Numéro PLACE : 2024EFS-CPDL337

MARCHE PUBLIC N°

Etablissement Français du Sang Centre-Pays de la Loire
50, avenue Marcel Dassault – BP 40661
37206 TOURS CEDEX 3

Prestations de Street-Marketing pour l'Etablissement Français du Sang Centre-Pays de la Loire (EFS-CPDL)

Procédure adaptée
Articles L.2123-1 1°, R.2123-1 1°, R.2123-4, R.2123-5 et R.2123.6 du code de la commande publique

CAHIER DES CLAUSES TECHNIQUES PARTICULIERES (CCTP)

SOMMAIRE

1. CONTEXTE 3
1.1. Le rôle de la promotion du don 3
1.2. L'enjeu du recrutement et du renouvellement des générations dans la promotion du don 3
2. OBJET DU MARCHE 4
3. PRESTATIONS DE STREET-MARKETING 4
3.1. Description de la prestation 4
3.2. Mise en place de l'opération 5
3.3. Formation des mobilisateurs 10
4. SUIVI DE L'EXECUTION DU MARCHE 11
4.1 Réunion de mise en place 11
4.2. Réunions annuelles 11
5. DOCUMENTATION A FOURNIR 11
ANNEXES 11

1. CONTEXTE

1.1. Le rôle de la promotion du don

La prestation attendue est en lien avec la première activité de la chaîne transfusionnelle : le prélèvement (= la collecte) des produits sanguins auprès de donneurs de sang bénévoles.

La promotion du don locale, gérée par les sites de prélèvement constitue un élément clé pour sensibiliser le grand public et les donneurs au don de sang (sang total, plasma) ainsi que pour les informer sur les collectes de proximité (mobiles, d'entreprises, événements, etc.), dans une logique de recrutement et de fidélisation.

La communication de collecte est un élément clé de la fréquentation de collecte. Elle porte notamment sur le déploiement de tracts sur le lieu, la date et les horaires quelques jours avant la collecte.

Pour de nombreux lieux de collecte, ce déploiement est assuré par des partenaires faisant partie d'Association de Donneurs de Sang Bénévoles (ADSB) ou des correspondants de collectes locaux. Néanmoins, les maisons du don et certaines collectes ne disposent pas de relais réguliers et leur fréquentation n'est pas optimisée.

D'autre part, des actions spécifiques de recrutement et de fidélisation sont aussi organisées ponctuellement telles que la tenue de stands, l'information des étudiants lors de forums en amont d'une collecte, ainsi que des opérations de street-marketing pour soutenir la fréquentation de collectes et promouvoir les activités de l'EFS afin de renouveler nos donneurs.

Le Street marketing consiste en une sensibilisation au don de sang en face à face, en la distribution de tracts et en la prise de rendez-vous en ligne.

1.2. L'enjeu du recrutement et du renouvellement des générations dans la promotion du don

L'âge des donneurs actuels de l'EFS est en moyenne assez élevé. En effet, la majorité des donneurs de l'EFS se situe dans les tranches d'âge au-delà de 40 ans.

L'EFS doit faire face à un risque significatif de baisse potentielle de donneurs liés à plusieurs facteurs :

- ✓ La baisse de la dynamique démographique liée à la génération post « Babyboom » ;
- ✓ La dynamique actuelle de recrutement risque d'être insuffisante pour faire face à la sortie des donneurs lié à l'âge limite du don (70 ans pour le sang, 65 ans pour le plasma) et à l'évolution des comportements des plus jeunes ;
- ✓ La mobilisation au don en zones urbaines est en général plus difficile que dans les zones rurales ;
- ✓ La génération des jeunes de 18 ans à 25 ans nécessite la mise en place d'actions de sensibilisation et communication différentes des actions habituelles ;

D'autre part, le recrutement au don de sang nécessite de prendre en compte quelques spécificités :

- ✓ 96% de la population en âge de donner est d'accord pour donner mais seulement 4% effectue un don dans l'année, donc la difficulté majeure réside dans la capacité à faire concrétiser le don en dépassant les freins motivationnels et personnels de chacun ;

