Caisse nationale de solidarité pour l'autonomie

Direction de l'information des publics et de la communication (DIPCOM)

Cahier des clauses techniques particulières (CCTP)

Conception-création et réalisation de dispositifs hors médias (supports print, web et numériques)

SOMMAIRE

ARTICLE 1 : OBJET DE LA CONSULTATION 5

ARTICLE 2 : CONTEXTE DE L'ACCORD-CADRE 6

2.1 Présentation générale et contexte 6

2.1.1 Présentation de la CNSA
2.1.2 Missions de la direction de l'information des publics et de la communication (DIPCOM) de la CNSA

2.2 Les enjeux 8

2.2.1 Promouvoir la nouvelle marque de la branche Autonomie, organisme de Sécurité sociale
2.2.2 Promouvoir l'information et les services disponibles sur une plateforme unique

2.3 Les supports et actions de communication existants et en cours 10

2.3.1 Les sites internet
2.3.2 Les réseaux sociaux
2.3.3 Les supports Print
2.3.4 Les relations presse
2.3.5 Les événements
2.3.6 Les campagnes de communication grand public
2.3.7 Les plans de communication thématique
2.3.8 L'animation du Cercle des communicants du Service public de l'autonomie
2.3.9 La production de vidéos
2.3.10 Le facile à lire et à comprendre

2.4 L'enjeu de l'accessibilité 13

ARTICLE 3 : GENERALITES 15

3.1 Remarques applicables à l'ensemble du présent document 15

3.2 Collaboration entre les lots

3.3 Collaboration entre les titulaires des lots 1, 2, 3 et 4 de l'accord-cadre « communication globale » 16

3.4 Collaboration entre les titulaires du présent accord-cadre et du lot 3 et le titulaire de l'accord-cadre « Impression » de la CNSA

ARTICLE 4 : DESCRIPTION DES PRESTATION ATTENDUES : CONCEPTION / CREATION ET REALISATION DE DISPOSITIFS HORS MEDIA (CHARTE GRAPHIQUE, SUPPORTS PRINT, WEB ET NUMERIQUES) 18

4.1 Prestations de conception, production ou évolution de charte graphique ou éditoriale 18

4.2 Prestation de conception-création et réalisation de supports print 19

4.3 Prestations de conception-création et réalisation de supports numériques et web 20

4.3.1 Création graphique et production de contenus pour les environnements numériques

4.3.2 Animation social media

ARTICLE 5 : CLAUSES ENVIRONNEMENTALES ET SOCIALES 21

ARTICLE 1 : OBJET DE LA CONSULTATION

Le présent accord-cadre a pour objet la conception-création et réalisation de dispositifs hors médias (supports print, web et numériques) pour la Caisse nationale de solidarité (CNSA).

Il correspond au lot 2 de l'accord-cadre communication globale de la CNSA.

Le rôle d'expertise et d'animation de réseau de la CNSA ainsi que sa mission d'information des publics impliquent l'échange et la diffusion des connaissances produites aux personnes âgées, aux personnes handicapées et leurs proches, d'une part, aux partenaires, d'autre part.

La communication est étroitement articulée avec le programme de travail général de la CNSA.
L'information, qu'elle soit institutionnelle, technique ou à l'attention du grand public, et l'appui à l'animation des réseaux constituent le socle de la communication de la CNSA.
Elle se décline comme suit : la conception-création et réalisation de dispositifs hors médias.

ARTICLE 2 : CONTEXTE DE L'ACCORD-CADRE

2.1 Présentation générale et contexte

La création de la branche Autonomie de la Sécurité sociale a conduit la Caisse nationale de solidarité pour l'autonomie (CNSA) à renforcer progressivement son rôle d'acteur national de référence sur les enjeux de l'autonomie, du handicap et du grand âge. Dans le cadre de la Convention d'objectifs et de gestion 2027-2031, la CNSA poursuit son ambition de rendre les droits, les aides, les services et les politiques de l'autonomie plus lisibles, plus accessibles et plus équitables pour l'ensemble des publics concernés.

Cette ambition s'inscrit dans un contexte marqué par l'évolution des besoins liés au vieillissement de la population, aux enjeux d'inclusion des personnes en situation de handicap, au développement de la prévention de la perte d'autonomie ainsi qu'à la nécessaire attractivité des métiers de l'accompagnement. La communication constitue à ce titre un levier stratégique au service de la connaissance des droits, de l'accès aux dispositifs, de l'évolution des perceptions et de la mobilisation des différents acteurs de l'écosystème de l'autonomie.

La période couverte par le présent accord-cadre sera également marquée par une évolution de l'architecture de marque et des dispositifs de communication de la CNSA, avec la perspective du déploiement d'une marque unifiée destinée à renforcer la cohérence, la lisibilité et l'impact des prises de parole de la branche Autonomie.

