

CAHIER DES CLAUSES TECHNIQUES PARTICULIERES

N° DE MARCHE : AO 26 CA 0020

Réalisation, impression et routage du journal interne Filiéris

Filiéris est une marque déposée pour son offre de santé par la CANSSM

CAISSE AUTONOME NATIONALE DE LA SÉCURITÉ SOCIALE DANS LES MINES

77, avenue de Ségur - 75714 PARIS CEDEX 15

Contenu

ARTICLE 1	PRESENTATION DU GROUPE DE SANTE FILIERIS	3
1.1	La CANSSM : du régime minier à Filieris.....	3
1.2	Le réseau Filieris	3
1.3	L'organisation	4
1.4	Quelques chiffres au 1er janvier 2026	4
ARTICLE 2	OBJET DU MARCHE.....	5
ARTICLE 3	CONTEXTE.....	5
3.1	Les enjeux et objectifs du journal interne	5
3.2	Les publics	6
3.3	Leurs attentes, leurs besoins.....	6
3.4	Le rubriquage et le calibrage des articles.....	9
ARTICLE 4	DESCRIPTIF DES PRESTATIONS	10
4.1	Lot 1 : La réalisation du journal interne	10
4.1.1	Le pilotage du projet	10
4.1.2	La conception graphique	10
4.1.3	Suivi rédactionnel	11
4.1.4	La mise en page	11
4.1.5	La préparation des fichiers pour l'impression	11
4.1.6	Prestations annexes	11
4.2	Lot 2 : L'impression et le routage	12
	Quantités, fréquence et nature des envois.....	13
4.3	Planning	13

ARTICLE 1 PRESENTATION DU GROUPE DE SANTE FILIERIS

1.1 La CANSSM : du régime minier à Filieris

La Caisse autonome nationale de la Sécurité sociale dans les mines (CANSSM) a pour mission la gestion du régime spécial de Sécurité sociale dans les mines (maladie ; accidents du travail et maladies professionnelles ; vieillesse et invalidité).

La CANSSM est un organisme assurant une mission de service public. Elle est placée sous la tutelle des ministères respectivement chargés de la Sécurité sociale et du Budget.

Compte tenu de la baisse du nombre d'affiliés, les activités de prestations de Sécurité sociale ont été progressivement confiées à d'autres organismes, en transfert ou en délégation de gestion.

A la suite de ces diverses délégations, l'activité directe de la CANSSM est désormais centrée sur la gestion, sous la marque Filieris, d'une importante offre de santé, ouverte aujourd'hui à toute la population.

Les missions de la CANSSM	
<i>Gestion du régime spécial de protection sociale des mines</i> Assurance maladie, maternité, accidents du travail et maladies professionnelles (CNAMTS) Assurance vieillesse et invalidité (Caisse des Dépôts et Consignations) Action sanitaire et sociale collective Action sanitaire et sociale individuelle (ANGDM)	<i>Gestion de l'offre de santé Filieris</i> Organisation de l'offre territoriale Mise en œuvre de la politique de prévention et de santé publique

1.2 Le réseau Filieris

Héritier du régime minier et géré par la CANSSM, le réseau Filieris est principalement implanté dans les anciens bassins miniers.

L'accès aux structures de soins Filieris est aujourd'hui ouvert à toute la population, quel que soit le régime de Sécurité sociale du patient.

L'offre est organisée en filière autour des centres de santé, qui permettent un exercice regroupé de la médecine et une prise en charge globale des patients.

Au-delà de ces services ambulatoires, Filieris propose une prise en charge en établissement de santé (soins médicaux et de réadaptation) et établissements sociaux et médico-sociaux (EHPA, EHPAD, résidence service).

Filieris a également développé une activité importante de services dont les soins infirmiers à domicile, les équipes spécialisées Alzheimer, les services d'aide à domicile.

Chaque acteur de l'offre de soins intervient en coordination avec l'ensemble des structures déjà présentes sur le territoire, pour assurer une continuité des soins et un service global.

Au quotidien, Filieris inscrit son action en lien étroit avec les acteurs de santé régionaux (Agences Régionales de Santé, Centres hospitaliers, spécialistes libéraux, CPAM...), notamment en matière de santé publique.

En savoir plus : www.filieris.fr

1.3 L'organisation

La CANSSM est un groupe organisé en trois directions régionales pilotées par le siège, situé à Paris. Les directions régionales sont situées à Lens pour le Nord, Metz pour l'Est, Alès pour le Sud.