- ✓ Les hommes représentent 46,3 % des donneurs mais sont plus de 50 % à bénéficier de transfusions sanguines ;
- ✓ Les donneurs sont en attente de plus d'information sur les besoins et l'usage de leur don ;
- ✓ L'échange oral est un facteur clé pour concrétiser le don ;
- ✓ Les études ont montré que ce qui caractérise les donneurs n'est pas lié à des critères sociaux démographiques, ni à une disponibilité mais à un rapport positif et de confiance à la vie en général. Nos donneurs sont des personnes qui se déclarent significativement plus heureuses que la moyenne des français ;

L'ensemble de ces enjeux et données ainsi que notre expérience montre que les opérations de street marketing permettant un contact voire un échange sur le don de sang sont une occasion clé pour amener au don des personnes qui sont d'accord pour donner mais n'ont pas encore concrétisé leur don ou pas depuis longtemps. Ces opérations sont donc complémentaires à l'information sur les collectes réalisées par la pose de la signalétique et des affiches de collecte.

2. OBJET DU MARCHE

Le présent marché public a pour objet : Prestations de Street-Marketing pour l'Etablissement Français du Sang Centre-Pays de la Loire (EFS-CPDL)

La réalisation de prestations dite de « Street marketing » comporte une sensibilisation au don de sang, la distribution de tracts et la prise de rendez-vous en ligne.

Les prestations décrites dans le présent marché public ont pour objectif de :

- Faire connaître les maisons du don / collectes mobiles de l'EFS-CPDL ;
- Soutenir la fréquentation des lieux de prélèvement de l'EFS-CPDL par de l'information de collecte et de la mobilisation à proximité ;
- Donner une image attractive et conviviale du don de sang pour attirer les jeunes ;
- Recruter de nouveaux donneurs, en particulier des hommes car ils viennent moins spontanément donner leur sang ;
- Sensibiliser les donneurs aux autres types de don réalisés à l'EFS (plasma, plaquettes) ;
- Amener le prospect à s'engager pour donner (prise de rendez-vous en ligne …) ;

3. PRESTATIONS DE STREET-MARKETING

3.1. Description de la prestation

La prestation consiste en une **sensibilisation au don de sang, distribution de tracts et prise de rendez-vous en ligne**, selon les modalités suivantes :

- **Objectifs** : Animations de rue ou stands de sensibilisation avec accompagnement à la prise de rendez-vous en ligne et distribution éventuelle de tracts. Ces actions peuvent être réalisées en amont ou pendant une collecte.

  Elles doivent permettre de :

  - Sensibiliser les passants au don de sang, de plasma ;
  - Promouvoir une maison du don ou une collecte ;
  - Recruter des nouveaux donneurs ;

- Engager les donneurs via la prise d'un rendez-vous en ligne ;
- Inciter les donneurs à se rendre à une collecte en cours.

Ces actions sont réalisées dans des lieux publics, en ville, sur un marché, un supermarché, dans un établissement d'enseignement ou un campus universitaire, un camping, une plage, lors de manifestations… (liste non exhaustive). Elles se déroulent tout au long de l'année, y compris, de manière exceptionnelle, les dimanches et jours fériés.

De manière ponctuelle, l'EFS peut demander au titulaire la réalisation d'une prestation de dépose d'affiches et/ou tracts dans des commerces. Cette prestation peut être indépendante ou associée à une opération de distribution de tracts et prise de rendez-vous.

- **Application / fonctionnement** : Le mobilisateur accompagne les prospects dans la prise de rendez-vous en ligne sur le smartphone du prospect ou à l'aide de tablettes. L'EFS indique au moment de l'émission du besoin si le titulaire fournit ou non la tablette. Dans le cas où il la fournit, la quantité maximale à fournir serait de 2 au même moment pour l'ensemble de l'EFS CPDL. Cette prestation est valorisée dans le bordereau des prix unitaires

  Un stock suffisant de supports est remis en amont de la prestation au mobilisateur en charge d'exécuter la mission selon les modalités décrites à l'article 3.2 – mise en place opérationnelle. Le mobilisateur doit gérer son stock de tracts en fonction de la durée de la prestation (pas de distribution de tracts de manière « industrielle », pas de distribution dans les boites aux lettres, sur les pare brises de voitures car chaque remise de tract doit être accompagnée d'un argumentaire). La zone géographique d'intervention (liste des rues, espace à occuper, zone à couvrir…) est définie en amont de façon concertée entre l'EFS et le Titulaire. Le mobilisateur doit aller à la rencontre des passants (pas de distribution statique).