2.1.1 Présentation de la CNSA

Elle gère la branche Autonomie de la Sécurité sociale. Elle sécurise le financement des aides à l'autonomie et renforce l'équité d'accès aux aides à l'autonomie des personnes âgées et des personnes en situation de handicap. La prévention de la perte d'autonomie et des surhandicaps et leur compensation, c'est-à-dire la mise en œuvre d'aides pouvant faciliter la vie au quotidien, sont au cœur de sa mission.
La CNSA s'appuie sur les agences régionales de santé (ARS), les conseils départementaux et les maisons départementales des personnes handicapées (MDPH) ou les maisons départementales de l'autonomie (MDA) pour mener son action en faveur de l'aide à l'autonomie des personnes âgées, des personnes en situation de handicap et de leurs proches aidants.

La CNSA a pour mission de :

- gérer la branche Autonomie de la Sécurité sociale,
- distribuer le budget consacré aux aides pour les personnes âgées ou en situation de handicap et en sécuriser le financement,
- améliorer la lisibilité et l'efficience des politiques de l'autonomie et du grand âge,
- renforcer l'équité d'accès aux aides à l'autonomie des personnes âgées et des personnes en situation de handicap,
- informer sur les droits et les aides pour faire face à la perte d'autonomie,
- soutenir la recherche sur le handicap et le grand âge,
- mener une réflexion sur les politiques de l'autonomie et le grand âge.

En 2022, l'État et la CNSA ont signé une convention d'objectifs et de gestion (COG) pour la période 2022-2026. Son rôle : définir les objectifs de la Caisse en tant que branche Autonomie de la Sécurité sociale, les moyens de fonctionnement et les actions pour les atteindre. La prochaine programmation pluriannuelle en cours de négociation couvrira la période 2027-2031.

2.1.2 Missions de la direction de l'information des publics et de la communication (DIPCOM) de la CNSA

La direction de l'information des publics et de la communication conçoit et met en œuvre la politique d'information et de communication de la CNSA.

Elle est garante de la qualité et de la cohérence de l'information et elle assure les missions suivantes :

- Garantir l'accès à une information fiable, accessible et de qualité sur les droits et les démarches à accomplir, les acteurs impliqués, les établissements et services.
- Développer l'offre de services personnalisés (demande d'aide, suivi de son dossier) permettant d'autonomiser les personnes et orienter vers les professionnels en charge de l'accompagnement des personnes.
- Diffuser les connaissances du champ de l'autonomie en valorisant les productions de la Caisse et les chantiers structurants conduits avec l'ensemble de ses partenaires.
- Mettre en visibilité la branche Autonomie sur tout le territoire dans un souci d'équité et d'accessibilité.
- Construire un réflexe de marque publique, quand un citoyen pense retraite il pense Assurance retraite (emploi → France Travail, santé → Ameli…). Notre enjeu : handicap, vieillissement, aidance → notre marque.

La DIPCOM s'adresse à l'ensemble des publics suivants :

Publics bénéficiaires :
- personnes âgées,
- personnes en situation de handicap,
- proches aidants,
- futurs bénéficiaires.

Publics relais :
- associations,
- MDPH/MDA,
- conseils départementaux,
- professionnels médico-sociaux,
- professionnels de santé.

Publics prescripteurs :
- élus,
- parlementaires,
- administrations,
- acteurs territoriaux,
- organismes de protection sociale.

Publics d'influence :
- journalistes,
- experts,
- chercheurs,
- créateurs de contenus,
- communautés numériques.

Pour atteindre ses cibles, la communication de la CNSA veille à l'accessibilité de l'information pour tous : accessibilité universelle de l'information et accessibilité numérique, Facile à lire et à comprendre, traduction des contenus en langue des signes française (LSF), sous-titrage des contenus audiovisuels. Elle s'emploie à promouvoir l'accessibilité auprès de l'ensemble des partenaires.

Cette exigence implique non seulement le respect des normes d'accessibilité de l'information et des services numériques, mais également l'adaptation des formats, des messages, des parcours et des dispositifs de communication à la diversité des situations de vie, des usages médiatiques et des niveaux de maîtrise du numérique des publics concernés.

2.2 Les enjeux

2.2.1 Promouvoir la nouvelle marque de la branche Autonomie, organisme de Sécurité sociale

En 2022, la branche Autonomie a été lancée sous la marque Service public de l'autonomie avec, pour premier objectif, de fédérer l'ensemble des acteurs qui la composent : les conseils départementaux, les Maisons départementales des personnes handicapées (MDPH) /Maisons départementales de l'Autonomie (MDA), les Agences régionales de santé (ARS) et la CNSA. La marque Service public de l'autonomie a signé les campagnes de promotion des sites *Pour les personnes âgées* et *Mon parcours handicap* mais n'a jamais fait l'objet de communication auprès du grand public en tant que telle.

Dans un objectif de simplification, de rationalisation budgétaire et de meilleure identification par les citoyens français, les marques CNSA et Service public de l'autonomie fusionneront à court terme sous l'appellation « L'assurance autonomie », à l'instar de « L'assurance retraite » et de « L'assurance maladie ».

