

CAHIER DES CLAUSES TECHNIQUES PARTICULIERES

APPEL D'OFFRES OUVERT

**SURVEILLANCE DE LA PRESSE ECRITE ET DES MEDIAS AUDIOVISUELS ET
WEB, PANORAMA DE PRESSE ELECTRONIQUE QUOTIDIEN ET SYNTHESE DE
PRESSE HEBDOMADAIRE**

SOMMAIRE

PRESENTATION DE LA CAISSE NATIONALE DE L'ASSURANCE MALADIE.....	3
1. OBJET DU MARCHE.....	3
2. VEILLE MEDIAS	4
3. REALISATION D'UN PANORAMA DE PRESSE ELECTRONIQUE.....	5
4. ENVOI D'ALERTE.....	9
5. SYNTHESE DE PRESSE HEBDOMADAIRE.....	10
6. OUTIL DE CONSULTATION, DE RECHERCHE ET D'ARCHIVAGE.....	10
7. L'ASSURANCE MALADIE MOBILISEE POUR UNE COMMUNICATION RESPONSABLE.....	10

PRESENTATION DE LA CAISSE NATIONALE DE L'ASSURANCE MALADIE

Etablissement public national à caractère administratif, sous la double tutelle du ministère en charge de la santé (et par conséquent de la Sécurité sociale) et du ministère de l'économie et des finances, la Caisse nationale de l'Assurance Maladie (Cnam) gère, au niveau national, les branches Maladie et Accidents du travail / Maladies professionnelles du régime général de Sécurité sociale.

Avec plus de 2 200 salariés, elle constitue la tête de pont opérationnelle du régime d'assurance maladie obligatoire en France.

Depuis plus de 80 ans, l'Assurance Maladie joue un rôle majeur au service de la solidarité nationale en assume trois grandes missions :

1. Garantir l'accès universel aux droits et permettre l'accès aux soins,
2. Accompagner chacun dans la préservation de sa santé,
3. Améliorer l'efficacité du système.

Pour ce faire, elle pilote, coordonne, conseille et appuie l'action des organismes locaux qui composent son réseau (CPAM, Ugecam, Carsat, CGSS...). Elle mène les négociations avec les professionnels de santé au sein de l'Union nationale des caisses d'assurance maladie (Uncam). Elle concourt également par les actions de gestion du risque ou les services en santé qu'elle met en œuvre, à l'efficacité du système de soins et au respect de l'Objectif national de dépenses d'assurance maladie (Ondam). Elle participe également à la déclinaison des politiques publiques en matière de prévention et informe chaque année plus de 65,4 millions d'assurés - résidant en France ou à l'étranger - pour les aider à devenir acteurs de leur santé.

La Caisse nationale est dirigée par son directeur général, Thomas Fatôme, qui a été reconduit dans ses fonctions en juillet 2025 pour 5 ans.

Elle dispose d'un Conseil réunissant les partenaires sociaux (syndicats de salariés, employeurs, représentants de la Mutualité française, etc.) qui définit les orientations générales de la politique de la Caisse nationale.

Pour en savoir plus sur le domaine d'activité de la Cnam, consulter l'espace « qui sommes-nous » sur ameli.fr.

I – OBJET DU MARCHE

Le marché a pour objet de permettre à l'organisation et à ses collaborateurs de disposer d'une veille sur l'actualité médiatique via :

- **la réalisation d'une veille complète et en continu** de la presse écrite, du web comme des médias audiovisuels (TV, radios) ;
- **l'envoi d'alertes** audiovisuelles et de certains articles de titres de presse écrite définis au préalable ;
- **la livraison et la diffusion quotidienne d'un panorama de presse électronique** tous les matins, avant 08h00 ;
- **la réalisation d'une synthèse de presse hebdomadaire**, à envoyer le vendredi avant 13h00, donnant une vision synthétique de l'actualité de l'Assurance Maladie et de son secteur d'activité ;
- la mise à disposition d'un **outil de consultation, de recherche et d'archivage** des retombées de la presse écrite, du web et des médias audiovisuels (TV, radios).
-

II – VEILLE MEDIAS

> *Concernant la pige*

Le prestataire **doit surveiller en continu et en temps réel l'ensemble des retombées / sujets diffusés en presse écrite, dans les médias audiovisuels (TV et radios) et web**, en lien avec l'Assurance Maladie et ses sujets d'intérêt.