  L'EFS CPDL effectue les demandes d'autorisation de distribution dans les galeries marchandes, les établissements d'enseignement ou toute autre structure nécessitant une demande d'autorisation spécifique tels que camping, bars, les lieux publics.

  Cependant, à titre exceptionnel, l'EFS peut demander au titulaire de réaliser la demande d'autorisation de distribution.

- **Particularités :** les mobilisateurs doivent porter la tenue définie par l'EFS CPDL (Kway, T-shirts, Chasubles, casquette, bonnets**,** etc.) en fonction des prestations. Le manquement à cette obligation constitue une faute dans l'exécution des prestations et peut entrainer l'application des pénalités décrites dans le CCAP § 5.5.1.

  Dans le cadre d'opérations exceptionnelles, l'EFS CPDL peut demander le port d'une pancarte montée sur un sac à dos « Goutte » matériel léger.

3.2. Mise en place de l'opération

La mise en place des opérations se fait selon les étapes suivantes :

1) Emission du besoin par l'EFS CPDL
2) Prise en compte de la demande par le Titulaire, préconisation du Titulaire et devis associé, émission du bon de commande
3) Recrutement des mobilisateurs par le Titulaire
4) Mise en place opérationnelle de l'opération par le titulaire et l'EFS CPDL
5) Restitution des éléments fournis par le titulaire
6) Restitution : bilan prestation par le titulaire

Emission du besoin de l'EFS CPDL

L'EFS CPDL peut émettre soit un besoin pour une opération ponctuelle en un lieu, soit pour une campagne d'opérations sur une période donnée en plusieurs lieux (exemple : campagne de street collectes étudiantes de septembre à décembre).

Les demandes de l'EFS CPDL interviennent dans des délais raisonnables et propices à la bonne mise en œuvre des opérations : à minima 3 semaines avant l'opération.

Avant chaque opération, l'EFS soumet au titulaire par e-mail une demande comprenant :

- Les dates d'intervention préconisées ;
- Les lieux d'intervention préconisés ;
- Le nombre de mobilisateurs ;
- La durée de l'opération envisagée.

L'EFS CPDL peut annuler une ou plusieurs prestations planifiées. Une annulation de prestation à partir de J-2 jours ouvrés avant la prestation peut être facturée à l'EFS CPDL.

Compte tenu de ses activités, l'EFS CPDL peut demander exceptionnellement des prestations « urgentes » dans un délai inférieur à 3 semaines. Celles-ci seront envoyées par mail et signalées comme urgentes, accompagnées d'un appel téléphonique en cas de délai très urgent (24 à 48h avant l'opération).

Le Titulaire du marché indique à l'EFS CPDL la faisabilité (ou non) de la mise en place de ces prestations urgentes et très urgentes.

Prise en compte de la demande par le Titulaire, préconisation du Titulaire et devis associé, émission commande

Suite à la demande d'opération de l'EFS CPDL, le Titulaire du marché doit proposer le dispositif de Street-marketing le plus adapté et optimisé vis-à-vis du besoin formulé et du lieu d'intervention. Il doit en cela soumettre à l'interlocuteur régional de l'EFS-CPDL dans les 5 jours ouvrés maximum une offre de prestation globale (devis) justifiée par retour de mail, comportant :

- La confirmation du nombre de mobilisateurs préconisés
- Le nombre de jours et d'heures nécessaires à la bonne conduite de l'opération
- Le cout total de l'opération en € HT
- La bonne adéquation des lieux proposés par l'EFS et dans le cas contraire proposer une solution alternative. Le Titulaire a un rôle de préconisation sur les emplacements de l'opération et les circuits à emprunter. Toutefois, l'EFS CPDL se réserve le droit d'ajouter et/ou modifier le circuit préconisé et les lieux de l'opération.
- Les supports mis à disposition (tablettes, bannière de rue, sacs à dos goutte, tracts, éléments d'interpellation visuelle…)

En cas de non-respect du délai de 5 jours ouvrés maximum pré-cité, les pénalités décrites au CCAP § 5.5.1 peuvent éventuellement s'appliquer.