L'évolution de la marque de la branche Autonomie nécessitera la mise en œuvre d'une campagne de communication visant à installer sa notoriété, à faire connaître son identité et à affirmer son positionnement comme référence publique concernant les sujets liés à l'autonomie dans un environnement de protection sociale.

Déclinée sur différents canaux de communication, elle contribuera à faire émerger une marque forte, identifiable et fédératrice, capable d'incarner l'ensemble des sujets portés par la branche Autonomie.

Des actions de communication et d'information sponsorisées spécifiques seront menées afin de :

- permettre aux usagers d'identifier la branche Autonomie comme acteur référent dans leurs parcours,
- permettre aux différents acteurs de la branche Autonomie de se reconnaître entre eux.

La communication de la CNSA vise à accompagner l'émergence d'une marque publique de référence dans le champ de l'autonomie, capable de constituer un repère identifié, légitime et immédiatement reconnaissable pour les citoyens, à l'instar des grandes marques de service public que sont aujourd'hui « l'Assurance Maladie », « L'Assurance retraite » ou « France Travail ».

2.2.2 Promouvoir l'information et les services disponibles sur une plateforme unique

Afin de promouvoir ses sites d'information (Pour-les-personnes-agees.gouv.fr et MonParcoursHandicap.gouv.fr) et ses réseaux sociaux à l'attention du grand public, la CNSA mène depuis plusieurs années des campagnes de communication et d'information : digitales, radio, TV, presse...

En complément, en 2024 et en 2025, une campagne de communication nationale sur le thème des aidants a également été confiée par les pouvoirs publics à la CNSA dans le cadre de la 2e stratégie Agir pour les aidants 2023-2027.

En 2027, la CNSA envisage de créer une plateforme unique de l'autonomie dans une logique de simplification des parcours usagers et de renforcement de la cohérence de l'offre numérique de la branche Autonomie.

Elle aura pour ambition de réunir au sein d'un même portail les services aujourd'hui proposés par CNSA.fr, Pour-les-personnes-agees.gouv.fr et MonParcoursHandicap.gouv.fr, afin d'offrir aux personnes âgées, aux personnes en situation de handicap, à leurs aidants et aux professionnels un point d'entrée unique, plus simple et plus lisible.

Ce projet s'inscrit dans la volonté de la branche Autonomie de proposer des parcours d'information harmonisés, des contenus fiables et accessibles, et une identité unifiée de la branche autonomie, pour faciliter et simplifier l'accès aux droits, à l'orientation et aux services, quel que soit le public concerné.

Le lancement de cette nouvelle plateforme fera l'objet d'un plan de communication afin d'assurer sa notoriété, d'expliquer son positionnement et de faciliter son appropriation par les différents publics concernés.

Des actions d'information et de promotion de la nouvelle plateforme devront être déployées auprès des personnes âgées, des personnes en situation de handicap, de leurs aidants, mais également des professionnels et partenaires de l'autonomie. L'objectif sera de :

- faire connaître ce nouveau point d'entrée unique, les services qu'il propose et les bénéfices qu'il apporte en matière de simplification des parcours d'information,
- garantir une transition fluide vers la nouvelle plateforme et à favoriser son adoption par l'ensemble des usagers comme réflexe d'information sur les droits, les démarches et les solutions liées à l'autonomie, limiter les risques de désorientation des usagers,
- poursuivre la mission d'information, d'orientation, de sensibilisation des publics,
- renforcer l'identification de la branche Autonomie comme source de référence en matière d'information, d'orientation et d'accès aux droits.

2.3 Les supports et actions de communication existants et en cours

2.3.1 Les sites internet et les newsletters

Le site internet institutionnel www.cnsa.fr occupe une position centrale dans le dispositif de communication et d'information de la Caisse. Il est centré à la fois sur les métiers de la CNSA et tourné vers les actions et le terrain pour répondre aux attentes des utilisateurs. Il s'adresse aux professionnels des secteurs social, sanitaire et médico-social, cœur de cible de la Caisse.

Le site internet grand public www.pour-les-personnes-agees.gouv.fr, créé en juin 2015, répond à la mission d'information des personnes âgées et de leurs proches : aides financières, solutions d'hébergement, aides à domicile, annuaires, comparateur des prix et restes à charge en EHPAD, indicateurs de qualité de service en établissements... Le site compte en 2025 près de 10 millions de visiteurs.

Le site internet grand public www.monparcourshandicap.gouv.fr, créé en 2020, est une plateforme d'information, d'orientation et de services pour les personnes en situation de handicap et leurs aidants. Enrichi chaque année, le site propose des contenus informationnels et serviciels sur le parcours de vie des personnes en situation de handicap (scolarité et études supérieures, emploi, formation, logement, sport, vie intime, parentalité, prévention des violences, transports, vie sociale et culturelle…). Un espace connecté est également proposé aux usagers. Le site compte en 2025 plus de 7,2 millions de visiteurs.