La surveillance des médias est **continue**, y compris les week-ends et jours fériés. Le prestataire précisera son organisation et l'amplitude horaire de ses équipes.

Cette veille doit permettre **un suivi efficace des sujets diffusés en lien avec l'Assurance Maladie**. Elle contribue à mesurer **l'efficacité des actions presse** organisées par la Cnam ou le réseau des CPAM.

La veille réalisée pour la Cnam doit être **la plus large possible** et englober impérativement un maximum de médias dans les catégories suivantes (liste non exhaustive) :

Presse écrite :

- presse quotidienne nationale
- presse médicale et professionnelle des autres professions de santé et protection sociale
- presse quotidienne régionale
- presse magazine

Radio :

- radios généralistes à audience nationale
- radios spécialisées dans le traitement de l'actualité
- radios généralistes à audience régionale

Télévision :

- chaînes nationales et régionales
- chaînes du câble et de la TNT d'informations générales, spécialisées et internationales

Internet :

- sites d'informations générales ou spécialisées.

Cette veille est réalisée à partir d'une liste de **mots-clés** fournis par la Cnam (**liste illimitée en nombre et modifiable**, à la demande, **sous 24 heures**) tels que :

- Assurance Maladie
- Cnam
- Uncam
- Unocam
- Sécurité sociale
- Sécu
- Ugecam
- CPAM Caisse primaire
- EPI-PHARE
- Thomas Fatôme
- Guillaume Couillard
- Aurélie Combas Richard
- Catherine Grenier
- Gwladys Huré
- PUMa (Protection maladie universelle)
- Complémentaire santé solidaire
- Carte Vitale

- ameli
- Dossier médical partagé ou DMP / Mon Espace santé
- Asafo
- Sophia
- Prado
- Grippe
- Covid
- Tabac
- Forfait Médecin traitant
- MG France
- CSMF
- SML
- FMF
- ...

Cette liste est donnée à titre indicatif et sera mise à jour. Le titulaire s'engage à accepter le remplacement ou l'augmentation de mots-clés sans modification de tarif.

> Concernant les scripts

Le prestataire doit transmettre **instantanément, et sans demande préalable**, les scripts correspondant aux interventions des dirigeants de la Cnam (cf. liste ci-dessous) :

- Thomas Fatôme (directeur général de la Cnam et de l'Uncam)
- Dr Catherine Grenier (médecin conseil national)
- Guillaume Couillard (directeur délégué à la gestion et à l'organisation des soins)
- Marc Scholler (directeur délégué de l'audit, des finances et de la lutte contre la fraude)
- Gwladys Huré (directrice de l'information et de la communication)
- Anne Thiebeauld (directrice des risques professionnels)
- Aurélie Combas Richard, directrice déléguée du réseau et des opérations
- Bintou Boité, directrice déléguée des systèmes d'information
- Damien Vergé, directeur de la stratégie, des études et des statistiques
- Pr Mahmoud Zureik, directeur d'EPI-PHARE
- Sophie Martinon, directrice générale du groupe UGECAM
- Samira Lehaine, présidente du Conseil de la Cnam
- Et / ou toute autre personne qui prendrait de nouvelles fonctions à la Cnam, signalée par écrit par la Cnam.

Ces scripts sont transmis par courrier électronique et sur la plateforme web dédiée **dans un délai de deux heures maximum**.

Toute autre demande ponctuelle de scripts se fait par une demande spécifique de la Cnam transmise au prestataire par mail ou via l'interface.