Le siège regroupe les directions fonctionnelles, dont la direction de la communication. Il conçoit la stratégie, assure le pilotage institutionnel, organise l'information, comme l'harmonisation des pratiques et processus.

Les directions régionales définissent les stratégies d'organisation sanitaire régionales et de proximité. Elles gèrent l'offre de santé (centres de santé, établissements et services) de leurs territoires. Chaque direction régionale dispose d'un service de communication, en charge de décliner sur son territoire la stratégie de communication globale de l'entreprise.

1.4 Quelques chiffres au 1er janvier 2026

Au 01/01/2026





ARTICLE 2 OBJET DU MARCHE

Ce marché a pour objet la réalisation, l'impression et le routage du journal interne de Filieris :

- Lot 1 : La réalisation du journal interne : pilotage du projet, conception graphique, suivi rédactionnel et mise en page, préparation pour l'impression et prestations annexes.
- Lot 2 : L'impression et le routage

Chaque soumissionnaire a la possibilité de répondre à un ou plusieurs lots, sous réserve de déclarer un éventuel recours à la sous-traitance.

ARTICLE 3 CONTEXTE

3.1 Les enjeux et objectifs du journal interne

Pour permettre à tous ses salariés, y compris ceux qui ne sont pas connectés au réseau interne, de bénéficier d'un même niveau d'information, Filieris édite depuis juin 2017 un journal interne trimestriel, « En lien (s) ». 20 numéros ont été publiés à ce jour (janvier 2026).

Ses objectifs :

- Renforcer le sentiment d'appartenance
- Être pédagogue et transparent sur les enjeux de Filieris
- Expliquer la stratégie de Filieris
- Favoriser le décroisement et la proximité ; donner la parole ; réduire la distance salarié/groupe
- Valoriser les expériences et partager les bonnes pratiques
- Renforcer et uniformiser les connaissances métiers, services et produits.

3.2 Les publics

• Publics prioritaires :

- Les collaborateurs peu connectés au réseau Intranet (surtout les aides à domicile, qui n'ont un accès à l'intranet que via leur téléphone portable de fonction)
- Les professionnels de santé (connectés mais peu utilisateurs)

• Ensemble des publics concernés :

- Encadrement : directeurs et responsables de service, cadres de santé : directeurs et responsables d'établissements (hôpitaux, laboratoires...)
- Personnel administratif et technique
- Personnel médical : médecins généralistes et spécialistes, dentistes, pharmaciens
- Personnel paramédical (infirmières au sein des services de soins à domicile, opticiens, kinés, ergothérapeutes, aides-soignants...)
- Aide à la personne (aides à domicile)

3.3 Leurs attentes, leurs besoins

Importance de valoriser les collaborateurs (témoignages, photos...), de mieux représenter les différents métiers et secteurs géographiques : le journal interne est un support de valorisation et de la reconnaissance.

Les sujets prioritairement attendus sont :

1. L'avenir du régime et l'avenir de Filieris, les évolutions, les projets de Filieris, 86%
2. La santé et la sécurité au travail, le recrutement, 79%
3. Les informations pratiques, 75%

- Des contenus allégés et faciles à lire
- Temps d'information limité : le journal est le canal approprié (lecture en plusieurs fois, sans matériel ou connexion)
- Des informations RH

Une ligne éditoriale a été établie en réponse à ces attentes et aux objectifs fixés (celle-ci sera remise au titulaire, accompagnée de la charte graphique Filieris et d'un exemplaire du journal).

La ligne éditoriale et les rubriques ont été légèrement modifiées en 2026*, suite à l'enquête de satisfaction menée auprès des collaborateurs fin 2025, au sujet des supports de communication interne, dont voici quelques résultats :

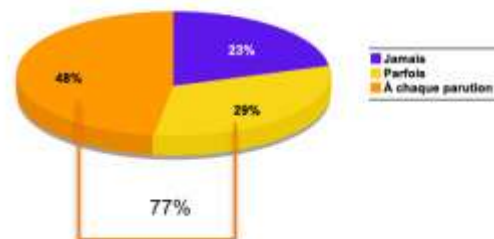
**77%
d'audience**

Le score d'audience est de 77% versus 23% de non-lecteurs

Parmi vos lecteurs, 48% le lisent régulièrement (à chaque fois qu'il paraît) et 23% parfois.



