Cahier des Clauses Techniques Particulières
(CCTP)

CONSEIL, ACHAT ET EXECUTION DES PRESTATIONS DE PLAN MEDIA PLURI MEDIA
(DIGITAL ET TRADITIONNEL)
POUR TELECOM SUDPARIS ET LE CONCOURS MINES-TELECOM

1. Présentation des Entités

- **Télécom SudParis :** Grande école d'ingénieurs publique du groupe IMT (Institut Mines-Télécom), spécialisée dans le numérique, les sciences de l'information et des communications, et la transition écologique/numérique. L'école propose (a) une formation d'ingénieur généraliste sous statut étudiant et (b) une formation d'ingénieur de spécialité sous statut apprenti.
- **Concours Mines-Télécom :** Concours d'entrée commun regroupant 21 grandes écoles d'ingénieurs publiques (dont Télécom SudParis), s'adressant principalement aux élèves des classes préparatoires (CPGE).

2. Objectifs

1. **Pour Télécom SudParis**
    - **Attractivité et valorisation des formations :** Accroître la visibilité et l'attractivité des formations d'ingénieurs (généraliste et spécialité) auprès des étudiants cibles en valorisant les expertises clés de l'école (numérique responsable, cybersécurité, IA) et sa signature « *Creating a sustainable digital world* ».
    - **Préférence de marque et conversion candidats :** développer la préférence de marque pour inciter les candidats à postuler (formation de spécialité sous statut apprenti) ou à classer Télécom SudParis aux meilleurs rangs de leurs vœux de concours (formation généraliste).

2. **Pour le Concours Mines-Télécom**
    - **Visibilité du concours et valorisation de l'offre:** Promouvoir l'accessibilité et l'excellence du Concours Mines-Télécom auprès des élèves des filières scientifiques, en incarnant sa promesse « Haut potentiel d'avenir ».
    - **Engagement / Préférence candidats** : Inciter les élèves des classes préparatoires à s'inscrire au concours et à exprimer leur préférence pour les écoles du concours lors de leurs choix de vœux.

3. **Optimisation des Budgets :** Maximiser le retour sur investissement (ROI) grâce à un achat d'espace négocié et une optimisation continue des campagnes.

3. Cibles visées

1. **Pour Télécom SudParis – Formation d'ingénieur généraliste sous statut étudiant**
    - **Cible principale :** Élevés de CPGE scientifiques (MP, MPI, PC, PSI).
    - **Cible secondaire :** Prescripteurs (parents d'élèves, professeurs de prépa).
2. **Pour Télécom SudParis – Formation d'ingénieur de spécialité sous statut apprenti**
    - **Cible principale :** Étudiants en Licence scientifique / BUT / BTS et élèves de CPGE scientifiques (pour l'apprentissage et les admissions sur titres).
3. **Pour le Concours Mines-Télécom**
    - **Cible principale :** Élevés de CPGE scientifiques (MP, MPI, PC, PSI, PT, TSI, ATS et BCPST).
    - **Cible secondaire :** Prescripteurs (parents d'élèves, professeurs de prépa).

4. Périmètre des prestations attendues

Le prestataire retenu devra assurer les prestations suivantes :

4.1. Conseil et stratégie média

- Recommandation d'une stratégie média plurimédia annuelle adaptée au calendrier de recrutement de l'enseignement supérieur (de novembre à août).
- Sélection et mix des levier pertinents :
    - **Médias spécialisés Éducation / Orientation :** L'Étudiant, Le Figaro Etudiant, Studyrama, etc.
    - **Media d'influence :** Podcasts, créateurs de contenus spécialisés sciences/orientation.

4.2. Achat d'Espace et négociation

- Négociation tarifaire et réservation des espaces publicitaires auprès des régies.
- Application stricte des remises légales et transparence financière (loi Sapin).

4.3. Exécution, tracking et optimisation

- Transmission des spécifications techniques
- Suivi de campagne pour privilégier les canaux les plus performants.

Les dispositifs de tracking et de ciblage doivent être en stricte conformité avec le RGPD et les recommandations de la CNIL en matière de cookies publicitaires.

4.4. Mesure, reporting et bilan

- Livrables attendus : Bilans intermédiaires, bilan annuel consolidé, recommandations d'amélioration pour les campagnes futures.

Les indicateurs clés de performance notoriété, performance / acquisition et de conversion y seront clairement indiqués.

5. Calendrier Provisoire d'Exécution

Le marché est conclu pour une durée d'un an.

Pour le Concours Mines-Télécom

- **Phase 1 (Fin novembre-Décembre 2026) :** Période d'inscription aux concours (CPGE / SCEI) (début décembre 2026 à mi-janvier 2027)
- **Phase 2 (Mai 2027 – début Août 2027) :** Fin des écrits des concours, choix des écoles, épreuves orales des concours, fin des vœux d'écoles, premiers appels.

1. **Pour Télécom SudParis – Formation d'ingénieur généraliste sous statut étudiant**

- **Phase 1 (Mai 2027 – début juin 2027) :** Début du choix des écoles
- **Phase 2 (début juin 2027- fin juillet 2027) :** Conversion des admissibles, événements admissibles
- **Fil rouge d'attractivité et de visibilité de l'offre de formation (novembre à août)**.

2. **Pour Télécom SudParis – Formation d'ingénieur de spécialité sous statut apprenti**

- **Phase 1 (Fin novembre 2026 – Janvier 2027) :** Promotion de la formation
- **Phase 2 (Février 2027 – Mars 2027) :** Dépôt des candidatures sur https://alternance.imt.fr/

6. Livrables

- **Livrable 1 :** Plan média détaillé annuel (rétroplanning, budget par levier, KPI cibles).
- **Livrable 2 :** Kit de spécifications techniques pour les créations graphiques/vidéos.
- **Livrable 3 :** Tableaux de bord de suivi mensuel / par campagne.
- **Livrable 4 :** Document de bilan post-campagne et présentation orale lors du comité de pilotage.