III – REALISATION D'UN PANORAMA DE PRESSE ELECTRONIQUE

Le prestataire doit réaliser pour la Cnam un **panorama de presse quotidien**, intelligemment construit autour de grandes thématiques intégrant l'ensemble des retombées médias (presse écrite, web, TV et radios) sur l'Assurance Maladie et ses domaines d'activité (santé et protection sociale).

- Le panorama de presse de la Cnam intègre **l'ensemble des articles des médias nationaux sur l'Assurance Maladie**, retrace fidèlement ses prises de parole et se fait aussi l'écho des **actions régionales des organismes locaux** d'assurance maladie (approche non exhaustive).

- **Concernant son secteur et ses domaines d'activité** (santé, protection sociale), le panorama de presse privilégie une **approche sélective des sujets** ; il ne prétend pas être exhaustif mais plutôt donner une vision précise de l'actualité et de l'opinion sur les sujets intéressant l'Assurance Maladie. Il intègre les articles clés du secteur.

A / Les principes qui guident sa réalisation

- **Les actions de la Cnam** : accès aux droits et aux soins via certaines prestations comme la Complémentaire santé solidaire (ex-CMU-c et ACS), réforme du système de prise en charge, affections de longue durée, dépenses de santé, médecine de ville, relations et négociations conventionnelles avec les professionnels de santé libéraux, dépassements d'honoraires des médecins ou autres professionnels de santé, rémunération survia le forfait médecin traitant, exercice coordonné (maisons de santé pluriprofessionnelles...), virage numérique et téléservices pour les assurés et professionnels de santé (Mon Espace santé, e-prescription, appli carte Vitale, ordonnance numérique...), développement des services en santé et programmes de prévention (service sophia, Prado, M'T dents...), carte Vitale et application liée, contrôles et lutte contre les fraudes à l'Assurance Maladie, données de santé, accidents du travail et maladies professionnelles, etc. ; à quoi il conviendra d'ajouter les conférences ou points presse ainsi que les communiqués ou dossiers de presse faisant l'objet d'une reprise, toutes retombées médiatiques confondues, y compris les brèves.
- **Les informations sur le contexte / les domaines d'activités de l'Assurance Maladie** : politiques de santé, programme ou problématique de santé publique, protection sociale, loi de financement de la sécurité sociale, gestion de la Sécurité sociale, paritarisme, secteur du médicament et des laboratoires pharmaceutiques, établissements de santé, protection des données de santé... font l'objet d'une **sélection pertinente et non d'une reprise exhaustive**.
Le choix d'un ou de plusieurs articles sur un même sujet, est fait en fonction de l'exhaustivité de leur contenu, ou bien encore en raison d'une différence de points de vue de manière à montrer la diversité des opinions.
- **Les interviews, ou commentaires** du directeur général, du président, des principaux responsables de la Cnam **sont repris systématiquement, de manière exhaustive**.
- **Les scripts audiovisuels / vidéos** demandés par le service de presse ou en commande automatique (scripts concernant les dirigeants de la Cnam) **sont inclus sur demande dans le panorama de presse du lendemain** (sauf mention contraire expresse du service de presse).
- **Les crises concernant la Cnam et les organismes d'assurance maladie (CPAM, CARSAT, Ugecam...)** : grèves, tensions syndicales, attaque des dirigeants, procès... feront l'objet d'une attention particulière et d'une grande vigilance de la part du prestataire, et d'une éventuelle consultation du service de presse sur l'insertion ou non d'un article problématique dans le panorama de presse.
- **Les actions des organismes locaux, relayées par la presse régionale, doivent être sélectionnées avec une grande rigueur** ; sont retenues les actions qui s'inscrivent dans la stratégie de l'Assurance Maladie comme, par exemple, les nouveaux services numériques (Mon Espace Santé, appli carte Vitale...), les actions au service de la gestion du risque, de la maîtrise médicalisée des dépenses et de la pertinence des soins, la lutte contre les fraudes, les services en santé ou programmes de prévention, le développement des téléservices...
Cette rubrique n'est pas nécessairement quotidienne.