Le magazine « En lien(s) » paraît quatre fois par an, à quelle fréquence le lisez-vous ?



L'esthétique, les couleurs, la mise en page, les Unes (en général)



La variété des sujets abordés et les différentes rubriques



La rédaction (le style, la clarté, la longueur des articles, ...)



■ Très bien ■ Bien ■ Moyen ■ Mauvais ■ NSP

En relief, En image et En vue sont les rubriques vedettes

Elles attirent plus d'un lecteur sur deux. En Grand, En clair et Enjeu sont choisis par 4 personnes sur 10 alors que # le top des posts est cité par deux personnes sur dix. Finalement, seules 22% n'ont aucune rubrique favorite ce qui signifie que le rubriquage est bien installé.

Quels sujets ou rubriques vous intéressent ou préférez-vous dans « En lien(s) » ? (plusieurs réponses possibles)



Les managers préfèrent Enjeu (le focus sur des valeurs ou une thématique d'actualité), (56% versus 33% des non-managers). C'est leur favori devant 'En relief'.

Le top des posts plaît aux aides à la personne (4 sur 10 versus 21% en moyenne).

*Remplacement de la rubrique Top posts par EnVol, par ex.

3.4 Le rubriquage et le calibrage des articles

Rubrique donné à titre indicatif et susceptible d'évoluer selon la future maquette.

Pages	Thèmes	Angle	Encombrement	Calibrage	Genres	Objectifs
1	Couverture		1 page			
2	Edito	Tribune libre	¼ page	750	Editorial	- Réduire la distance salarié/groupe - Renforcer le sentiment d'appartenance
2 ou 8	En Image	Image d'actualité forte	¼ page		Visuel HD légendé	- Traduire une info marquante (congrès Filieris, rénovation ou nouvelle structure de santé, etc.)
3	En vue	L'actu régionale et nationale, les faits marquants	1 page	3000	Article court, Brève, Photo légendée	- Favoriser le décroisement - Être pédagogue et transparent sur les enjeux de Filieris
4 – 5	En grand	Dossier sur grand sujet du moment ou à venir, transversal. Interviews, prises de paroles, exemples concrets pour accentuer et ponctuer les orientations stratégiques	2 pages	6000	Reportage et analyse (Article de fond, Avis d'experts, Chiffres-clés ou infographie, Cas concrets)	- Expliquer la stratégie de Filieris - Être pédagogue et transparent sur les enjeux de Filieris - Renforcer et uniformiser les connaissances
6	En relief	Un métier à la loupe	1 page	3000	Interview ou portrait	- Renforcer et uniformiser les connaissances métiers - Favoriser le décroisement, donner la parole
7	En jeu	La vision des services et produits sous l'angle stratégique	1 page	3000	Article court, Brève, Photo légendée	- Expliquer la stratégie de Filieris - Être pédagogue et transparent sur les enjeux de Filieris - Renforcer et uniformiser les connaissances services et produits
8	EnVol	L'actualité en image à travers un carrousel de photos	1 page		3 à 5 photos légendées	- Valoriser les expériences et actions dans chaque territoires

ARTICLE 4 DESCRIPTIF DES PRESTATIONS

Pour chaque numéro, les contenus sont rédigés par la direction de la communication et les services communication régionaux.

L'agence titulaire du marché réalisera les missions suivantes pour le compte de Filieris :

- La conception graphique
- Le suivi rédactionnel : aide au chemin de fer et au rubriquage, secrétariat de rédaction
- La mise en page
- La direction artistique (dont la recherche iconographique et le traitement des photos).
- L'impression
- Le suivi d'impression
- La gestion des affranchissements et du routage

Le journal est édité en janvier, avril, juin et octobre.

Filieris détient les fichiers sources du journal.

4.1 Lot 1 : La réalisation du journal interne

4.1.1 Le pilotage du projet

Le prestataire retenu aura pour mission de veiller au bon déroulement des prestations, qu'il s'agisse de celles effectuées par ses soins dans le cadre du lot 1 comme de celles présentées dans le lot 2 et éventuellement effectuées par d'autres prestataires.

