



**PREMIER
MINISTRE**

*Liberté
Égalité
Fraternité*

**Service d'information
du Gouvernement**

CADRE DE RÉPONSE TECHNIQUE (CRT)

Annexe 1 au règlement de consultation (RC)

ACCORD-CADRE INTERMINISTÉRIEL (ACIM)

CONSEIL ET ACHAT MEDIA (CAM)

Accord-cadre mono-attributaire passé en application des articles L2124-3, R2124-3 et R-2161-12 à R2161-20 du Code de la commande publique

Consultation n° **CAM_SIG_2025_07**

Raison sociale :

Proposition rédigée par :

- Prénom Nom :
- Fonction :
- Tél. :
- @ :

PRÉAMBULE

Le présent cadre de réponse technique (CRT) et le plan décrit constituent la trame de la proposition technique du Soumissionnaire.

Pour cette proposition (mémoire technique), si le Soumissionnaire n'utilise pas le présent document, il doit impérativement en conserver le plan et l'insérer dans son propre document.

Il est inutile de rendre à la fois le présent document complété et un mémoire technique.

Les éléments listés ci-dessous critère par critère constituent la liste des informations à indiquer à minimum dans son offre par le Soumissionnaire. Il lui appartient de compléter son mémoire technique / sa réponse au cas pratique de tout élément dont la présentation lui semble pertinente au regard des attendus décrits dans le dossier de consultation et au regard de ses process internes.

À titre indicatif, il est attendu un mémoire d'environ **100 pages** Word, police Arial, taille de caractères 10 (ou **100 slides** PowerPoint) hors annexes.

Le document doit être paginé (numérotation des pages), afin de faciliter l'analyse et les échanges lors des éventuelles phases de négociation.

Les informations présentées dans sa proposition par le Soumissionnaire peuvent éventuellement être complétées par des annexes. Les annexes jointes doivent être utiles / pertinentes à la compréhension par l'Acheteur de l'offre du Soumissionnaire. Elles doivent être listées dans l'Offre. À titre indicatif, il est attendu environ **25 pages maximum d'annexes**.

Les demandes ci-dessous constituent les informations à fournir par le Soumissionnaire. Il doit préciser clairement pour chaque item, où se trouvent les éléments de réponses correspondants dans sa proposition (indication du/des document(s) concerné(s), du/des numéro(s) de page et du paragraphe).

La proposition et les annexes remises par le Soumissionnaire font office de vade-mecum. Ils servent de repère méthodologique pour la réalisation des prestations et engagent le Titulaire tout au long de l'exécution du marché public.

Le détail du cadre de réponse technique est détaillé ci-dessous. Pour rappel, le critère technique est noté sur 70 points et le critère prix sur 30 points.

Le Soumissionnaire présente la méthodologie qu'il entend mettre en œuvre pour garantir la bonne exécution des prestations dont il a la charge. Cette présentation inclut :

- L'organisation de travail au regard du pilotage et de la coordination transversale ;
- L'organisation de travail pour les prestations liées au conseil et l'achat média ;
- La méthodologie proposée pour la phase de transition.

Il est plus précisément attendu du Soumissionnaire que son mémoire technique détaille a minima les différents éléments ci-dessous, en regard des attendus du CCTP (et en particulier ceux-ci-dessous) mais il peut aller plus loin que les demandes listées.

Ainsi le Soumissionnaire présente notamment, à l'appui de la méthodologie de travail qu'il propose :

- Dans le cadre du pilotage et de la coordination transversale de l'accord-cadre, en réponse aux livrables attendus pour chaque prestation, le Soumissionnaire précise notamment :
 - La méthodologie propre à chacun des trois niveaux de pilotage (Conseil stratégique, Accompagnement opérationnel, Prestations complémentaires) ;
 - La présentation des outils de pilotage transversal auprès du pilote du marché, notamment définis à l'article 3.2 du CCTP ;
 - Le détail de la méthodologie de partage des études et audiences à destination du SIG, pilote du marché, dans la forme et dans le mode de gouvernance, et notamment les outils dédiés proposés, le cas échéant.

