

**CONSEIL ÉCONOMIQUE,
SOCIAL ET ENVIRONNEMENTAL**

—
SECRÉTARIAT GÉNÉRAL

—
Direction administrative et financière

—
Service des marchés

MARCHE PUBLIC DE SERVICES

PRESTATIONS DE CONSEIL EN STRATEGIE GLOBALE DE COMMUNICATION POUR LE CONSEIL ECONOMIQUE, SOCIAL ET ENVIRONNEMENTAL
--

Marché à procédure formalisée
en application de l'article R. 2124-1 du Code de la commande publique

Référence du marché : 26MAR13

**CAHIER DES CLAUSES TECHNIQUES PARTICULIERES
(C.C.T.P.)**

SOMMAIRE

PRESENTATION DU CONSEIL ECONOMIQUE, SOCIAL ET ENVIRONNEMENTAL.....	3
Article 1 - L'objet du marché.....	3
Article 2 - Contexte.....	3
Article 3 - Conditions d'exécution des prestations.....	4
Article 4 - Le périmètre du marché.....	4
4.1 - Les prestations incluses dans le marché	4
4.2 - Les qualités attendues concernant les prestations	5
Article 5 - Les prestations attendues.....	5
Article 6 - Le suivi et le reporting	6

PRESENTATION DU CONSEIL ECONOMIQUE, SOCIAL ET ENVIRONNEMENTAL

Le Conseil économique, social et environnemental (CESE) est la troisième assemblée constitutionnelle de la République. Il regroupe 175 conseillères et conseillers, représentants de 69 organisations : syndicats, organisations patronales, associations, etc.

Sa mission est double : conseiller les pouvoirs publics à travers des avis, recommandations et études sur les grandes questions économiques, sociales et environnementales du pays ; et depuis la réforme de 2021, associer les citoyens à ses travaux. Le CESE a ainsi organisé trois conventions citoyennes : sur le climat, la fin de vie et les temps de l'enfant.

Claire Thoury vient d'être élue présidente pour la mandature 2026-2031. Il s'agit d'une double première : elle est la première femme, mais aussi la première personnalité issue du monde associatif à occuper cette fonction.

Article 1 - L'objet du marché

Le présent marché a pour objet une prestation de conseil en stratégie de communication pour le Conseil économique, social et environnemental.

Article 2 – Contexte

Un renouvellement porteur d'opportunités

Le renouvellement de 55 % des conseillères et conseillers pour cette mandature, combiné à l'arrivée d'une nouvelle présidente portant un projet ambitieux : « l'acte II de la réforme de 2021 » crée une fenêtre de transformation rare. L'institution souhaite en saisir l'opportunité pour engager une refondation de son image et de son identité dans le débat public. Ce chantier est d'autant plus urgent que le contexte impose au CESE de renforcer sa capacité à communiquer sur son utilité, sa singularité démocratique et la valeur ajoutée concrète de ses travaux pour les pouvoirs publics et les citoyens.

Un débat public qui interroge la place des corps intermédiaires

Le CESE, comme d'autres institutions consultatives et représentatives, fait face à des questionnements récurrents sur son coût et son utilité. Ces interrogations s'inscrivent dans un contexte plus large de polarisation du débat public, dans lequel les institutions de délibération et de médiation voient leur rôle de plus en plus contesté. L'approche des élections présidentielles de 2027 rend cet enjeu particulièrement saillant.

Un paradoxe de communication persistant : un déficit de notoriété et d'identité

Le CESE a engagé au cours de la mandature écoulée une dynamique de professionnalisation de sa communication : structuration de l'équipe, montée en gamme des productions, hausse continue des indicateurs de retombées presse et d'engagement sur les réseaux sociaux. Cet effort n'a pourtant pas suffi à corriger le déficit de reconnaissance de l'institution. Le CESE n'est pas toujours identifié dans ses propres succès. L'opinion retient le sujet, pas l'institution.

Article 3 - Conditions d'exécution des prestations

Le CESE recherche une structure force de propositions, à même d'assurer une relation de travail étroite et en veille permanente.

Le prestataire mettra à disposition au moins deux interlocuteurs dédiés, qui pourront être remplacés le cas échéant par un ou des collaborateurs dont le CV et les qualifications auront été présentés à la Direction de la communication et au cabinet et qu'elle aura rencontrés. Le remplacement du ou des interlocuteurs devra intervenir dans un délai de 24 heures maximum.

Les interlocuteurs désignés au sein de la structure du titulaire seront en relation avec la directrice de la communication et le cabinet du président du CESE.

Le candidat remettra dans son offre une présentation de l'équipe type proposée avec CV anonymisés.

Les réunions de travail entre le CESE et le prestataire se tiendront au CESE.

