**MARCHE PUBLIC DE PRESTATIONS INTELLECTUELLES**

# CAHIER DES CLAUSES TECHNIQUES PARTICULIERES

**OBJET DU MARCHE PUBLIC :**

**Création et développement des réseaux sociaux du dispositif Team Go Girls de l'Agence nationale du Sport**

**Marché à procédure adaptée**

**POUVOIR ADJUDICATEUR :**

**Agence nationale du Sport**
**4-6, rue Truillot**
**94200 Ivry-sur-Seine**
**Représentée par son Directeur général**

SOMMAIRE

PREAMBULE 3

ARTICLE 1 – OBJECTIFS ET CIBLES DU MARCHE ..... 3

ARTICLE 2 – CONTEXTE ET ENJEU ..... 3

ARTICLE 3 – LES PRESTATIONS DEMANDEES ET DELAIS D'EXECUTION ..... 5
ARTICLE 3.1. Stratégie de communication ..... 5
ARTICLE 3.2. Gestion des réseaux sociaux ..... 5

Article 4 – COMITOLOGIE ..... 6

Article 5 – REUNION DE LANCEMENT ..... 6

Article 6 – OBLIGATIONS DU TITULAIRE ..... 6

## Préambule

L'Agence nationale du Sport est désignée dans le présent document sous l'appellation « L'Agence ».

La société ou le groupement d'entreprises retenu pour l'exécution du présent marché est désigné sous le terme « le Titulaire ».

## ARTICLE 1 – OBJECTIFS ET CIBLES DU MARCHE

Le présent marché s'inscrit dans le cadre d'une consultation qui a pour objet le développement de la communication du dispositif Team Go Girls (TGG) sur les réseaux sociaux qui doivent contribuer à augmenter le nombre de collectivités territoriales participant au programme et impulser une dynamique nationale afin d'embarquer les différentes parties prenantes (participantes, associations sportives, mairies, établissements scolaires, etc.)

## ARTICLE 2 – CONTEXTE ET ENJEU

**Les enjeux du programme TGG**

**L'origine de Team Go Girls :**

Alors que l'Organisation Mondiale de la Santé (OMS) recommande aux jeunes de pratiquer 60 minutes d'activité physique par jour, seulement 7% des filles en région parisienne suivent cette recommandation, et 8% des filles de moins de 14 ans sont licenciées dans une fédération sportive. L'Agence nationale du Sport, dont l'une des missions est de favoriser la pratique d'une activité physique et sportive pour les publics les plus éloignés, porte cette ambition de rendre la jeunesse plus active, et en priorité les jeunes filles. Fort de ce constat, l'Agence s'est unie avec Nike, dans une démarche partenariale autour d'un projet dont l'objectif est de développer la pratique sportive chez un maximum de jeunes filles, âgées de 7 à 14 ans. Une brique essentielle pour construire la France sportive de demain et transmettre le goût du sport dès le plus jeune âge.

**Qu'est-ce que Team Go Girls ?**

Pensé par l'Agence nationale du Sport en collaboration avec Nike, Team Go Girls a pour ambition de lutter contre la sédentarité en amenant plus de filles sur les terrains de jeu. Au croisement des politiques sociales et sportives des collectivités locales, Team Go Girls vise à ancrer petit à petit l'activité physique et sportive des filles de 7 à 14 ans pour atteindre 60 minutes d'activité par jour à la fin du programme.

Pour lutter contre la sédentarité des jeunes filles, il faut mobiliser tous les acteurs qui interagissent avec les jeunes pour comprendre et agir efficacement. C'est ce que propose le programme Team Go Girls aux villes soucieuses de promouvoir l'activité physique des filles.

Issu d'une expérimentation de 18 mois de travail collaboratif dans 2 collectivités (Pantin & Paris 19$^{ème}$) et 10 mois d'expérience entre mai 2023 et janvier 2024 avec plus de 1200 participantes, Team Go Girls propose dans des coûts limités des solutions qui favorisent l'accès au sport des jeunes filles et avec un impact positif durable dans les quartiers.

Grâce à des outils numériques, un kit pédagogique à destination des écoles et la mobilisation du tissu associatif local, Team Go Girls vise à dépasser les barrières culturelles, sociales et de genre pour (re)mettre les filles en mouvement.

**Concrètement…**

Pensé par des filles pour des filles, Team Go Girls se démarque par son approche inclusive et bienveillante.