Sachant que le prestataire a un devoir de conseil, il ajoute tout autre élément qu'il estime pertinent dans le cadre de l'opération. Une session dure au minimum 1h30. Elle a pour terrain les lieux fréquentés par du public : centre-ville, centres commerciaux, marchés, etc.… et s'effectue en journée, étant acté que la journée peut commencer à 8h et se finir à 20h (hors évènement exceptionnel. Ex : sensibilisation pendant un match se terminant après 20h).

Cette proposition est accompagnée d'une valorisation du montant global incluant l'intégralité des coûts tel que décrit dans le bordereau des prix : **Frais de sourcing et demandes d'autorisations, gestion administrative et opérationnelle brief inclus, salaires et temps de formation des mobilisateurs, temps de récupération et de restitution du matériel, frais de déplacement du mobilisateur entre son domicile et les lieux de mobilisation et/ou de récupération si ces lieux sont dans la même agglomération que son domicile, production du bilan des prestations, frais de déplacement pour les réunions de mise en place et annuelles.**

Les prestations indiquées sur ce devis peuvent être modifiées (suppression d'un point de distribution liée à l'annulation d'une collecte, ou ajout etc…) et un nouveau devis établi corrigeant l'ancien.

L'EFS CPDL valide la proposition technique et financière du Titulaire.

Une commande officielle est envoyée au titulaire par e-mail.

Recrutement des mobilisateurs et formation des équipes par le Titulaire

L'EFS CPDL met à disposition du Titulaire une « Présentation de l'EFS et du don - Référentiel de formation » (cf annexe 1 au présent CCTP) en début de marché qui présente les principales informations à connaitre concernant l'EFS et le don de sang ainsi que le vocabulaire adapté pour en parler. Les motivations et freins au don de sang sont abordés ainsi que les principales contre-indications.

Le Titulaire s'assure de la bonne connaissance de ces informations et de la maîtrise des éléments de langage par les mobilisateurs **avant chaque opération**. Des mises à jour de ce référentiel sont effectuées et sont transmises aux mobilisateurs dès que nécessaire, a minima une fois par an.

Le titulaire sélectionne des mobilisateurs dont le profil est adapté au type de mission et sensibles aux enjeux de santé publique.

Si, en cours d'exécution du marché, il s'avère que la qualité des prestations ou l'attitude d'un ou plusieurs mobilisateurs se révèlent insatisfaisantes, l'EFS CPDL se réserve le droit, par demande écrite et motivée, d'exiger du titulaire le remplacement dudit mobilisateur.

Le titulaire recrute les mobilisateurs dans la ville de la mission ou à défaut une commune la plus proche possible de celle-ci. Si ceci n'est pas possible, le titulaire doit informer l'EFS CPDL.

Pour chaque opération, le Titulaire doit :

- Informer l'EFS CPDL du recrutement effectif des mobilisateurs et leurs caractéristiques principales (nom, prénom, coordonnées, expérience…)
- Être en mesure de justifier les connaissances des mobilisateurs du référentiel de formation EFS (questionnaires complétés, notes d'évaluation…) et de leur formation effective aux techniques de street marketing.
- Faire parvenir aux mobilisateurs le brief relatif à l'opération, préalablement envoyé par l'EFS au titulaire, et s'assurer de sa prise de connaissance par les mobilisateurs.

Par ailleurs, il est demandé au titulaire de réaliser, une fois tous les 6 mois, un contrôle inopiné d'une opération de street marketing. Le même mobilisateur ne pourra pas être contrôlé 2 fois sauf avis contraire de l'EFS. Celle-ci fera l'objet d'un rapport transmis à l'EFS dans le mois suivant le contrôle.