B / Composition du panorama de presse électronique

Ce panorama est réalisé à partir d'articles issus de la presse écrite et web et intègre également les scripts audiovisuels / vidéos demandés par la Cnam ou en commande automatique.

Il s'organise en 11 grands chapitres :

1. POLITIQUE DE SANTE
2. ASSURANCE MALADIE
3. RESEAU
4. PROFESSIONNELS DE SANTE
5. MEDICAMENTS / PRODUITS DE SANTE
6. FRAUDES
7. PROTECTION SOCIALE
8. ETABLISSEMENTS DE SANTE
9. DIGITAL / OPEN DATA
10. ACCIDENTS DU TRAVAIL / MALADIES PROFESSIONNELLES
11. SANTE PUBLIQUE
12. SANTE ENVIRONNEMENTALE
13. SYSTEME DE PROTECTION SOCIALE ET DE SOINS A L'ETRANGER

Ces rubriques ainsi que l'intitulé des rubriques pourront être modifiés. De plus, selon l'actualité, une rubrique spéciale pourra être créée (PLFSS par exemple). Une attention particulière est portée sur l'organisation et le classement des articles ; tous les articles portant sur un même sujet devant être classés dans une même rubrique.

C / Les prestations à réaliser

1. Le prestataire livre et diffuse **chaque matin impérativement avant 08h00, à l'exception des week-ends et des jours fériés**, un panorama de presse sous format électronique qui couvre :
 - Presse quotidienne nationale
 - Presse professionnelle, sociale et des professions de santé
 - Presse IT web et écrite
 - Presse grand public (féminine, santé, famille, seniors...)
 - News magazines / presse économique et hebdomadaire
 - Presse Internet (principaux sites d'informations générales ou sites en santé, principaux blogs à forte audience)
 - Presse quotidienne régionale
 - Scripts (et de manière très exceptionnelle extraits audio ou vidéo) des sujets TV et radios commandés par le service de presse de la Cnam (ou en commande automatique).
2. Le prestataire **transmet par courrier électronique un exemplaire du panorama de presse à une liste définie et communiquée par la Cnam**. Cette liste comprendra **150 destinataires maximum et est sujette à des évolutions régulières**. Le panorama est également mis en ligne sur **l'outil de consultation et d'archivage** du prestataire.
3. L'accès au panorama de presse permet de consulter celui-ci dans son intégralité, d'accéder, si besoin, directement, via le sommaire, à un article spécifique et de naviguer de manière simple d'un article à l'autre. Le prestataire devra indiquer pendant combien de temps les articles une fois diffusés ou publiés restent accessibles.
Le prestataire précisera également s'il propose un **format spécifique** permettant la consultation du panorama sur **smartphone ou tablette**.
4. **Les articles du Monde qui concernent l'Assurance Maladie ou ses sujets d'intérêt sont communiqués au service de presse le plus rapidement possible dans l'après-midi, après sa publication le matin à 11 heures**, puis intégrés le lendemain matin dans le panorama quotidien.
De même, **lorsqu'un article clé, à paraître dans certains supports tels que Le Canard enchaîné, L'Express, Le Point, L'Obs, Marianne ou Mediapart, concerne l'Assurance Maladie, le prestataire s'engage à en transmettre au service de presse une copie par courrier électronique, dans des délais courts**, au plus tard le jour de la parution.

5. Le prestataire intègre dans le panorama de presse du lendemain les éventuels articles ou dépêches (AFP, APM, etc.) transmis en amont par le service de presse.
6. **Le prestataire s'acquitte des droits de reproduction électronique** pour le compte de la Cnam.