A l'appui de la présentation de cette méthodologie, le Soumissionnaire présente :

- Un exemple de chacun des livrables sur les études et audiences, conformément aux dispositions de l'article 3.2.3 du CCTP.

- Dans le cadre des prestations liées au conseil et l'achat média, le Soumissionnaire Il présente tout élément de nature à démontrer sa capacité à mobiliser des outils et méthodes d'optimisation des campagnes, incluant notamment des dispositifs d'analyse de données, d'autonomisation ou d'aide à la décision, permettant d'améliorer le ciblage, l'allocation des investissements et la performance des actions menées.

Le cas échéant, il présente ses solutions innovantes, notamment fondées sur des techniques d'intelligence artificielle ou équivalent, sans que le recours à une technologie spécifique ne constitue une exigence exclusive.

A l'appui de la présentation de cette méthodologie, le Soumissionnaire précise notamment :

- Sa méthodologie de réalisation des prestations suivantes : stratégie des moyens ; médiaplanning ; fixation des objectifs de performance média ; achat média ; mise en place, suivi et optimisation des campagnes ; gestion et mise en œuvre des prestations nécessaires à la réalisation des partenariats média ; opérations spéciales et stratégies d'influence ; bilan complet en fin de campagne ; suivi et contrôle de la qualité de la diffusion) ;

A l'appui de la présentation de cette méthodologie, le Soumissionnaire présente

notamment :

- Ses outils de suivi des campagnes, notamment Infocube® et PowerBI® (ou équivalent) conformément aux dispositions de l'article 3.2.2.1 du CCTP ;
 - Ses process internes pour les achats programmatiques, conformément à l'article 3.3.2.3 du CCTP ;
 - Son engagement de visibilité minimum d'une part pour le Display (formats statiques), d'autre part pour la vidéo (toutes durées de formats), conformément à l'article 3.2.2.2 du CCTP ;
 - La mécanique de quotation des frais de mesure tierce par ligne de plan media, conformément à l'article 3.3.3.1 du CCTP ;
 - La méthode de marquage des sites, conformément à l'article 3.3.3.2 du CCTP ;
 - Le process lié au bilan en fin de campagne tant sur le fond que sur la forme, conformément à l'article 3.3.3.3 du CCTP ;
 - Son dispositif de suivi, contrôle et d'alerte de la qualité de la diffusion des campagnes, conformément aux dispositions de l'article 3.3.3.4 du CCTP ;
 - Son process de collaboration commun à tous les Annonceurs, conformément à l'article 5.2 du CCTP ;
 - Le processus qu'il entend mettre en place pour la gestion des violations des données à caractère personnel, et indiquer comment sont organisés la localisation et le transfert des données, conformément à l'annexe 4 du CCAP relative au « BrandSafety AdFraud » ;
 - Un exemple de devis conformément aux dispositions de l'article 12.2.3 du CCAP ;
 - Un modèle de contrat de mandat pour la durée du marché et un modèle d'attestation de mandat qui lie le Titulaire à chaque Annonceur, conformément aux dispositions de l'article 12.3.2 du CCAP ;
- Le cas échéant - les étapes clé ou jalons du projet, les livrables et délais moyens de réalisation et les outils de travail qu'il propose au regard des prestations à mettre en œuvre.

Le Soumissionnaire précise particulièrement les livrables remis à chaque étape clé du projet et lors de la phase de bilan. Il est invité à présenter des exemples des outils proposés pour démontrer leur utilité dans la délivrance des prestations attendues.

- Dans le cadre de la phase de transition d'un marché à l'autre, le Soumissionnaire indique :

- Pour la phase entre le précédent marché et le marché issu de la présente consultation, les étapes et actions à mener, les parties prenantes impliquées, le calendrier, les outils proposés et le cas échéant les éléments qu'il souhaite se voir communiquer. Le Soumissionnaire précise particulièrement la méthodologie de transition technique et technologique, envers le pilote du marché mais aussi l'ensemble des bénéficiaires de l'accord-cadre ;
- Pour la phase entre le marché issu de la présente consultation et le marché qui lui

succédera, le Soumissionnaire indique les grandes lignes du process qu'il propose de mettre en œuvre.