Mise en place opérationnelle de l'opération par le titulaire et l'EFS CPDL

La mise en œuvre opérationnelle se fait avec le service « Sensibilisation grand public » de l'EFS

CPDL et le référent du site de prélèvement.

Point local des mobilisateurs

Un point local en présentiel ou à minima téléphonique doit avoir lieu dans les 7 jours ouvrés avant chaque prestation entre l'EFS CPDL (référent du site de prélèvement concerné) et les mobilisateurs en charge d'exécuter la mission. En cas de point local en présentiel, celui-ci est organisé dans la mesure du possible juste avant la réalisation de la prestation.

Pour ce faire :

- Ce point local permet d'avoir toutes les informations précises sur le lieu de collecte et le contexte (caractéristiques du lieu et de la salle, accès, horaires, stationnements possibles, …) afin que les mobilisateurs puissent renseigner précisément les passants. Des conseils concernant les lieux adaptés de distribution des tracts peuvent aussi être apportés.
  A la suite de ce point, il est demandé aux mobilisateurs de répondre à quelques questions afin de valider leur formation relative au don de sang.
- L'ensemble des supports nécessaires à la conduite de l'opération **(tracts, bannière de rue, sac à dos « goutte », élément d'interpellation visuelle, etc.)** ainsi que les tenues à utiliser (T-shirts don de sang, gilets, casquette …) sont fournis :
  - Soit par l'envoi du matériel au mobilisateur par le titulaire, via colis.
    A titre d'exemple, le matériel envoyé à un mobilisateur pour une opération de 2H serait une casquette ou un bonnet, un tee-shirt ou un k-way et maximum 100 tracts. Au démarrage du marché, l'EFS met à disposition du titulaire un stock de matériel afin que celui-ci puisse le distribuer aux mobilisateurs selon les besoins.
  - Soit par la récupération du matériel par le mobilisateur sur un site EFS, un lieu de collecte ou un lieu de mobilisation
- Les coordonnées du référent du site de prélèvement et du service « Sensibilisation grand public » de l'EFS CPDL à contacter pour toute question ou difficulté rencontrée le jour de la prestation sont transmis au titulaire et aux mobilisateurs. Le titulaire doit communiquer de son côté le (ou les) nom(s) et coordonnée(s) des mobilisateurs.
- Les frais engendrés par ce point sur le site et la récupération du matériel sont à la charge du Titulaire. En revanche, les frais de déplacement entre le site de prélèvement de référence et le lieu de la mobilisation sont facturés ou non à l'EFS selon les modalités décrites au Bordereau des prix unitaires.

En cas de non présentation du mobilisateur au point local pré-cité, l'opération ne peut avoir lieu et les pénalités décrites au CCAP § 5.5.1 peuvent s'appliquer.

Déroulé opération

Sur chaque opération, le Titulaire s'assure du bon déroulé de la mission et du respect des clauses du marché (horaires, lieux, nombre de mobilisateurs, etc.).

A ce titre, il envoie un selfie à l'EFS CPDL une fois arrivé sur le lieu de mobilisation.

En cas de difficultés rencontrées lors de la prestation, les mobilisateurs et/ou le titulaire entrent en contact immédiatement avec le référent du site de prélèvement (par téléphone) et / ou le service « Sensibilisation grand public » afin de les informer des problématiques survenues (plan d'implantation non mis à jour, rues barrées pour cause de travaux, problèmes météorologiques, problème avec un mobilisateur, fréquentation insuffisante des lieux…) et des solutions mises en

place.

Toute modification concernant la prestation initialement prévue doit faire l'objet d'une validation écrite préalable de l'EFS CPDL via sms ou mail. Aucune modulation d'horaire ou modification de lieu de distribution des tracts ne peut avoir lieu sans accord préalable de l'EFS CPDL.

Si le cas se présente le week end et si l'EFS est injoignable exceptionnellement, le titulaire propose une alternative cohérente.

En cas d'impossibilité de la réalisation de la prestation initiale, le titulaire détaille dans son offre les actions correctives mises en place (backs up, délais associés...)