D / Éléments de volumétrie

A titre d'information, sur l'année 2025, la volumétrie des retombées facturées pour le panorama de presse de l'Assurance Maladie a été la suivante :

Famille de médias	Retombées
Agences (AFP)	1 192
PQR	1 121
PQN	1 067
Sites presse pro.	969
Sites PQN	574
TV nationales (scripts)	386
Sites FR (presse pro majoritairement)	363
Sites mag.	309
Sites TV	284
Presse Pro.	282
Radios nationales (scripts)	245
Presse Mag.	221
Sites PQR	200
PHR	169
Pure Players	163
Sites radios	128
Sites PHR	106
Radios locales (scripts)	75
TV locales (scripts)	65
Presse EU	1
Sites satiriques	1
Total	7 921

Type de médias	Retombées
Presse	4 053
Médias en ligne	2 734
Audiovisuel	771
Sites	363
Total	7 921

Le nombre de scripts a été le suivant :

Catégorie	Nombre
TV nationales	386
Radios nationales	245
Radios locales	75
TV locales	65
Total scripts audiovisuels	771

Le nombre de pages des scripts s'est élevé à 1 400 environ.

Le détail des retombées est communiqué dans le fichier Excel « Détail Retombées panorama » joint au dossier.

E / Engagements du titulaire

Le prestataire assure **une qualité de service homogène et une présence identique** tout au long de l'année, quelles que soient ses propres contraintes et quels que soient les éléments exogènes affectant la Cnam.

Le prestataire doit être en capacité de **faire face à une très forte actualité**, et garder une vigilance extrême même si la couverture médiatique est très élevée ; ce qui est souvent le cas s'agissant de l'Assurance Maladie (comme pendant l'épidémie de Covid-19, par exemple).

IV – ENVOI D'ALERTES

> Les alertes audiovisuelles

Les alertes audiovisuelles sont **accessibles en continu via une interface web** et envoyées à la Cnam par courrier électronique (sur des adresses spécifiques du service de presse – 9 personnes maximum) dans **un délai de deux heures maximum**.

Les alertes TV ou radio comprennent un **descriptif synthétique** du sujet et la possibilité d'écouter / de visualiser la séquence en streaming que ce soit depuis un ordinateur ou un smartphone.

La Cnam doit avoir la possibilité de :

- **sélectionner les scripts détaillés** de chaque alerte (en tout ou partie) et les intégrer dans le panorama de presse à J+1 ;
- **de manière très exceptionnelle et en cas de besoin, intégrer dans le panorama de presse à J+1** la vidéo / l'audio de chaque alerte ;
- **commander un enregistrement des alertes**, sujets ou émissions sur support numérique ou dématérialisé (ftp).

A titre d'information, sur l'année 2025, la volumétrie des alertes audiovisuelles a été la suivante :

Famille de médias	Retombées
TV nationales	3 734
Radios nationales	2 151
Radios locales	1 804
TV locales	1 336
Total	9 025

Le détail de ces retombées est communiqué dans le fichier Excel « Détail alertes audiovisuelles » joint au dossier.

> Les alertes concernant la presse écrite et leur déclinaison en ligne

Les alertes concernant la presse écrite dont les titres sont cités au point III.C.4 ci-dessus (Le Monde, Le Canard enchaîné et les magazines d'enquêtes cités plus haut, ainsi que les sites internet de ces médias) sont envoyées par courrier électronique dans les délais susmentionnés.

Dans la mesure du possible, ces articles sont également accessibles via une interface web.

A titre d'information, sur l'année 2025, la volumétrie des alertes print et leurs déclinaisons en ligne sur ces titres s'est élevée à **450** environ.

V – SYNTHÈSE DE PRESSE HEBDOMADAIRE

Le prestataire doit réaliser une synthèse hebdomadaire des retombées médiatiques de la semaine (ensemble des médias, y compris audiovisuels) sur l'Assurance Maladie et ses sujets d'intérêt.

Ce document synthétique, comptant 10 pages au plus, est livré au service de presse, avant 13h chaque vendredi, par mail.

