RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
Liberté
Égalité
Fraternité

CNED

Accord-cadre n°2027DG01 Recommandations créatives, conception et réalisation d'outils de communication Cas pratique

Cas pratique - Évolution et mise en œuvre du territoire graphique du Cned

Contexte

Le Cned dispose d'un territoire graphique destiné à garantir la cohérence de l'ensemble de ses communications, qu'elles soient institutionnelles, promotionnelles ou de marque employeur.

Ce territoire graphique s'appuie sur un ensemble de règles et de principes définis dans le Guide des bonnes pratiques du Cned, couvrant notamment l'utilisation des logotypes, des couleurs, de l'iconographie, des typographies ainsi que les principes de mise en page sur les supports print et digitaux.

Au fil de son déploiement, le Cned a constaté que certaines productions graphiques pouvaient conduire à des variations de son identité visuelle. Si cette diversité contribue à la richesse des prises de parole, elle peut également nuire à l'identification immédiate de la marque lorsque les éléments structurants ne sont pas suffisamment visibles ou cohérents.

Le Cned souhaite aujourd'hui renforcer la lisibilité de son territoire graphique afin que ses communications puissent être immédiatement reconnues, tout en conservant la souplesse nécessaire pour s'adapter à la diversité des publics, des objectifs de communication et des supports.

Objectif de l'exercice

À partir du territoire graphique du Cned fourni en annexe, le candidat devra :

- analyser les composantes de l'identité visuelle actuelle du Cned ;
- identifier les éléments graphiques constitutifs de la marque ;
- distinguer les éléments invariants des éléments pouvant faire l'objet d'adaptations ;
- formuler des recommandations permettant de renforcer la cohérence et la reconnaissance de la marque ;
- proposer des pistes créatives permettant de faire vivre le territoire graphique dans différents contextes de communication.

Le candidat devra démontrer sa capacité à concevoir un système graphique cohérent, adaptable et identifiable sur l'ensemble des prises de parole du Cned.

Livrables attendus

1. Note de recommandation

Contexte

Le Cned souhaite faire évoluer l'appropriation de son territoire graphique afin de renforcer la cohérence et la reconnaissance de ses prises de parole tout en conservant la capacité d'adaptation nécessaire à la diversité de ses supports, publics et objectifs de communication.

Objectif

Analyser le territoire graphique actuel du Cned et formuler des recommandations permettant d'en renforcer la cohérence, la lisibilité et la reconnaissance tout en préservant sa flexibilité d'utilisation.

Livrable attendu

Le candidat produira une note de recommandation de 4 pages maximum.

Attentes

La note devra notamment permettre :

- d'identifier les éléments constitutifs de l'identité visuelle du Cned ;
- de distinguer les éléments structurants devant être préservés des éléments pouvant évoluer selon les contextes de communication ;
- d'analyser les forces et les limites du territoire graphique actuel ;
- de formuler des recommandations visant à renforcer la cohérence, la reconnaissance et l'efficacité des prises de parole du Cned ;
- de proposer une vision permettant de faire vivre le territoire graphique dans des contextes de communication variés.

Les annexes éventuellement produites par le candidat ne seront pas prises en compte dans l'évaluation de ce livrable.

2. Applications graphiques

Les recommandations formulées dans la note devront être illustrées au travers des exercices suivants.

2.1. Exercice A – Annonce presse et Reel Instagram dans le cadre de la campagne BTS du Cned / Parcoursup

Contexte

Dans le cadre de la phase d'orientation vers l'enseignement supérieur, le Cned souhaite promouvoir son offre de BTS auprès des lycéens et étudiants. Cette prise de parole s'inscrit dans une logique de communication promotionnelle et d'acquisition.

Objectif

Décliner le territoire graphique du Cned dans un contexte de communication commerciale et promotionnelle.

Livrables attendus

Le candidat proposera :

- une annonce presse destinée à une publication de l'Onisep (format A4 pleine page) ;
- un Reel Instagram ou un Short YouTube destiné aux réseaux sociaux du Cned.

Attentes

Les propositions devront :

- répondre aux enjeux d'attractivité de l'offre BTS du Cned ;

- être adaptées aux publics visés ;
- respecter le territoire graphique et les recommandations formulées dans la note de conseil.

2.2. Exercice B – Kakémono et support de présentation institutionnels

Contexte

Le Cned participe régulièrement à des événements, rencontres et prises de parole institutionnels dans le cadre de ses missions de service public et de ses partenariats.

Les supports produits doivent respecter les principes de la charte de l'État, s'inscrire dans la continuité des productions institutionnelles du Cned et se distinguer clairement de ses prises de parole commerciales.

Objectif

Décliner le territoire graphique du Cned dans un contexte de communication institutionnelle.

Livrables attendus

Le candidat proposera :

- un visuel de kakémono format 60x200 cm;
- une slide de couverture PowerPoint.

Attentes

Les propositions devront :

- valoriser les missions et le positionnement institutionnel du Cned ;
- respecter les principes applicables à la charte de l'État ;
- garantir une identification immédiate du Cned ;
- s'inscrire dans la continuité des productions institutionnelles existantes.

2.3. Exercice C – Communication de recrutement sur LinkedIn

Contexte

Le Cned rencontre ponctuellement des difficultés de recrutement sur certains métiers et souhaite renforcer l'attractivité de sa marque employeur.

Une campagne de communication RH, réalisée pour promouvoir les opportunités professionnelles au sein de l'établissement, est mise à disposition des candidats afin d'alimenter leur réflexion.

Objectif

Décliner le territoire graphique du Cned dans un contexte de communication RH et de marque employeur.

Livrables attendus

Le candidat proposera :

- un texte de publication LinkedIn ;
- un visuel principal ;

- le cas échéant, une déclinaison complémentaire adaptée à LinkedIn.

Attentes

Les propositions devront :

- répondre à un enjeu de recrutement ;
- valoriser les spécificités du Cned en tant qu'employeur ;
- être adaptées aux usages de LinkedIn ;
- s'inscrire dans la cohérence globale des recommandations formulées dans la note de conseil.

Ressources documentaires

Les candidats disposeront des éléments suivants :

- Guide des bonnes pratiques du territoire graphique du Cned ;
- Lien vers la charte de l'État (https://www.info.gouv.fr/marque-de-letat/operateurs-et-entites-servicielles) ;
- Annonce Presse campagne BTS Parcoursup 2026 ;
- Couverture du Rapport d'activité 2025 ;
- Couverture du Plan de transition écologique du Cned ;
- Diapositive de couverture au format PowerPoint ;
- Fichier d'un kakémono au format InDesign ;
- Affiches de la campagne de recrutement du Cned ;
- Dépliant de recrutement du Cned ;
- Éléments relatifs aux implantations et aux métiers de l'établissement.

Attendu général

Les applications graphiques devront démontrer la capacité du candidat à faire vivre un même territoire de marque dans différents contextes de communication :

- communication commerciale ;
- communication institutionnelle ;
- communication de marque employeur.

Les propositions devront garantir la cohérence, la reconnaissance et la singularité des prises de parole du Cned, tout en démontrant la capacité du territoire graphique à s'adapter à des objectifs, des publics et des supports variés.