Le mobilisateur réalise également en fin de mission le ramassage des tracts qui auront été jetés sur la voie publique.

Restitution des éléments fournis

Les supports non utilisés ainsi que les tenues doivent être retournés à l'EFS selon les modalités décrites dans le brief :

- Soit par le dépôt du matériel par le mobilisateur sur un site EFS, un lieu de collecte ou un lieu de mobilisation, après confirmation lors du point local ;
- Soit par colis au titulaire dans un délai de 5 jours (envoi via un service postal ou équivalent assurant le suivi du colis, selon le tarif en vigueur appliqué au colis ou enveloppe de la taille et du poids concerné).

Dans le cas où un même mobilisateur est appelé à réaliser plusieurs opérations sur une période donnée, il n'est pas nécessaire de restituer les supports et tenues à l'EFS. La restitution n'intervient qu'à la fin de la période considérée.

En aucun cas les tenues ne doivent être utilisées à d'autres fins que les prestations objet du présent marché. Le manquement à cette obligation constitue une faute dans l'exécution des prestations.

Le Titulaire du marché est responsable du matériel prêté par l'EFS-CPDL. Un état des lieux du matériel prêté est effectué au moment du prêt du matériel et de sa restitution, il n'appartient pas au Titulaire du marché de juger de l'état du matériel prêté. Le matériel doit être restitué dans son intégralité quel que soit son état. En revanche, s'il est manifeste que le matériel rendu est détérioré suite à un manque de précaution de la part des mobilisateurs du titulaire ou si le matériel n'est pas restitué, l'EFS se laisse la possibilité d'appliquer des pénalités. Ces pénalités sont calculées à hauteur du montant engagé pour la remise en état du matériel ou de sa valeur intégrale s'il n'est pas réparable ou n'est pas restitué (cf CCAP paragraphe 5.5.1).

Bilan des prestations

Celui-ci est fourni le 10 du mois, pour le mois écoulé. Il comporte pour chaque opération :

- Rappel du dispositif ;
- Le bilan quantitatif : nombre de tracts distribués, nombre de rendez-vous pris ;
- Le bilan qualitatif : liste des mobilisateurs, conditions de réalisation (météo, horaires, affluence, lieu, etc.), cible (Réceptive ou non, perception de l'opération), problèmes rencontrés.. ;
- Profil du panel mobilisé (genre, âge, nouveau donneur, donneur endormis, etc.) ;
- Principales questions / verbatim des personnes démarchées ;
- Reportage de 5 photos environ : équipe, situation de distribution, matériel, lieu de distribution. L'EFS CPDL demande au titulaire de ne pas prendre les passants en photo,

ou flouter ceux qui apparaitraient sur les clichés transmis ;
- Analyse et recommandations : points d'amélioration, etc.… ;

Le titulaire doit également fournir pour le 10 du mois un calendrier des manifestations qui auront lieu dans les villes des Maisons du don le mois N+2. Il s'agit de manifestations dans lesquelles il peut être pertinent (thème / cible / public) d'organiser une mission de distribution de tracts.

En cas de non fourniture des documents pré-cités, des pénalités pourront éventuellement être appliquées (cf CCAP § 5.5.1).

3.3. Formation des mobilisateurs

a) Les pré-requis

Les mobilisateurs sont en mesure d'interpeller, de créer l'échange et le dialogue avec les passants et d'argumenter. Ils maîtrisent la posture et l'attitude positive, avenante et dynamique nécessaire à la rencontre et au recrutement. Il ne s'agit pas d'une démarche de « street-marketing massif », l'interactivité est au cœur de la rencontre entre le mobilisateur et le public. Par ailleurs, les mobilisateurs doivent être pleinement qualifiés dans les démarches de sensibilisation à vocation d'intérêt général. A cette fin, le Titulaire aura aussi formé le mobilisateur aux techniques de mobilisation/ sensibilisation et distribution dans les lieux publics en extérieur.

b) Leur formation au street-marketing

Le Titulaire doit garantir une prestation qualitative. Il est donc impératif que les mobilisateurs reçoivent une formation adaptée leur permettant **de maîtriser** :

- Les problématiques liées aux différents dons, selon la nature de l'opération ;
- Le contexte social et sociétal lié au don à l'EFS, au moment de l'intervention (actualité particulière, événement, contexte juridique, etc.) ;
- Le fonctionnement et les valeurs de l'EFS notamment la notion de service public, l'éthique, la gratuité, le volontariat ;
- Les éléments de langage adéquats ;
- Les questions et réponses types.