La synthèse permet de délivrer une vision d'ensemble et synthétique de l'actualité marquante, des articles clés, des positions à la fois de l'Assurance Maladie mais aussi des acteurs-clés de son secteur (avec reprise des verbatim les plus significatifs ou emblématiques).

La synthèse est livrée en format Word pour pouvoir y apporter les corrections nécessaires, avec un sommaire interactif.

Elle peut être enrichie, quand cela s'avère pertinent, par des renvois vers les articles et/ou contenus sources dès lors que ces liens ne donnent pas lieu au paiement de droits de reproduction.

La synthèse de presse est destinée à être partagée sur les sites Intranet de la Cnam et plus globalement de l'Assurance Maladie et consultable par l'ensemble des collaborateurs de la Caisse nationale et du réseau de l'Assurance Maladie.

VI – OUTIL DE CONSULTATION, DE RECHERCHE THEMATIQUE ET D'ARCHIVAGE

Le prestataire devra mettre à disposition de la Cnam **un outil de consultation, de recherche et d'archivage.**

Les articles issus des panoramas de presse électroniques feront l'objet d'un **archivage d'un an minimum – avec indexation et possibilité de recherche par mots-clés et dates** - via une interface web avec accès sécurisé permettant de retrouver facilement les articles ayant traité d'un sujet précis dans les panoramas archivés.

9 utilisateurs auront accès à cet outil. L'accès à un plus grand nombre de personnes pourra être envisagé, sur demande écrite de la Cnam, et fera l'objet d'une facturation complémentaire prévue dans le bordereau de prix du marché.

VII - L'Assurance Maladie mobilisée pour une communication responsable

Pour s'inscrire dans les enjeux-clés de la transition écologique mais aussi pour maintenir un haut niveau de confiance dans les informations qu'elle délivre, l'Assurance Maladie est engagée dans une démarche de communication responsable. Cette démarche repose sur quatre piliers :

- des messages fiables et universels qui luttent contre les stéréotypes et le greenwashing, qui sont en mesure de porter des récits inspirants en faveur de la transition écologique et d'une société plus inclusive ;
- **l'éco-socio conception des supports et dispositifs qui s'attache à réduire les impacts négatifs de nos productions sur l'environnement et la société ;**
- le dialogue avec les parties-prenantes, pour connaître les attentes de nos publics et définir ensemble les objectifs de communication et les actions pertinentes pour les atteindre ;
- **l'efficacité et l'éthique des affaires qui consiste à optimiser l'usage des ressources naturelles, en veillant au respect des personnes qui interviennent au long du cycle de vie des projets ou des outils développés.**

En 2024, la Dicom a ainsi diffusé à l'ensemble du réseau communication un « Guide pour une communication plus responsable » qui s'attache à décliner les principes généraux de la communication responsable pour les appliquer aux communications de l'Assurance Maladie. Ce guide définit le cadre dans lequel l'ensemble des projets et opérations de communication doivent se placer. Il présente des outils opérationnels pour accompagner et encourager les changements de pratiques professionnelles au quotidien.

En cohérence avec la démarche de communication responsable dans laquelle l'Assurance Maladie est engagée, le titulaire du marché devra tenir compte de façon systématique des contraintes liées à la communication responsable et appliquer les standards sur les différents supports dont il aura la charge, notamment en :

- proposant des contenus qui valorisent des comportements socio-écoresponsables ;
- élaborant des contenus fiables et universels : utiles pour les intéressés, accessibles, compréhensibles et veillant à ne pas véhiculer de stéréotypes ;
- veillant à optimiser la conception et la production des dispositifs pour réduire leur impact environnemental sur l'ensemble du cycle de vie (durée de vie des livrables, poids des fichiers diffusés, etc.) ;
- produisant une mesure d'impact environnemental de la prestation réalisée.

Pour en savoir plus

Le guide de l'Assurance Maladie pour une communication plus responsable est consultable ici : <https://www.assurance-maladie.ameli.fr/qui-sommes-nous/engagements/transition-ecologique/communication-responsable/communication-responsable> mais également en annexe.