Cahier des Clauses Techniques Particulières pour le Marché :

"Appui à la communication"

ETABLI PAR	APPROUVE PAR
Angéla LALAUS Responsable du service communication	**Marie-Pierre LOISEAU** *Responsable de cabinet du DG* **Yann Rouault** *Directeur Général*

Edition n°6 – 09/11/2026

RECAPITULATIF DES EDITIONS		
Edition	**Date**	**Observations**
1	25/06/2025	f_ach_012_v03-marché_Appui_Com_125062025.doc
2	01/07/2025	f_ach_012_v03-marché_Appui_Com_25062025.doc
3	25/07/2025	f_ach_012_v04-marché_Appui_Com_25072025.doc
4	27/10/2025	f_ach_012_v05-marché_Appui_Com_25072025.doc
5	17/08/2026	f_ach_012_v05-marché_Appui_Com_17082026.doc
6	09/11/2026	f_ach_012_v06-marché_Appui_Com_09112026.doc

SOMMAIRE

1. PRÉSENTATION DE L'ORGANISME 4

2. CONTEXTE 5

3. FORME ET DUREE DU MARCHE 6

4. PRESTATIONS ATTENDUES 6

4.1. LOT N°1 : CAMPAGNES, PRESTATIONS DE COMMUNICATION, MANDAT PRESSE 6
4.1.1. Descriptif 6
4.1.2. Rôle du prestataire 7
4.1.3. Exemples de prestations 8
4.2. LOT N°2 : ÉVENEMENTS EXTERNES ET/OU INTERNES 9
4.2.1. Descriptif 9
4.2.2. Rôle du prestataire 9
4.2.3. Exemples de prestations 10
4.3. LOT N°3 : PUBLICITE SUR LE LIEU DE VENTE (PLV) PRINT 11
4.3.1. Descriptif 11
4.3.2. Rôle du prestataire 11
4.3.3. Exemples de prestations 12
4.4. LOT N°4 : PUBLICITE SUR LE LIEU DE VENTE (PLV) NUMERIQUE OU DYNAMIQUE 13
4.4.1. Descriptif 13
4.4.2. Rôle du prestataire 13
4.4.3. Exemples de prestations 13

5. CONTRAINTES IMPOSEES 14

6. FACTURATION 15

7. CRITERES DE SELECTION DES OFFRES 15

7.1. LOT 1 : CAMPAGNES, PRESTATIONS DE COMMUNICATION, MANDAT PRESSE 15
7.2. LOT 2 : ÉVENEMENTS EXTERNES ET/OU INTERNES 17
7.3. LOT 3 : PUBLICITE SUR LE LIEU DE VENTE (PLV) 18
7.4. LOT 4 : PUBLICITE SUR LE LIEU DE VENTE (PLV) NUMERIQUE OU DYNAMIQUE 19

8. ANNEXES 20

8.1. BRIEF (LOT 1 : COMMUNICATION ET ACTIONS DE COMMUNICATION) 20
8.2. GRILLE TARIFAIRE (LOT 1 : CAMPAGNES, PRESTATIONS DE COMMUNICATION, MANDAT PRESSE) 22
8.3. BRIEF (LOT 2 : ÉVENEMENTS EXTERNES ET/OU INTERNES) 25
8.4. GRILLE TARIFAIRE (LOT 2 : ÉVENEMENTS EXTERNES ET/OU INTERNES) 25
8.5. GRILLE TARIFAIRE (LOT 3 : PLV PRINT) 29
8.1. GRILLE TARIFAIRE (LOT 4 : PLV NUMERIQUE ET INTERACTIVE) 30

1. PRÉSENTATION DE L'ORGANISME

La Caisse Générale de Sécurité Sociale de la Martinique (CGSSM) est un organisme de protection sociale, spécifique aux Départements d'Outre-Mer. Elle gère les prestations d'Assurance Maladie, d'Accident du travail, de Maladies professionnelles. Elle est aussi en charge des prestations de Retraite destinées aux Salariés du Régime Général (BTP, Industrie, Commerce, services, etc.), aux Exploitants Agricoles et recouvre les cotisations sociales (fonction URSSAF) qui garantissent le financement des prestations versées.
Par ailleurs, la CGSSM assure des prestations de nature sociale (aide au logement pour les personnes âgées, secours aux populations fragilisées, rapatriements sanitaires, etc.), des actions de prévention et d'information pour la santé à destination de divers publiques (enfants, personnes âgées, femmes enceintes etc.) et enfin, elle développe et coordonne la prévention des risques professionnels dans les entreprises.

Cet organisme a un effectif d'environ 830 salariés.

La CGSS Martinique possède plusieurs agences en Martinique.