A ce titre, l'EFS met à disposition au démarrage du marché un ou plusieurs référentiels utiles au prestataire pour réaliser la formation des mobilisateurs (ex : Annexe 1 au présent CCTP).

Les mobilisateurs se doivent d'être rigoureux quant à l'apprentissage et la restitution de ces informations. Ce sont des porte-paroles et ambassadeurs de l'EFS. L'offre du titulaire contient le descriptif du parcours de formation initiale et de réactualisation des connaissances des mobilisateurs qu'il compte mettre en place dans le cadre de l'exécution du présent marché pour les nouveaux mobilisateurs et pour ceux qui interviennent de manière « récurrente ».

Afin de s'assurer de la motivation des mobilisateurs réguliers et de leur bonne appropriation des briefs, le titulaire effectue une évaluation des connaissances pour tout mobilisateurs n'ayant pas réalisé une opération dans les 3 mois écoulés ou ayant fait l'objet d'une remontée de difficultés lors d'une précédente opération.

Par ailleurs, le titulaire s'engage à réaliser une mise à jour des connaissances des mobilisateurs en fonction des actualités communiquées par l'EFS.

Le brief de l'opération doit être transmis par le titulaire au mobilisateur avant chaque prestation (exemple de brief en Annexe 2 au présent CCTP). Le brief de l'opération est accompagné d'un questionnaire d'évaluation (exemple de questionnaire en Annexe 3 au présent CCTP) pour vérifier la validation des pré-requis du / ou des mobilisateurs pour l'opération. L'EFS-CPDL peut

demander de façon aléatoire des questionnaires d'évaluation pour vérifier le niveau de qualification des mobilisateurs.

c) Leurs missions

Un mobilisateur doit sensibiliser les passants et les amener à s'engager de différentes manières :

- La formulation explicite d'un accord pour aller donner immédiatement ou prochainement sur la collecte ou la maison du don ;
- La prise de rendez-vous en ligne

Il doit par ailleurs être en mesure de guider les personnes demandeuses sur la route à suivre pour rejoindre le lieu de collecte.

Enfin, le mobilisateur doit aussi savoir optimiser son intervention en faisant appel à des techniques liées à une expertise de terrain (temps passé par passant, identification du profil du passant plus ou moins proche d'un don éventuel, réponses aux objections, …) sans faire appel à des techniques purement commerciales qui pourrait créer une pression négative ou une culpabilisation du passant.

4. SUIVI DE L'EXECUTION DU MARCHE

4.1 Réunion de mise en place

Dans les jours suivant la notification du marché, l'EFS CPDL organise avec le titulaire une réunion de mise en place à l'Etablissement Français du sang, 26 Mail Pablo Picasso, 44000 Nantes, au cours de laquelle :

- Sont identifiés les interlocuteurs des deux parties pour la réalisation des prestations ;
- Sont rappelés les modalités et le calendrier de démarrage de la prestation ;
- Sont identifiés les documents nécessaires au démarrage de la prestation…
- Est réalisé une visite des locaux de la maison du don de Nantes

4.2. Réunions annuelles

Des réunions annuelles se déroulent afin de faire le point sur l'exécution des prestations. Si besoin, des réunions intermédiaires peuvent également être mises en place à la demande du titulaire et / ou de l'EFS CPDL.

5. DOCUMENTATION A FOURNIR

La documentation demandée dans le cadre de réponse technique est fournie par le candidat/titulaire.

ANNEXES

Annexe 1 – Présentation de l'EFS et du don - Référentiel de formation
Annexe 2 - Exemple de Brief.
Annexe 3 - Exemple d'un questionnaire d'évaluation
Annexe 4 – Barème remboursement frais kilométriques