Il s'agit :

- d'assurer l'interface avec le(s) prestataires(s) retenus pour le compte de la direction de la communication,
- d'assurer le suivi d'impression une fois les fichiers remis à l'imprimeur,
- de veiller au bon déroulement du routage jusqu'à la livraison,
- de veiller au respect des délais tout au long de la chaîne graphique,
- de proposer et de gérer, lorsque cela semble opportun, des enquêtes de lectorat.

4.1.2 La conception graphique

Le prestataire retenu aura pour mission de concevoir le journal interne et aura en charge de faire évoluer la ligne graphique actuelle en en proposant une nouvelle : le journal peut faire l'objet d'une nouvelle maquette, dans la mesure où celle actuelle n'a été que légèrement modifiée jusqu'ici. Les fichiers sources de la maquette actuelle seront fournis au titulaire du marché.

Les contraintes sont les suivantes :

- Choix d'une police de caractères suffisamment lisible,
- Clarté dans la mise en page,
- Mix photos/témoignages et mise en avant,
- Marquage cohérent entre le titre, les sous-titres, les encadrés, etc.

4.1.3 Suivi rédactionnel

Le prestataire retenu assistera au Comité de rédaction 1 fois/an et aura en charge le suivi rédactionnel :

- Conseil rédactionnel (l'aide au chemin de fer et au rubriquage, dans le respect du rubriquage qu'il sera susceptible de faire évoluer et du calibrage actuel, etc.)
- Le secrétariat de rédaction : relectures, corrections, propositions de reformulations ou de coupes si besoin, suggestion sur les titres et les légendes photos.

Le prestataire devra veiller au respect de la ligne éditoriale définie.

Le prestataire devra privilégier une hiérarchisation claire des informations et un habillage graphique servant le propos.

Il veillera à la cohérence d'ensemble du journal interne. Les suggestions et modifications éventuelles seront soumises à la validation de la direction de la communication.

4.1.4 La mise en page

Le prestataire retenu aura en charge la mise en page du journal selon les contenus fournis par Filieris :

- Composition selon la ligne graphique existante ou redéfinie ensemble et le calibrage fixé.
- Conseil sur la mise en page
- Recherche iconographique : Filieris fournira dans la majorité des cas les visuels accompagnant les articles. En cas d'absence de visuel, une recherche iconographique peut être nécessaire. Le prestataire retenu veillera à privilégier des photos libres de droit.

Les achats d'art feront l'objet d'un devis à valider au préalable par la direction de la communication.

- Illustration : le prestataire retenu pourra être amené à réaliser des illustrations de type schéma, graphique, tableau. Ces illustrations seront élaborées dans le respect de la ligne du journal interne.

4.1.5 La préparation des fichiers pour l'impression

Le prestataire aura en charge la photogravure incluant le traitement des photos et la retouche de certaines photos fournies par les équipes communication de Filieris lorsque leur qualité le nécessite.

Les épreuves sont soumises au comité de rédaction au format pdf puis transmises par le prestataire à l'imprimeur pour édition.

4.1.6 Prestations annexes

Selon les besoins de Filieris, son actualité et les évolutions de sa stratégie, des prestations annexes pourront être demandées au prestataire retenu :

Réalisation d'une enquête de lectorat format papier :

Afin de mesurer la satisfaction globale de l'ensemble des lecteurs, connaître leur avis sur le journal, ses rubriques, ses articles, leurs attentes, il pourra être demandé de réaliser et analyser une enquête de lectorat.

Création d'une nouvelle maquette pour le journal interne :

Une refonte globale de la maquette peut intervenir durant le marché. Elle pourra porter sur la conception graphique et/ou sur le format.

Cette évolution peut simplement porter sur la pagination (actuellement 8 pages).

Réalisation de tirés-à-part et numéros spéciaux :

Selon son actualité, Filieris pourra solliciter le prestataire pour la réalisation de numéros spéciaux, de 1 page, 2, 4, 8 pages ou plus, selon les mêmes caractéristiques techniques que le numéro classique.

Ces numéros spéciaux pourront être adressés lors d'envois spécifiques ou jetés dans un numéro régulier du journal.

Déclinaison du journal interne en flipbook :

Selon l'intérêt, une déclinaison du journal interne pourra être demandée sous la forme d'un flipbook pour diffusion sur son intranet.

