes mutations de la société française depuis plus de 200 ans. Cependant, la diversité de ses activités et de ses cibles en rend la compréhension complexe.

Ces dernières années, la stratégie de communication de la Caisse des Dépôts a conduit à un renforcement de son exposition médiatique. En externe, les canaux et les outils de communication se sont diversifiés, avec des programmes influenceurs qui visent un public jeune, encore peu familiarisé avec les missions de la Caisse des Dépôts, un renforcement de sa présence sur les réseaux sociaux, des dossiers grand public, un blog valorisant les expertises du Groupe et le déploiement de campagnes publicitaires.

En interne, la communication s'est renforcée, recentrée, renouvelée y compris dans ses façons de communiquer, avec l'objectif de donner du sens, d'embarquer les collaborateurs dans une Caisse des Dépôts qui se transforme (digitalisation, simplification, pratiques managériales...).

Avec l'essor des smartphones, des réseaux sociaux, des nouveaux modes de consommation de la communication externe et interne, le média vidéo est pleinement intégré dans la stratégie de communication de la Caisse des Dépôts.

1.5. Communication responsable

La Caisse des Dépôts est engagée dans une démarche de communication responsable. Cela se traduit par les engagements suivants :

- **L'externalisation de la production vidéo à une agence spécialisée** doit s'inscrire dans cette logique, en garantissant le respect de ces valeurs tout au long du processus créatif et technique, et en contribuant à amplifier l'impact positif de nos messages auprès de nos parties prenantes.
- **Co-concevoir nos actions à toutes les étapes de leur cycle de vie** : de leur conception à leur fin de vie, en passant par leur production et leur diffusion, nous nous engageons à éviter et à réduire les différents impacts environnementaux de nos actions.
- **Produire une communication accessible à l'ensemble de nos cibles** : nous nous engageons à appliquer les principes d'accessibilité aux personnes en situation de handicap ainsi qu'à concevoir des contenus les plus clairs et les plus simples possibles.
- **Communiquer de manière raisonnable** : pour lutter contre la surinformation et le gaspillage de ressources naturelles, nous nous engageons à ne réaliser que des actions nécessaires et à les diffuser en quantités raisonnables.
- **Diffuser des contenus fiables et utiles** : pour préserver la confiance de nos cibles, nous nous engageons à respecter les principes de véracité, de sincérité et - dans le respect des intérêts de la Caisse des Dépôts - de transparence dans les contenus que nous diffusons.
- **Générer des comportements et des représentations positifs** : conscients que nos actions de communication peuvent avoir une influence sur nos cibles, nous nous engageons à anticiper les

comportements et les représentations induits, ainsi qu'à les influencer le plus positivement possible, en reflet des politiques volontaristes menées par la Caisse des Dépôts.

- **Appliquer les principes d'achats responsables** : nous nous engageons à respecter - et à faire respecter - les principes d'achats responsables de la Caisse des Dépôts auprès de nos partenaires, notamment en matière d'éthique, de déontologie et de droits humains, ainsi qu'à établir avec eux une relation de confiance.
- **Privilégier le recours à des partenaires vertueux** : parce que nous voulons apporter notre soutien aux acteurs les plus vertueux, nous nous engageons à recourir autant que possible à des partenaires contribuant positivement à la résolution de problématiques environnementales, sociales et/ou sociétales.
- **Mettre en place une démarche d'amélioration continue** : afin de garder le cap, nous nous engageons à évaluer la performance de nos actions, à engager une démarche de progrès, à ajuster notre charte de communication responsable au regard de l'évolution des pratiques de Place, ainsi qu'à impliquer nos parties prenantes à travers des dispositifs de participation concrets.
- **Animer une démarche de communication responsable à l'échelle du Groupe** : les initiatives en matière de communication responsable étant florissantes au sein du Groupe, nous nous engageons à favoriser leur partage et leur diffusion avec nos filiales et nos participations stratégiques.
- **Sensibiliser nos parties prenantes aux enjeux d'un développement durable** : puisqu'il s'agit d'une responsabilité collective, nous nous engageons à informer nos parties prenantes internes et externes sur les enjeux du développement durable, ainsi qu'à créer des temps forts de sensibilisation et de dialogue autour de cette thématique.
- **Valoriser notre démarche de communication responsable** : nous nous engageons à mettre en avant les petits et les grands gestes réalisés en matière de développement durable dans nos actions de communication. Nous nous engageons également à communiquer sur notre démarche de communication responsable auprès de nos parties prenantes internes et externes