Des campagnes d'e-mailings (via l'outil DoList) avec des modèles de templates intégrés.

2.3.2 Les réseaux sociaux

- Compte @CNSA_actu sur X
- Linkedin (https://www.linkedin.com/company/caisse-nationale-de-solidarit-pour-l'autonomie/?viewAsMember=true)
- Page Facebook Pour les personnes âgées
- Compte Instagram Mon parcours handicap
- Chaine Youtube existante et future chaine à venir

2.3.3 Les supports Print

Les publications de la CNSA ont pour objet la diffusion de travaux conduits par ou pour la CNSA, des bilans et des rapports d'activité (rapport d'activité des MDPH, bilan des Conférences des financeurs de la prévention de la perte d'autonomie, bilan de l'évolution de l'offre médico-sociale…). Ce sont majoritairement des supports d'information technique, en appui de l'animation de réseau (*Les cahiers pédagogiques de la CNSA*).

Des publications institutionnelles (*Rapport annuel de la CNSA*, *Convention d'objectifs et de gestion Etat-CNSA*) complètent les éditions avec des supports d'information « tout public » qui s'adressent à des publics non spécialistes (*Les chiffres clés de l'autonomie, L'essentiel de la CNSA*).

L'outillage des réseaux : kits de communication (affiches, dépliants, kakémonos, visuels réseaux sociaux, signature de mail.), chartes graphiques, création de logos…
Les kits de communication sont mis à disposition des réseaux via le site internet, sur l'espacé extranet (accès privé) et via les lettres d'information du Cercle des communicants du Service public de le l'autonomie.

Toutes les publications sont recensées dans le catalogue des publications et disponibles sur le site www.cnsa.fr, rubrique « documentation et outils ».

2.3.3 Les relations presse

La CNSA est en relation régulière (demandes spontanées, communiqués de presse) avec les journalistes concernés par le secteur médico-social (presse généraliste et presse spécialisée). Interviews et informations sont données sur tous les champs de compétence de la CNSA et de la branche Autonomie.

Les retombées presse se répartissent entre 75% pour la presse professionnelle/institutionnelle et 25% pour la presse grand public. L'objectif presse 2026/2027 est de rééquilibrer cette répartition.

Une conférence de presse de rentrée est organisée chaque année en janvier/février associant la direction de la CNSA et la présidence du Conseil.

La CNSA est accompagnée dans ses relations presse par une agence de relations presse.
Des partenariats avec des supports de presse pour diffuser une information adaptée aux divers publics visés peuvent également être mis en œuvre. Ils visent les professionnels et associations du secteur médico-social ainsi que les personnes en perte d'autonomie et leurs proches.

2.3.4 Les événements

Une **charte événementielle** permet de différencier les rencontres institutionnelles, thématiques ou techniques organisées par la CNSA : par exemple *Les rencontres CNSA recherche et innovation*, les journées techniques organisées par les directions métiers ou des établissements et services (séminaires des directeurs des MDPH…), les colloques thématiques.

Les directions disposent pour chaque type d'événement d'un kit de communication allant du simple marquage à l'édition d'un power point, en passant par l'affiche, l'invitation programme, le kakemono ou le bloc note.

- **Les rencontres CNSA Recherche et Innovation**

Les 7*es rencontres CNSA* Recherche & Innovation ont eu lieu en novembre 2025 en distanciel et en direct depuis un studio d'enregistrement. Cette rencontre était consacrée à la thématique des professionnels de l'autonomie au travail. Le studio d'enregistrement est habillé aux couleurs de cet événement.
Pour en savoir plus : https://rencontres-recherche-innovation-cnsa.fr/

- **Les salons**

La CNSA est présente chaque année sur un salon - choisi en fonction de l'opportunité de la stratégie de communication annuelle - avec la réalisation d'un stand. Depuis 2023, la CNSA participe au Salon des maires et des collectivités locales pour informer les décideurs politiques locaux sur la branche Autonomie et ses actions. Cette présence vise également à donner de la visibilité à l'identité de la Branche autonomie. La présence sur les éditions précédentes du SMCL de la CNSA / Service public de l'autonomie s'explique également par la perspective de la généralisation du Service public départemental de l'autonomie encore en cours.
La participation de la CNSA à d'autres salons du secteur, (Salon des aides à la personne, Autonomic, Santexpo, …) est étudiée en fonction des opportunités de prises de parole, en lien avec les directions « métiers » et les partenaires de la CNSA.