Le programme repose sur 3 piliers complémentaires permettant aux communes d'adapter le programme en fonction de leurs besoins en termes de politique sportive :

#1. Les défis digitaux

Le programme Team Go Girls encourage les filles à adopter un mode de vie plus actif grâce à des défis hebdomadaires adaptés aux filles âgées entre 7 et 14 ans. Ces défis incitent les joueuses à découvrir d'autres façons de bouger et des nouvelles activités physiques à intégrer dans leur routine.

#2. Les activités sportives

Le développement des activités sportives dans la ville constitue un pilier essentiel pour la promotion du sport chez les jeunes filles. Le programme s'appuie sur l'écosystème local et vient valoriser les initiatives existantes pour proposer chaque semaine des activités sportives différentes

#3. La mallette pédagogique

Team Go Girls a collaboré avec Play International, une ONG pionnière dans l'éducation par le sport et l'activité physique. La mallette propose un support éducatif et participatif à destination des enseignants de cycle 3 permettant une continuité éducative dans un programme territorial qui fait bouger les filles.

**Un déploiement à l'échelle nationale :**

Forte de sa belle expérience francilienne, la Team Go Girls a confirmé son ambition de voir les choses en grand. Après avoir créé son guide pratique digital à destination des collectivités, la Team Go Girls est entrée dans une phase de déploiement à l'échelle nationale au mois de septembre 2024. Comment? En proposant aux villes de lancer le dispositif en autonomie sur leur territoire, tout en bénéficiant de l'accompagnement de l'Agence nationale du Sport et Nike.

Un objectif clair :

- 100 villes/70k de participantes d'ici fin 2027

## ARTICLE 3 – LES PRESTATIONS DEMANDEES ET DELAIS D'EXECUTION

### ARTICLE 3.1. Stratégie de communication

Objectif : Définir une stratégie de communication impactante avec un storytelling qui donne envie aux filles, aux familles, aux associations, aux villes et à toutes les parties prenantes de rejoindre l'aventure Team Go Girls. Canaux de diffusion actuels (Instagram, Facebook 1 LinkedIn) à challenger.

Canaux de communication :

- Quels réseaux choisir pour rendre la stratégie efficace ?

Instagram, LinkedIn, Facebook, Tiktok , Snapchat, etc

Direction artistique (DA):

A) La DA doit obligatoirement respecter la chartre graphique Team Go Girls ;

B) Recommandation de tone of voice. Une bonne connaissance et compréhension des principaux publics cibles du programme Team Go Girls (filles âgées de 7 à 14 ans & mairies) est requise

La stratégie de communication Team Go Girls devra être proposée au plus tard 15 jours suivant l'envoi du bon de commande et devra couvrir la période allant de janvier 2027 à juin 2027.

### ARTICLE 3.2. Gestion des réseaux sociaux

Objectif : Gestion des réseaux sociaux Team Go Girls comprenant la planification et la publication régulière d'au moins deux publications permanentes et deux publications éphémères (stories) par semaine. La fréquence et la cohérence des publications doivent permettre d'optimiser la stratégie.

De plus, un bilan mensuel des prestations en français et en anglais devra être délivré tous les 30 du mois. Ce bilan doit comporter les indicateurs de performance quantitatifs et qualitatifs. Il est attendu du Titulaire qu'il soit moteur dans la proposition des indicateurs de performance.

La gestion des réseaux sociaux Team Go Girls devra démarrer au plus tard dans les 15 jours suivant l'envoi du bon de commande et devra couvrir la période allant de janvier 2027 à juin 2027. Un bon de commande spécifique sera transmis au titulaire le cas échéant pour couvrir la période de juin 2027 à juillet 2028.

## Article 4 – COMITOLOGIE

L'Agence nationale du Sport et Nike solliciteront la tenue d'un comité de pilotage hebdomadaire.

## Article 5 – REUNION DE LANCEMENT

Une fois le marché notifié, le Titulaire devra obligatoirement participer à une réunion de lancement avec l'Agence nationale du Sport et Nike. Cette réunion de lancement ne fait pas l'objet d'une rémunération spécifique.

## Article 6 – OBLIGATIONS DU TITULAIRE

Le Titulaire devra respecter la charte graphique de Team Go Girls.

La mise en œuvre de chaque étape des prestations telle que décrite au sein de l'article 3 du présent CCTP devra être validée, en amont, par l'Agence nationale du Sport.

Le Titulaire est informé, qu'il pourra être amené, et notamment pendant les évènements sportifs majeurs, à réaliser des prestations en travail le week-end.