1.6. Utilisation Éthique et Écologique de l'Intelligence Artificielle (IA) (cf. article 8.9 du CCAP)

Dans le cadre de la réalisation des vidéos, l'usage d'outils d'intelligence artificielle (IA) est autorisé, à condition de respecter une approche responsable, éthique et conforme à notre charte interne ainsi que la charte « Communication et IA du Groupe » (annexées au présent CCTP) . Les contenus générés ou modifiés par l'IA doivent être clairement identifiés et validés par les équipes de la DIRCOM, afin de préserver l'authenticité et la qualité des productions. Enfin, le prestataire veillera à limiter l'usage de l'IA aux besoins strictement nécessaires, en privilégiant des méthodes traditionnelles lorsque celles-ci sont plus vertueuses sur le plan environnemental.

1.7. Objectifs de l'accord cadre

La production de vidéos se fait soit en interne par notre équipe de vidéastes, soit elle est tout (externalisation complète) ou partie (besoins techniques) externalisée.

Par cet accord cadre mono-attributaire, la direction de la communication de la Caisse des Dépôts souhaite bénéficier d'une agence unique, réactive et experte pour sa production vidéo externalisée, avec pour objectifs de :

- **Renforcer l'image de marque :**

- garantir une identité visuelle et un storytelling alignés sur la stratégie de marque, grâce à une production homogène et de qualité
- se démarquer par des contenus vidéo uniques, créatifs et adaptés aux attentes des cibles détaillées à l'article 1.2 du présent CCTP
- **Bénéficiaire d'une expertise pointue** en termes de qualité, d'innovation créative, de veille technologique

Complémentarité entre les lots : les prestations relevant du présent lot pourront, selon la nature des projets, être réalisées en complément des prestations du lot n°1 « REALISATION DE FILMS ET REPORTAGES ».

La Caisse des Dépôts se réserve la possibilité de mobiliser le Titulaire de chacun des 2 lots dans le cadre d'un même projet. Dans ce cas, la coordination entre les Titulaires pourra être demandée par la CDC afin d'assurer la cohérence artistique, technique et éditoriale des livrables. Les Titulaires des 2 lots devront alors collaborer et partager les éléments nécessaires à la bonne réalisation du projet (éléments graphiques, exports intermédiaires, éléments vidéo, etc.).

2. PERIMETRE DE L'ACCORD CADRE

2.1. Types de prestations

La direction de la communication souhaite bénéficier d'un prestataire expert en motion design, capable de concevoir et produire des contenus animés à forte valeur pédagogique, explicative et institutionnelle.

Les productions attendues devront :

- Traduire des sujets complexes (financiers, réglementaires, techniques, institutionnels) en contenus visuels accessibles
- Respecter strictement la charte graphique et l'identité de marque CDC et BDT
- S'adapter aux différents canaux de diffusion (réseaux sociaux, intranet, événementiel, sites web, écrans de dispositifs événementiel, etc.)
- Être optimisées pour les usages digitaux (formats courts, vertical, sous-titrage natif, version silencieuse)
- Intégrer les principes de communication responsable (sobriété, accessibilité, clarté)

Diffusion

Les vidéos peuvent être diffusées sur les réseaux sociaux de la Caisse des Dépôts et de la Banque des Territoires, sur leurs sites internet, intranet, en événementiel, dans les médias, etc.

Chaque projet vidéo fera l'objet d'un brief de la part du donneur d'ordre. Sur la base de ce brief, il est attendu de la part du prestataire une proposition de concept éditorial et graphique et une méthodologie pour produire le projet.