2.3.5 Les campagnes de communication grand public

Afin de promouvoir ses sites d'information à l'attention du grand public, la CNSA mène chaque année des campagnes de communication. Depuis 2023, ces campagnes sont signées Service public de l'autonomie et respectent le système design de l'Etat. Elles assurent la promotion des 2 sites officiels d'information Pour-les-personnes-agees.gouv.fr et MonParcoursHandicap.gouv.fr.
Il est à noter que 2024 sera marquée, en septembre et octobre, par la réalisation d'une campagne de communication nationale sur le thème des aidants. Cette campagne est confiée par les pouvoirs publics à la CNSA dans le cadre de la 2e stratégie Agir pour les aidants 2023-2027. Ce sera la troisième campagne signée service public de l'autonomie.

Les dispositifs de ces différentes campagnes de communication reposent sur la production de supports de communication grand public (affiches, dépliants, bannières, spots vidéo) avec l'appui des partenaires pour la diffusion.
Pour les dimensions média et hors média de ces campagnes, la CNSA adhère au groupement d'achat d'espace du Service d'information du gouvernement relatif au *Conseil média, achat d'espace et montage de partenariats médias* renouvelé en 2022.

2.3.6 Les plans de communication thématiques

La direction de l'information des publics et de la communication intervient également sur la mise en œuvre de plans de communication spécifiques (publication sur les sites, relations presse, édition, dispositifs réseaux sociaux, vidéos) en direction des publics institutionnels et professionnels, en appui des directions métiers, dans le cadre par exemple :
des conférences des financeurs, du programme ESMS numérique, de la réforme budgétaire SERAFIN-PH, de l'appui aux équipes médico-sociales en charge de l'allocation personnalisée d'autonomie (APA) dans les départements, de l'aide aux aidants, de la lutte contre l'isolement, etc.

2.3.7 L'animation du Cercle des communicants du Service public de l'autonomie

Depuis 2023, la DIPCOM de la CNSA s'appuie sur un réseau de professionnels ayant des fonctions de communication (chargés de communication, chargés d'accueil et d'information, directeurs communication, attachés de presse…) au sein des acteurs de la branche Autonomie : les agences régionales de santé, les conseils départementaux, les maisons départementales des personnes handicapées, les maisons départementales de l'autonomie. Cibles relais, le rôle de la DIPCOM est d'outiller ces professionnels de terrain et des usagers dans un objectif d'informations sur les droits et les services concernant la perte d'autonomie.
La DIPCOM de la CNSA organise régulièrement des webinaires sur différentes thématiques dans le but de faire remonter les besoins pour coconstruire les dispositifs de communication.
L'enjeu d'une communication harmonisée, garante de l'équité et d'une information claire et accessible, signée Service public de l'autonomie, est primordial pour installer l'identité de la branche Autonomie auprès des usagers et des professionnels qui en sont les ambassadeurs. Aussi, l'ensemble des outils de communication sont systématiquement proposés en version nationales et en versions personnalisables pour faciliter l'appropriation et la diffusion locale des messages.
L'agilité dans la mécanique de production nationale adaptée aux territoires et la capacité à embarquer des réseaux sont un impératif.

2.3.8 La production de vidéos

La DIPCOM produit et réalise des vidéos pour illustrer les actions de la Caisse, animer ses réseaux sociaux, soutenir les interventions des experts et des directeurs lors de colloques ou de conférences, venir en appui d'une formation, donner la parole à ses agents et aux acteurs du secteur de l'autonomie.

L'utilisation de la vidéo – sous forme d'animation, d'interview ou de reportage-terrain – s'est développée ces dernières années. Son déploiement est amené à se poursuivre pour répondre aux tendances actuelles.

Tous les contenus des vidéos respectent les exigences d'accessibilité du RGAA : sous-titrage, vidéo-traduction en langue des signes française. Hébergées sur le compte YouTube de la CNSA|Service public de l'autonomie, les vidéos sont disponibles en ligne sur les sites de la CNSA.

2.3.10 Le facile à lire et à comprendre

La direction de l'information des publics et de la communication intervient également sur la rédaction de fiches en FALC mises à disposition sur ses différents sites.
Elles sont réalisées par un Esat (établissement et service d'aide par le travail) prestataire, spécialisé en transcription FALC, et traduites par et pour les personnes en situation de handicap, conformément aux règles de qualité du FALC.

2.4 L'enjeu de l'accessibilité

L'accessibilité de l'ensemble de ses supports de communication est une exigence forte de la CNSA. L'ensemble des documents produits par le candidat retenu (print et web) devront être 100% accessibles conformément aux règles du RGAA. Un audit de conformité sous forme de rapport PAC (PDF Accessibility Checker, le logiciel de vérification des fichiers PDF de référence) doit être fourni à la livraison du produit final. Sur certaines publications de référence telles que le rapport annuel, les chiffres clés, le rapport de branche de la CNSA, par exemple, un audit réalisé par un organisme agréé pourra être imposé au titulaire, à ses frais, s'il ne répond pas aux exigences d'accessibilité (si pas de compétences *ad hoc* identifiées dans l'équipe interne). Le titulaire, s'il n'est pas formé à l'accessibilité numérique des différentes productions, s'engage à suivre une formation dans les meilleurs délais afin de répondre aux productions ou aux demandes de mise en accessibilité.