Article 4 - Le périmètre du marché

4.1 - Les prestations incluses dans le marché

Le marché porte sur l'accompagnement et le conseil dans la définition de la stratégie globale de communication du CESE, de ses membres, de son président, de ses temps forts institutionnels et de ses travaux. Parmi ses besoins actuels :

Besoin 1 : Établir le diagnostic d'image

Le prestataire conduira un diagnostic d'image approfondi portant sur les dimensions suivantes :

- notoriété spontanée du CESE ;
- rémanence : dans quelle mesure le CESE est-il identifié comme l'institution qui a porté les sujets qu'il a traités (avis, conventions citoyennes) ;
- perception et image : utilité perçue, légitimité, crédibilité, niveaux de confiance, associations spontanées ;
- cartographie des parties prenantes et perception du CESE et attentes vis-à-vis de l'institution ;
- benchmark : positionnement comparé par rapport à d'autres institutions

Besoin 2 : Construire la plateforme de marque

Le CESE a besoin d'un socle narratif formalisé et d'un récit cohérent et identifiable. Il comprendra notamment :

- la raison d'être du CESE ;
- les valeurs cardinales et les marqueurs d'identité de l'institution ;
- le positionnement du CESE dans le paysage institutionnel et démocratique français, en distinguant ce qu'il est de ce qu'il n'est pas ;
- une architecture de messages déclinée selon les cibles prioritaires ;
- une charte éditoriale.

Besoin 3 : Poser la « doctrine » de communication

Le CESE a besoin de poser une doctrine claire pour passer d'une communication séquentielle et réactive, centrée sur les sorties d'avis à une communication continue et anticipatrice, qui construit la place du CESE dans le débat public indépendamment de son calendrier de production.

La doctrine portera notamment sur :

- l'articulation entre communication de fond (qui est le CESE, pourquoi il est utile, quelle est sa singularité démocratique) et communication d'actualité (avis, conventions, interventions de la présidente) ;
- les formats éditoriaux récurrents à développer pour assurer une présence continue ;
- la stratégie de visibilité de la méthode du CESE comme actif narratif propre ;

Besoin 4 : Accompagner la stratégie d'influence

Le prestataire sera en mesure de conseiller l'institution sur :

- la cartographie et l'activation des relais d'opinion susceptibles d'amplifier la parole et les travaux de l'institution ;
- la stratégie de partenariats
- la logique de valorisation de l'événementiel institutionnel comme séquences éditoriales à part entière.

4.2 - Les qualités attendues concernant les prestations

Le CESE exige du prestataire une ou des expériences similaires relatives aux prestations indiquées dans le présent marché : accompagnement stratégique de communication, très bonne connaissance du fonctionnement des assemblées (Parlement), des administrations, du gouvernement, des institutions françaises et européennes.

Le candidat indiquera dans son offre des références éventuelles de prestations déjà réalisées au service d'institutions publiques (références similaires).

Article 5 - Les prestations attendues

Le prestataire concevra et mettra en œuvre une stratégie globale de communication institutionnelle portant sur trois dimensions indissociables :

- **Le positionnement de l'institution, de sa présidente et de ses membres** dans le débat public permettant de répondre aux enjeux de notoriété, de visibilité et de légitimité du CESE.
- **L'impact et l'influence des travaux** : élaboration de stratégies de communication différenciées selon la nature et le potentiel de chaque production, renforcement de la présence des avis dans les débats parlementaires et gouvernementaux, valorisation de la méthode délibérative du CESE comme signature propre.
- **La construction d'une présence éditoriale continue** : définition de séquences et de rendez-vous réguliers autour de grandes thématiques ancrées dans la vie quotidienne des Français, permettant au CESE d'exister dans le débat public au-delà de son seul calendrier de publication, et de démontrer de façon tangible sa singularité d'assemblée du réel.

Cette stratégie globale fera l'objet d'une recommandation en début de mission et sera reconduite chaque année. Celle-ci précisera les principes d'une communication renouvelée et déclinera les pistes, axes, et outils pour être mise en œuvre.

A noter que le contexte de début de mandature impose un calendrier exigeant. Le prestataire devra mener de front deux chantiers indissociables : un travail de fond (diagnostic, plateforme de marque,

doctrine) qui requiert méthode et co-construction ; et la production rapide de premiers plans d'action concrets, de séquences et de preuves d'impact visibles, permettant à l'institution de démontrer dès les premières semaines que la transformation est engagée. Le prestataire proposera dans son offre comment il articule ces deux temporalités, et quelles premières livrables d'impact il est en mesure de produire dans les 30 premiers jours de la mission.

Par ailleurs, le CESE sollicitera régulièrement le prestataire en matière de :

- recommandation stratégique selon l'actualité et les opportunités ;
- communication de crise si besoin.

Le candidat remettra dans son offre :

- ✓ une analyse du positionnement du CESE : ses forces, faiblesses et les opportunités en matière de communication dans le contexte actuel.
- ✓ la méthodologie d'accompagnement de la conception de la stratégie et des process envisagés.

Article 6 - Le suivi et le reporting

Au cours de sa mission, outre les échanges téléphoniques réguliers, le prestataire devra rendre compte de façon mensuelle des différents dossiers en cours ou à développer à l'occasion d'une réunion. Le titulaire s'engage à respecter les propositions d'ordre stratégique qu'il aura émises dans son offre. Ces suivis et reportings mensuels auront lieu tout au long de la durée du marché.