2.2. Typologie de productions

Le prestataire devra être en capacité de couvrir les typologies suivantes (liste non exhaustive) :

A – Projets complets en motion design

- Vidéos explicatives pédagogiques
- Films institutionnels 100 % animés
- Capsules social media animées
- Vidéos chiffres-clés / rapports annuels
- Animation de dispositifs événementiels (habillage écran, génériques, transitions)
- Séries pédagogiques animées
- Infographies animées
- Animation de logos et identités visuelles
- Vidéos hybrides (mix motion + images tournées fournies par le titulaire du lot 1 « Réalisation de films et reportages » ou par l'équipe interne)

B – Prestations techniques spécifiques

- Animation d'éléments graphiques fournis
- Déclinaisons multi-formats (16:9, 1:1, 9:16, 4:5...)
- Adaptations linguistiques
- Création de templates animés
- Animation de génériques
- Habillage graphique animé

2.3. Compétences attendues

Contexte général

- Bonne compréhension et intérêt des enjeux sociétaux et économiques de la France et des territoires
- Bonne connaissance de la Caisse des Dépôts, de son écosystème et de ses enjeux
- Excellente connaissance des stratégies de communication et des évolutions du secteur

Expertise créative

- Direction artistique en motion
- Excellente maîtrise du storytelling animé
- Capacité à concevoir des univers graphiques adaptés à l'ADN CDC
- Force de proposition sur les formats digitaux innovants

Expertise technique

- Maîtrise experte de After Effects
- Bonne maîtrise Illustrator, Photoshop, Premiere Pro
- Connaissance éventuelle de Cinema 4D / Blender (si 3D)
- Gestion avancée des exports multi-supports
- Optimisation des poids de fichiers pour diffusion digitale

Respect des délais et réactivité

- Respect des délais et des spécifications techniques

- Réactivité et capacité à mobiliser une équipe
- Disponibilité pour les urgences

Moyens humains :

Le prestataire désignera un interlocuteur unique pour cet accord-cadre.

Pour chaque projet, le prestataire est libre de proposer une équipe dédiée qu'il jugera pertinente afin de répondre au mieux à la conduite de la prestation dans les délais fixés dans les bons de commande. Néanmoins, chaque équipe dédiée en fonction du projet à réaliser devra disposer des expériences et compétences au moins égales aux profils proposés dans l'offre du candidat en réponse à cet accord-cadre.

Le prestataire retenu devra s'appuyer sur un réseau de collaborateurs, de prestataires ou de free-lance répartis dans toute la France.

Le prestataire devra mobiliser selon les besoins les profils suivants :

- Directeur artistique motion
- Motion designer senior
- Motion designer junior
- Illustrateur
- Sound designer
- Concepteur-rédacteur
- Chef de projet dédié

Moyens techniques :

Spécificités techniques imposées :

- Habillage graphique et motion design réalisés sur After Effects
- Livraison en 4K et Full HD selon besoins
- Adaptation multi-formats (vertical, carré, etc.)
- Optimisation pour réseaux sociaux

En cas d'utilisation d'IA générative (animation assistée, génération graphique), le prestataire devra :

- Mentionner explicitement les usages
- Garantir la conformité aux droits
- Respecter la charte interne de la CDC relative à l'IA

2.4. Etapes et livrables

Le brief

Chaque projet produit fera l'objet d'un brief précis de la part du donneur d'ordre.

Pré-production

- Note d'intention créative
- Proposition de direction artistique

- Storyboard détaillé
- Script voix-off (le cas échéant)
- Animateur (si nécessaire)

Production et post-production

- Création des éléments graphiques
- Animation
- Sound design
- Intégration sous-titres
- Version intermédiaire pour validation

Livrables : master intermédiaire (version de travail pour validation) et final

Livraison :

Le prestataire devra fournir :

- Master final
- Déclinaisons demandées
- Fichier projet After Effects organisé
- Éléments sources (illustrations, polices sous licence si cession)
- Pack multi-formats

La livraison peut se faire par un service de transfert de fichier, sur un disque dur, une clé usb.

Les fichiers sources devront être livrés dans un délai de 7 jours ouvrés à compter de la réception du produit réalisé.

2.5. Diffusion

Médias internes : intranet de l'Etablissement public et/ou des filiales, newsletters de l'Etablissement public et/ou des filiales, réseaux sociaux internes de l'Etablissement public et/ou des filiales, e-mails, live événementiel.