La CNSA s'engage depuis sa création en 2005 à assurer un même niveau d'information à tous, avec une attention particulière aux publics pour lesquels elle œuvre (personnes handicapées et personnes âgées). Pour ses sites et applications web, elle s'engage dans une démarche de respect des règles d'accessibilité établies au niveau international (« Web Content Accessibility Guidelines (WCAG) ») et reportées dans le Référentiel général d'accessibilité des administrations (RGAA) porté par la direction interministérielle du numérique (DINUM). Comme exigé par la loi, la CNSA a publié son deuxième schéma pluriannuel d'accessibilité pour la période 2025-2027 les plans d'actions annuels associés, le dernier étant le plan annuel 2026.

La CNSA effectue une veille juridique sur l'accessibilité numérique et s'engage à respecter et à faire appliquer la loi. Elle s'appuie notamment sur les principaux textes juridiques qui encadrent l'accessibilité numérique suivants :

- L'article 47 de la loi n°2005-102 du 11 février 2005 pour l'égalité des droits et des chances, la participation et la citoyenneté des personnes rend obligatoire à tout service de communication publique en ligne d'être accessible à tous.

- La directive européenne 2016/2012 du 26 octobre 2016 relative à l'accessibilité des sites internet et des applications mobiles des organismes du secteur public exige que les États membres veillent à ce que les organismes du secteur public prennent les mesures nécessaires pour améliorer l'accessibilité de leurs sites internet et de leurs applications mobiles.

ARTICLE 3 : GENERALITES

3.1 Remarques applicables à l'ensemble du présent document

Les charges liées à la gestion et au suivi des prestations et à celles de la documentation sont considérées par la CNSA comme implicitement intégrées aux charges de chaque prestation commandée sans qu'il soit nécessaire de le préciser pour chacune.

L'ensemble des fichiers sources sont attendus à la livraison de la production finale.

Pour toutes les prestations qui ne sont pas régulières, une expression de besoins (ou brief) sera envoyée par la CNSA au titulaire. Le brief comprend notamment :

- le contexte,
- la problématique,
- les publics visés,
- le livrable attendu,
- le délai au plus tard de remise du livrable.

3.2 Collaboration entre les lots

La présente consultation fait l'objet d'une relance du lot 2 d'un accord-cadre de communication globale qui comprenait 4 lots.
Cet accord-cadre avait pour objet de bâtir et mettre en œuvre une stratégie de communication globale couvrant l'institutionnel, le grand public et l'appui de l'animation des réseaux de la CNSA.
L'accord-cadre (toujours en vigueur à la date de publication de la présente consultation) était alloti de la façon suivante :

- Lot 1 : Conseil en communication stratégique et opérationnel, conception-création et réalisation de dispositifs 360 dans le cadre d'une campagne média.
- Lot 2 : Conception-création et réalisation de dispositifs hors médias (supports print, web et numériques).
- Lot 3 : Conception et production de reportages photos.
- Lot 4 : Conception, production et traduction en langue des signes française de contenus multimédias et vidéos.

D'une façon générale, tous les lots sont amenés à collaborer entre eux ainsi qu'avec les autres titulaires des marchés de la direction de l'information des publics et de la communication (DIPCOM) de la CNSA :

- Impression des supports de communication, papèterie et fournitures administratives
- Impression de papeterie et fournitures administratives
- Impression de supports de communication, brochures et ouvrages
- Achat d'espaces publicitaires du service d'information du gouvernement (du 1er janvier 2022 au 31 décembre 2026)
- Prestations de transcription, de création et de test de documents réalisés selon la méthode facile à lire et à comprendre (FALC)
- Création de supports vidéos / podcast
- Accessibilité numérique des publications mises en ligne et sensibilisation à l'accessibilité numérique
- Etudes et tests utilisateurs
- Evénementiel.

3.3 Collaboration entre les titulaires des lots 1, 2, 3 et 4 de l'accord-cadre « communication globale »

Description des prestations du lot 1 : Conseil en communication stratégique et opérationnel, conception-création et réalisation de dispositifs 360 dans le cadre d'une campagne média.

Description des prestations du lot 2 (du présent accord-cadre) : Conception-création et réalisation de dispositifs hors médias (charte graphique, supports print, web et numériques).

Description des prestations du lot 3 : Conception et production de reportages photos, tirages.

Description des prestations du lot 4 : Conception, production et traduction en LSF de contenus multimédias et vidéos.

Les titulaires des lots 1, 2, 3 et 4 sont amenés à échanger sur les contraintes techniques imposées par l'incrustation d'images ou de vidéos en ligne.
Les prestations relatives à la production de photos et vidéos dans le cadre d'une campagne de promotion sont attribuées au titulaire du lot 1. Hors campagne, ces prestations relèvent des titulaires des lots 3 et 4.