Concernant les différents outils, documents, etc. présentés, le Soumissionnaire est invité à produire des exemples dans son offre pour permettre d'en apprécier le contenu envisagé et la pertinence. Le Soumissionnaire complète la présentation de sa méthodologie, s'il le juge nécessaire, avec la liste de ses livrables propres. Dans ce cas, il indique leur contenu et leur finalité de ces éléments complémentaires.

- Autres éléments dont la présentation est attendue dans l'offre

Le Soumissionnaire s'attache à présenter :

- Les engagements qu'il prend de nature à mesurer la totalité de l'impact carbone de ses prestations sur l'environnement et, en particulier pour la diffusion des campagnes soit via la méthode qu'il aura présenté dans son offre, soit via la reprise de l'outil développé par le SIG (Calculatrice Carbone) et qui s'appuie sur des protocoles de mesure du marché publicitaire et plus généralement, comment son entreprise prend en considération les préoccupations environnementales de ses activités lors de l'exécution de l'accord-cadre ;
- Le plan d'action qu'il entend mettre en œuvre pour assurer la bonne exécution de la clause sociale, conformément à l'annexe 6 du CCAP relative à la « Clause sociale » ;
- Si le Soumissionnaire propose le recours à un outil type plateforme en ligne, il remet selon ce qu'il juge pertinent, des copies d'écran des contenus et fonctionnalités ou permet un accès temporaire à l'outil le temps de la consultation (phase Offre), via un compte test ou équivalent.

Dans ce cas il précise ; si besoin :

Lien de connexion à la plateforme :	
Identifiant :	
Mot de passe :	
Nom de la personne à contacter en cas de dysfonctionnement :	
Tél :	
Courriel :	

L'accès à la plateforme devra être mis à disposition pendant la durée de validité des offres.

Le Soumissionnaire présente la composition de l'équipe et ses compétences en quantité et en qualité pour la réalisation de l'ensemble des prestations, conformément l'article 5.1 du CCTP.

Il est plus précisément attendu du Soumissionnaire que son mémoire technique détaille a minima les différents éléments ci-dessous, en regard des attendus du CCTP (et en particulier ceux-ci-dessous) mais il peut aller plus loin que les demandes listées.

Ainsi le Soumissionnaire présente notamment, à l'appui de l'équipe dédiée et des compétences mises en œuvre qu'il propose :

- La présentation des équipes dédiées à la coordination et au pilotage transversal du marché sur les sujets de conseil stratégique transversal, pilotage transversal des médias, gouvernance / méthodes de travail et études / audiences
- La présentation des équipes dédiées au conseil média, à la stratégie média, à l'achat d'espace média, au suivi, au pilotage et à l'optimisation des campagnes ainsi que le montage de partenariats médias, pour chacun des annonceurs du marché.

Il est également attendu la présentation d'une équipe dédiée aux campagnes de recrutement.

Le Soumissionnaire présente **nommément** les différents profils assurant les missions présentées dans sa méthodologie et son organisation de travail, que leur intervention soit permanente ou occasionnelle (qualifications, compétences, expériences, rôle de chacun). Il indique le niveau des profils des intervenants (niveau d'expertise, séniorité, etc.).

L'attention du Soumissionnaire est attirée sur le fait que la présentation de la composition nominative de l'équipe affectée au projet est une exigence liée notamment au mécanisme de remplacement prévu à l'article 5.1 du CCTP, qui impose au Titulaire, en cas d'indisponibilité d'un intervenant, de proposer un remplaçant disposant de compétences au moins équivalentes. L'absence d'identification nominative des profils proposés ne permettrait pas d'activer ce mécanisme et limiterait l'appréciation de l'adéquation de l'équipe proposée aux prestations à réaliser. En effet, cadre d'un marché de prestations de services, la composition de l'équipe dédiée à l'exécution des prestations est un élément important de la notation. La présentation de profils nominatifs dans l'offre permet d'engager le Soumissionnaire sur le niveau des profils proposés et lui est opposable pour de remplacement de niveau équivalent si besoin au cours de l'exécution du marché.