Médias externes : réseaux sociaux de l'Etablissement public et/ou des filiales notamment Twitter, LinkedIn, Youtube, Dailymotion, Instagram, Facebook, sites internet de l'Etablissement public et/ou des filiales, blogs, e-mails, live événementiel, télévision.

2.6. Droits

Les productions seront la propriété de la Caisse des Dépôts et pourront être modifiées ou adaptées par elle (cf. art. 9 du CCAP).

2.7. Respect de la charte

Les productions devront respecter les chartes (graphique et sonore) de la Caisse des Dépôts et de la Banque des Territoires. La Caisse des Dépôts fournira tous les éléments nécessaires au bon respect de ces chartes. Les chartes sont annexées au présent CCTP mais fournies dans des fichiers à part.

2.8. Accessibilité

L'ensemble des productions devront a minima comprendre une version sous-titrée. A la demande de la CDC, une traduction en langue des signes pourra être demandée.

2.9 Production éco-responsable

Dans la logique de communication responsable de la Caisse des Dépôts, les prestations devront s'inscrire dans une démarche d'éco-socio-conception. Le titulaire veillera notamment à optimiser les conditions de production (déplacements, moyens techniques mobilisés, mutualisation des ressources), à privilégier des dispositifs sobres et adaptés aux besoins, ainsi qu'à limiter l'empreinte environnementale des contenus produits.

3. MODALITES DE COLLABORATION

3.1. Relation client

La DIRCOM souligne les dimensions de conseil et d'accompagnement attendues du Titulaire comme primordiales pendant la durée de l'accord cadre. En particulier, le Titulaire devra assurer une veille constante sur les tendances afin de maintenir sa capacité d'innovation et être force de proposition. Des échanges réguliers permettront de faire l'état des tendances, nouvelles technologies, workshops, salons.

Les modalités de collaboration seront définies lors de la réunion de cadrage à la mise en place de l'accord cadre et, a minima, un point annuel de suivi sera programmé.

De plus, il est attendu du Titulaire une forte réactivité tant dans la prise en charge des demandes de devis que dans la capacité à mobiliser rapidement une équipe et les moyens techniques nécessaires pour réaliser un projet dans des délais contraints (sous 24 heures ouvrés au maximum à réception de la demande).

A cet effet, des interlocuteurs commerciaux référents (un responsable et un suppléant) devront pouvoir prendre en charge les demandes de renseignements et réceptionner les demandes de devis ou projet ainsi que le traitement du dossier jusqu'à la remise du livrable et les éventuelles réclamations. Ils devront pouvoir être joints du lundi au vendredi sur une large plage horaire (minimum 9h-18h30).

En outre, un contact devra pouvoir être joint sur son téléphone portable au-delà de cette plage pour les cas exceptionnels de reportages/interviews qui se tiendraient les week-ends, jours fériés ou tard en soirée.

La liste des interlocuteurs dédiés devra être transmise dès la notification de l'accord-cadre à :

Jean-Michel.Roulle@caissedesdepots.fr
ludivine.pelletier@caissedesdepots.fr

Tout changement devra être signifié à ces contacts dans les plus brefs délais.

3.2. Exécution des prestations

Le pilotage de chaque prestation sera assuré par le donneur d'ordre de la Caisse des Dépôts (direction de la communication du Groupe).

Il est précisé que le Titulaire devra être en mesure d'effectuer des prestations tout au long de l'année, y compris au mois d'août, et exceptionnellement en soirée, le samedi, le dimanche et les jours fériés (hors service commercial) pour les prestations demandées par la CDC.

Pour les prestations nécessitant un accès dans les locaux de la CDC et pour des raisons de sécurité, la liste des personnes affectées à la mission devra être communiquée au service demandeur 48 heures avant et au minimum 24 heures ouvrées avant pour les commandes tardives.

3.3. Reporting et suivi qualité

Un responsable commercial devra être désigné pour être le contact privilégié de la Caisse des Dépôts concernant le suivi de l'accord-cadre.

Dans un **délai de 15 jours à l'issue de chaque semestre (aux 30/06 et 31/12)**, le Titulaire transmettra un reporting d'activité à l'Acheteur (format Excel).