3.4 Collaboration entre les titulaires du présent accord-cadre et du lot 3 et le titulaire de l'accord-cadre « Impression » de la CNSA

Le titulaire du présent accord-cadre (ex-lot 2) sera amené à travailler en collaboration avec le titulaire du lot 3 de l'accord cadre « communication globale » ainsi qu'avec les titulaires de l'accord-cadre impression de la CNSA.
Attention, il devra tenir compte des contraintes de l'accord-cadre *Impression* de la CNSA et notamment des formats et des spécificités de papier autorisés.

Le titulaire du présent accord-cadre s'engage à mettre à disposition de la CNSA les compétences nécessaires à la bonne exécution des prestations pour toute la durée de l'accord-cadre.

Il s'engage en particulier à apporter à la CNSA les compétences suivantes :

- Réflexion stratégique globale à partir d'une excellente connaissance des vecteurs actuels de communication (print, web, réseaux sociaux, mobile, audio, podcasts…), capacité à anticiper les évolutions.
- Conseil, conception/création, recommandations opérationnelles et production.
- Travail collaboratif de ressources polyvalentes qui maîtriseront des connaissances et compétences transversales chacune dans leur domaine d'expertise en communication.
- Maîtrise des exigences et standards en accessibilité numérique, capacité à être force de proposition dans ce domaine au-delà du RGAA (par exemple pour l'accessibilité des publics ayant des déficiences mentales, cf. méthode Facile à lire et à comprendre).
- La maîtrise du métier du multimédia : maîtrise de la relation entre la contingence technique et la qualité média. En particulier, le titulaire proposera une ergonomie et des éléments graphiques adaptés.
- La maîtrise et l'adaptabilité graphique : utilisation de compétences graphiques de haut niveau afin de garantir qualité et innovation graphiques des productions. Capacité à proposer une grande diversité d'interfaces, déclinaisons d'un modèle homogène pour le projet web (personnalisation des espaces).
- La maîtrise du pack office, notamment Word pour proposer des masques bureautiques simples à utiliser.

- La connaissance des logiciels d’envoi en nombre de DoList.

ARTICLE 4 : DESCRIPTION DES PRESTATION ATTENDUES : CONCEPTION / CREATION ET REALISATION DE DISPOSITIFS HORS MEDIA (CHARTE GRAPHIQUE, SUPPORTS PRINT, WEB ET NUMERIQUES)

Cet accord-cadre est construit autour de 3 familles de prestations :

- Prestation de conception-création et production d'une charte graphique
- Prestation de conception-création et production de supports print
- Prestation de conception-création et production de supports numériques et web

La CNSA produit de nombreux outils de communication ou publications à destination de ses publics. Pour la production de ces outils, la charte graphique de la CNSA et/ou celle de la branche Autonomie sera appliquée.
Celle-ci détaille selon le type de public et le selon le canal (print, audio ou vidéo) les éléments à utiliser. Le titulaire y trouvera les principes graphiques à respecter et les éléments à utiliser.
L'ensemble de ces règles graphiques sont synthétisées dans un document appelé BRANDBOOK (en pièce jointe).

4.1 Prestations de conception, production ou évolution de charte graphique ou éditoriale

Il s'agit de produire un document structurant précisant les règles et codes graphiques à respecter pour une identité. Elle s'applique de façon homogène au périmètre défini (que ce soit pour CNSA ou pour le Service public de l'autonomie). Il est à noter que, étant donné son statut de branche Autonomie de la Sécurité sociale depuis 2021, la CNSA intègre sur certains supports le logo de la Sécurité sociale.
La charte graphique ou éditoriale est par principe transversale et vise à créer une cohérence globale. La création de chartes doit respecter les principes de l'accessibilité et son usage doit être clair et simple à mettre en œuvre tant pour la CNSA que pour les acteurs concernés par le Service public de l'autonomie.

Le titulaire organise des réunions de travail avec la direction de l'information des publics et de la communication de la CNSA autour des concepts graphiques et des maquettes. Le travail réalisé lors de cette prestation devra tenir compte :

- des contraintes d'accessibilité,
- des retours de l'ensemble des acteurs,
- des contraintes amont et aval du projet.

Il peut être demandé au titulaire soit :

- de concevoir et rédiger la charte graphique complète d'un projet,
- d'adapter et mettre à jour une charte graphique existante par l'ajout d'éléments graphiques ou par l'évolution de ses composants.

Concernant la production de charte éditoriale, elle doit définir des principes permettant à l'usager qu'il soit lecteur ou internaute d'identifier facilement la CNSA et de garantir la cohérence et la pertinence des contenus du dispositif d'information dans la durée.