Les fonctionnalités suivantes sont souhaitées :

- compatibilité avec tous les navigateurs, les systèmes et les supports existants (PC, Mac, Firefox, Safari, sur téléphones mobiles, tablettes...),
- possibilité d'intégrer des vidéos ou des liens web,
- sommaire interactif et table des matières,
- zoom direct au clic ou au bouton,
- impression paramétrable,
- compatibilité avec Google Analytics (statistiques de consultation),

4.2 Lot 2 : L'impression et le routage

Le prestataire retenu aura en charge l'impression et le routage du journal interne en tenant compte du changement de réglementation (le film plastique de routage étant interdit depuis janvier 2022 avec la loi AGECE), soit :

- Livraison d'un BAT fourni par mail au format pdf à la direction de la communication avant impression,
- l'impression du journal interne,
- l'impression éventuelle de tirés à part et numéros spéciaux,
- l'encartage éventuel de tirés à part, sur la base de 2 fois/an
- La prise en charge des fichiers adresses fournis par Filieris à chaque envoi ;
- La mise sous pli ;
- Fermeture, affranchissement, routage et dépôt poste ;
- La fourniture des enveloppes à fenêtre personnalisées

Impression du journal interne - données techniques actuelles :

- 8 pages
- Format fini : 21 x 29.7 cm, Papier : Couché demi-mat 150 g/m²,
- Impression : Quadri recto/verso,
- Façonnage : 2 points métal,
- Quantités : 5 000 exemplaires (susceptibles de varier légèrement d'une édition à l'autre +/- 500 ex).
- Périodicité : 4 numéros par an
- Conditionnement : selon impératifs réglementaires

La maquette du journal interne étant susceptible d'évoluer sur la durée du marché, il est également demandé un chiffrage sur une pagination à 12 et 16 pages.

Impression de tirés-à-part et numéros spéciaux :

- 1 page, 2, 4, 8 ou 12 pages
- Mêmes caractéristiques techniques que le numéro classique.

- Périodicité : selon les besoins de Filieris.

A noter que toute impression pourra donner lieu à l'édition d'épreuves de contrôle si Filieris l'estime nécessaire.

Insertion des tirés-à-part dans le journal

L'imprimeur aura en charge d'insérer dans le journal les éventuels tirés-à-part.

Quantités, fréquence et nature des envois

Le routage actuel est effectué au domicile de chaque salarié, depuis la crise sanitaire de 2020.

Cependant, un panachage de différents modes de transport, selon les lieux de travail des personnels et le nombre de collaborateurs par site pourrait être demandé durant la durée du marché:

- aides à domicile : envoi à domicile sous pli individuel (1200 pour le Nord et 250 pour l'Est)
- sites administratifs et établissements de santé : 108 sites de taille différente – 2 à 300 ex).
- direction régionale du Nord : une seule livraison de 1725 ex en 1 point Lens avec conditionnement par paquet selon fichier fourni (200 paquets de 1 à 130 ex par paquet).

5000 destinataires, +/- 500 selon les mobilités du personnel.

Caractéristiques techniques du journal :

21 x sur 29,7 cm

Poids : 75 g environ

Il est envoyé 4 fois par an en janvier, avril, juin et octobre.

Le prestataire retenu aura en charge d'organiser le routage en veillant à utiliser les différents modes d'envoi pour un coût optimisé. Obligation de délais de livraison sous 3 à 5 jours.

L'avance des frais d'affranchissement sera prise en charge par le prestataire puis refacturée ensuite à Filieris.

Filieris se réserve le droit d'apporter des modifications de détail au contenu des plis en fonction de l'évolution de ses besoins :

- ajout éventuel d'un tiré-à-part ou feuillet d'accompagnement pour certains numéros
- envois ponctuels de numéros spéciaux (2, 4, 8 ou 12 pages) en dehors de la publication habituelle du journal.

4.3 Planning

Le soumissionnaire devra présenter une proposition de planning de réalisation de la prestation avec le jour J1 au « GO » de Filieris.

Ce planning doit indiquer des délais réalisables que le prestataire s'engage à tenir.

Pour le lot 1 : le délai entre la remise des éléments et le BAT est de 5 jours ouvrées à partir de l'envoi des textes et images par Filieris, ce délai est impératif,

Les délais pour le :

- Lot 2 : délai d'impression entre la remise du BAT et l'envoi au routage, délai de routage, entre la réception des éditions et la livraison aux destinataires.

Les délais proposés par le titulaire dans son offre seront contractuels.

Plafond délais : 1 mois entre la livraison des contenus par Filieris au prestataire et la réception finale.