Le Soumissionnaire prend soin d'indiquer le nom des interlocuteurs dédiés du SIG pour le pilotage de l'accord-cadre. Il précise également les membres / profils de son équipe qui pourraient être chargés des missions de coordination auprès des 10 plus importants donneurs d'ordre du marché.

À titre de vade-mecum, le Soumissionnaire précise pour les prestations à réaliser :

- Celles pour lesquelles il dispose de compétences au sein de son équipe et qu'il n'externalise pas ;
- Celles pour lesquelles il fait systématiquement appel à des prestataires externes ;
- Celles pour lesquelles il peut occasionnellement renforcer ses équipes internes à l'externe.

Le Soumissionnaire indique :

- Le nom de son délégué à la protection des données, s'il en a désigné un, ou, à défaut, le profil dédié à ces questions,
- Le nom de son responsable pour les aspects environnementaux et sociaux.

Précisions :

- Le Soumissionnaire assure dans son offre une transparence vis-à-vis de l'Acheteur sur les statuts des profils indiqués et indique clairement les statuts de freelances, stagiaires, apprentis, alternants, etc., lorsqu'il y a recours ;
- Une même personne peut assurer plusieurs fonctions. Dans ce cas, le Soumissionnaire l'indique dans la présentation de son équipe. La présence d'un organigramme synthétique à l'appui de la présentation des profils est la bienvenue.

3. SUIVI DE LA PERFORMANCE

20 POINTS

Le Soumissionnaire présente son process de suivi de la performance pour la réalisation de l'ensemble des prestations de conseil, achat d'espaces et partenariat média, conformément à l'article 3.3 du CCTP.

Il est plus précisément attendu du Soumissionnaire que son mémoire technique détaille a minima les différents éléments ci-dessous, en regard des attendus du CCTP (et en particulier ceux-ci-dessous) mais il peut aller plus loin que les demandes listées.

Ainsi le Soumissionnaire présente notamment, à l'appui de son process de suivi de la performance, la méthodologie et les engagements pour garantir la meilleure performance possible et la meilleure productivité média possibles au regard de l'accompagnement opérationnel attendu.

Le Soumissionnaire présente sa méthodologie et ses engagements en matière de performance, en lien avec l'annexe 2 à l'AE, et notamment :

- Le détail de la méthodologie de travail pour garantir la meilleure performance possible aux dispositifs de communication dont il a la charge, intégrant une recommandation d'outils techniques digitaux (adserving & adverification) et de transparence programmatique.
Le Soumissionnaire présente les outils dédiés proposés, le cas échéant.
- Le détail des engagements de productivité media sur les critères indiqués au CCTP, valables sur toute la durée du marché.

4. CAS PRATIQUE

20 POINTS

Le Soumissionnaire présente sa réponse au cas pratique selon les indications portées dans le document « Énoncé du cas pratique ».

La réponse du Soumissionnaire et ses propositions seront analysées au regard des différents éléments présentés dans l'énoncé du cas pratique et des éléments indiqués dans les différentes pièces du dossier de consultation.

Il est attendu que le Soumissionnaire présente sa réponse au cas pratique en respectant les attendus décrits notamment au CCTP pour la délivrance des prestations mais aussi la méthodologie et l'équipe

qu'il aura présenté dans son mémoire technique.

Il est plus précisément attendu du Soumissionnaire que sa réponse au cas pratique détaille a minima les différents éléments ci-dessous, en regard des attendus du CCTP et de l'énoncé du cas pratique (et en particulier ceux-ci-après) mais il peut aller plus loin que les éléments listés.

L'Acheteur sera particulièrement attentif à ce qui sera proposé en termes de recommandation stratégique au regard des objectifs fixés ; de qualité de la stratégie des moyens et du médiaplanning associé ; d'ambition des performances objectivées et pertinence des indicateurs de pilotage proposés ; d'adéquation avec les objectifs de productivité media du marché ; de composition de l'équipe dédiée au projet et de démarche de limitation de l'impact carbone proposée

5. LISTE DES ANNEXES

À compléter le cas échéant.

- Annexe 1 :
- Annexe 2 :

À titre indicatif, il est attendu environ **25 pages maximum d'annexes.**