Pour chaque prestation exécutée, reportée ou annulée le reporting précisera :

- date de commande,
- service demandeur CDC,
- nom du client,
- intitulé exact de la prestation (reportage, interview, motion design, ...)
- date de livraison,
- montant TTC facturé,
- le cas échéant, forfait de dédit TTC facturé.

Le Titulaire joindra également un suivi qualité semestriel sur les éventuels dysfonctionnements, la mesure de la satisfaction des clients (questionnaire, indicateur, etc.), des pistes d'amélioration, etc.

Les états seront transmis par courriel à :

Jean-Michel.Roulle@caissedesdepots.fr

ludivine.pelletier@caissedesdepots.fr

3.4. Condition d'exécution – Politique d'achats responsables

Dans le cadre de sa démarche RSE, le Groupe a mis en place un programme de responsabilité sociétale et environnemental décliné sur l'ensemble de ses activités.

La Caisse des dépôts exige que le Titulaire s'engage en particulier à respecter les obligations suivantes :

- **Mesurer régulièrement les émissions de gaz à effet de serre résultant de ses activités et mettre en œuvre des mesures visant à les limiter**
- De manière générale, réduire son impact sur l'environnement (y compris sur le volet biodiversité).

Le Titulaire communique annuellement à la Caisse des Dépôts sur www.provigis.com, plateforme de la société PROVIGIS mandatée par la Caisse des Dépôts, les émissions de gaz à effet de serre occasionnées par les prestations réalisées pour le compte de cette dernière dans le cadre du présent accord-cadre.

A défaut, le Prestataire communique :

- le volume total de ses émissions de gaz à effet de serre :
 - ✓ de préférence, si disponible, le dernier Bilan carbone® réalisé, assorti d'une notice méthodologique présentant les postes d'émission pris en considération,
 - ✓ subsidiairement, lorsqu'il y est soumis, son dernier BEGES (bilan des émissions de gaz à effet de serre) réalisé en vertu de l'article L. 229-25 du code de l'environnement,
 - ✓ le poids des prestations réalisées pour la Caisse des Dépôts, rapporté à l'ensemble de ses activités (en pourcentage), pour l'année du reporting et pour l'année de son dernier bilan des émissions de gaz à effet de serre.

Ces éléments sont communiqués chaque année **au plus tard le 30 décembre** de chaque année de l'Accord-cadre.

Le Titulaire veille par ailleurs à respecter les prescriptions suivantes :

- il communique à l'Acheteur, sauf demande contraire de ce dernier ou clause contraire, tout document ou livrable au format électronique, à moins que cela ne soit pas compatible avec la finalité de ce document ou de ce livrable ;
- pour tout document ou livrable qui ne peut être communiqué par voie électronique, il assure la qualité environnementale de l'impression : papier écoresponsable (par ordre de priorité : papier recyclé, papier éco-labellisé ecolabel européen, NF Environnement, Ange bleu ou équivalent, papier certifié issu de forêts gérées durablement labellisé PEFC, FSC ou équivalent, grammage le plus fin possible), encres végétales, réduction des substances toxiques, sauf clause contraire ou demande contraire de l'Acheteur à moins que cela ne soit pas compatible avec la finalité de ce document ou de ce livrable ;
- il intègre dans ses rapports des recommandations liées au développement durable (aspects sociaux, sociétaux et environnementaux) dès que ces éléments sont opportuns ;
- il favorise les déplacements en transport en commun, notamment en train. Les déplacements en avion doivent être exceptionnels ;
- il privilégie les échanges par voie dématérialisée (courriel, vidéoconférence, audioconférence) ;
- il prévoit une extinction complète des systèmes d'éclairage dans les bureaux aux horaires non travaillée ;
- il met en place une politique de sobriété numérique (par exemple : tri des Données, alimentation des serveurs, stockage sur les réseaux, gestion des mails et envois raisonnés) ;
- le Titulaire s'assure du respect des obligations environnementales de l'Accord-Cadre par ses sous-traitants.

Les mesures prises par le Titulaire pourront être contrôlées par l'Acheteur.

En cas de non-respect de ces obligations, après une mise en demeure restée infructueuse, le Titulaire encourt, par manquement, une pénalité définie à l'article 11.5 du CCAP.