Destinée aux équipes éditoriales en charge des contenus du dispositif concerné, la charte éditoriale en cohérence avec la charte graphique, prend en compte la liste non exhaustive des éléments suivants :

- définir le/les publics,
- décrire précisément les objectifs du dispositif d'information concerné : faire découvrir, informer, faire participer, inciter à agir, etc.,
- déterminer un angle éditorial,
- déterminer un ton : de connivence, intimiste, chaleureux, engagé, institutionnel,

- principes éditoriaux des titres, textes, liens, boutons, puces,
- les styles de police à employer pour les textes (famille, taille, couleur...),
- les types d'images, formats, dimensions...,
- les types d'illustration (pictogrammes, graphiques…),
- etc.

4.2 Prestation de conception-création et réalisation de supports print

Les prestations attendues par la CNSA relèvent de l'élaboration, la conception éditoriale, graphique, infographique et iconographique du dispositif d'information et de communication de la CNSA, de leur réalisation, de l'exécution des documents, de la coordination des prestations et du suivi de fabrication.
Il sera tenu compte de la charte graphique de la CNSA qui pourra évoluer le cas échéant, et de la photothèque qui compte à ce jour plus de 8 000 visuels utilisables.
La cession des droits d'utilisation et de reproduction sur tout support y compris internet est mentionnée dans l'article 8 du CCAP.

La conception, la création éditoriale et graphique de tout document concernent tous les supports (papier, numérique, vidéo, panneaux de stand ou d'exposition, kakemonos, posters, prototypes…).

Pour toute commande de création de document, la prestation comprend :
- une proposition de concepts,
- une présentation de maquettes de principe,
- un story-board jusqu'à accord de la CNSA. Il pourra s'agir de nouvelles créations ou d'aménagements graphiques de documents existants, de créations de logos, de charte événementielle…

4.3 Prestations de conception-création et réalisation de supports numériques et web

La transformation des usages numériques, l'évolution des modes de consommation de l'information et le développement des réseaux sociaux conduisent la CNSA et la future marque de la branche Autonomie à renforcer significativement leur présence au sein des environnements digitaux.

Dans le cadre du futur schéma directeur de communication, les réseaux sociaux, les plateformes numériques, les contenus éditoriaux et les dispositifs conversationnels constituent des leviers stratégiques de visibilité, d'engagement et d'information des publics.

4.3.1 Création graphique et production de contenus pour les environnements numériques

Le futur titulaire devra concevoir et produire des contenus créatifs adaptés aux spécificités des plateformes numériques et à leurs usages, dans une logique de cohérence de marque, de performance des contenus et d'optimisation des parcours utilisateurs.

Le titulaire sera en mesure de concevoir des créations pensées pour les usages numériques et sociaux et non uniquement comme des adaptations de dispositifs conçus pour d'autres supports.

Aussi, le titulaire démontrera sa capacité à adapter les partis-pris créatifs aux usages, aux codes, aux formats et aux mécaniques de diffusion propres à chaque plateforme (outils d'e-mailing, LinkedIn, Instagram, Facebook, YouTube, plateformes vidéo, réseaux émergents et futurs supports numériques).

Le titulaire intégrera les enjeux de performance des contenus numériques dans ses recommandations créatives, notamment en matière de visibilité, d'engagement, de lisibilité, de compréhension des messages, d'accessibilité et d'efficacité des parcours utilisateurs.

Ces productions de contenus numériques pourront notamment comprendre :

- visuels pour réseaux sociaux,
- carrousels,
- infographies,
- formats verticaux,
- stories,
- contenus adaptés aux campagnes sponsorisées,
- kits de communication numériques,
- déclinaisons de campagnes,
- illustrations éditoriales,
- habillages graphiques,
- miniatures vidéo,
- masques réutilisables,
- dispositifs conversationnels et interactifs,
- contenus destinés aux plateformes numériques, applications et sites internet,
- charte graphique social media, numérique,
- templates de newsletter

3.4.1 Animation social media

Le titulaire pourra être sollicité pour :

- la conception de séries éditoriales,
- la création de rendez-vous graphiques,
- la production de kits de publication,
- la création de formats récurrents,
- la conception de dispositifs conversationnels,
- la création de contenus destinés à nourrir les prises de parole régulières des réseaux sociaux.

ARTICLE 5 : CLAUSES ENVIRONNEMENTALES ET SOCIALES

Le titulaire veillera dans le cadre de sa mission à optimiser ses déplacements dans un objectif de réduction de leur impact environnemental.

Le titulaire veillera à ce que les prestations qu'il effectue respectent les prescriptions législatives et réglementaires en vigueur en matière d'environnement, notamment en limitant l'impact de ses activités sur l'environnement tel que, par exemple, la mise en place d'une politique managériale en matière de développement durable, l'envoi numérique des documents et la limitation des impressions de documents à celles qui sont strictement nécessaires.

Le titulaire veillera, pour l'exécution de l'accord-cadre, à intégrer une action d'insertion professionnelle visant à promouvoir l'emploi de personnes considérées comme prioritaires au regard des politiques publiques de l'emploi.
Le titulaire précisera tous les ans à la date de notification du marché le volume horaire d'insertion consacré aux prestations de l'accord-cadre.