Son siège social est situé à Place d'Armes au Lamentin.

Mieux connaître notre organisme

Organisme privé, la CGSS assure une mission de service public basée sur un système solidaire. Elle a en charge la gestion et la mise en œuvre de la Sécurité sociale pour le régime général et la mutualité sociale agricole à la Martinique. Elle est administrée par un conseil d'administration et pilotée par une équipe de direction.

Nos valeurs : Solidarité, Humanisme, Responsabilité

Liens d'information :

- https://www.securite-sociale.fr/accueil
- https://www.ucanss.fr/nos-missions
- https://www.lassuranceretraite.fr/portail-info/nous-connaitre.html
- https://www.msa.fr/lfy/decouvrir/notre-identite
- https://www.urssaf.org/accueil.html
- https://assurance-maladie.ameli.fr/qui-sommes-nous
- https://assurance-maladie.ameli.fr/qui-sommes-nous/publications-reference/assurance-maladie

2. CONTEXTE

La CGSS de la Martinique recherche un ou plusieurs prestataires spécialisés en communication : institutionnelle, produit, web, événementiel, RP, PLV...

Le but est de sous-traiter des dossiers dont le cadre est défini par la CGSS Martinique : objet, objectifs, cibles, enveloppe budgétaire, périodes...

Ces dossiers peuvent être à visée externe et/ou interne.

Les prestataires devront être en mesure de :

- Établir le plan de communication afférent, si demandé
- Respecter le plan de communication arrêté, si fourni
- Proposer une stratégie de communication : concept, actions, supports, univers graphique...
- Proposer une méthodologie et un planning de réalisation
- Gérer les relations directes avec le service demandeur désigné tout en se référant au service communication de la CGSS Martinique.
- Conseiller le service communication sur le dossier traité
- Respecter les contraintes imposées par la CGSS (organisationnelles, technologiques, financières et délais...)
- Représenter au mieux la CGSS Martinique et négocier en son nom les meilleures prestations basées sur le meilleur rapport Qualité/Prix/Performance.
- Assurer une continuité de service en désignant un ou plusieurs correspondants
- Respecter le plus possible les process liés au respect de l'environnement
- Evaluer les prestations fournies et/ou mises en œuvre par la CGSS et/ou le prestataire
- Fournir les devis des prestataires ayant servis de base à la budgétisation proposée.

3. FORME ET DUREE DU MARCHE

La présente consultation est passée selon la procédure d'Appel d'offres sous la forme d'un marché à bons de commande conformément à l'article R2124-2 1°du Code de la commande publique.

Cet appel d'offre est à bons de commande avec un seuil maximal de 1 650 000 € H.T Ce marché est valable 1 an, renouvelable de manière tacite par la CGSS Martinique chaque année, dans la limite de 36 mois. La CGSS fait le choix en fonction des actions de faire appel ou pas au marché.

Le marché comporte 4 lots comme suit :

- lot 1 « Campagnes, prestations de communication, mandat presse » :
  Montant maximum : 600 000 € HT

- lot 2 « Événements externes et/ou internes» :
  Montant maximum : 700 000 € HT

- Lot 3 « Publicité sur le Lieu de Vente (PLV) print » :
  Montant maximum : 150 000 € HT

- Lot 4 « Publicité sur le Lieu de Vente (PLV) numérique ou dynamique » :
  Montant maximum : 200 000 € HT

Le marché est passé pour une durée totale de 36 mois à compter de sa notification.

4. PRESTATIONS ATTENDUES

Le marché porte sur la conception, la réalisation de projets et de prestations liés **à la communication de la CGSS Martinique, selon les lots suivants.**

4.1. Lot n°1 : Campagnes, prestations de communication, mandat presse

4.1.1. Descriptif

L'objet de la prestation peut aller de la **conception/réalisation** d'une campagne de communication entière, à la réalisation d'une simple action ou d'un support de

communication déterminé, à la mise en œuvre d'un plan de communication déjà élaboré et à l'évaluation de la communication.
La CGSS Martinique fournira au prestataire un descriptif de la prestation demandée ainsi qu'un budget prévisionnel correspondant. Dans des cas particuliers (ex. nouvelles prestations), le prestataire sera amené à conseiller la CGSS sur le prix d'achat par le biais de la fourniture d'un devis et/ou d'un tableau comparatif.

En ce qui concerne le mandat presse, le prestataire par le biais d'un mandat presse devient le mandataire de la CGSS Martinique et s'engage à, de manière isolée ou groupée, à produire, diffuser, gérer des contenus médiatiques ou de communication et à procéder à l'achat d'espaces presse à prix négociés au nom de la CGSS Martinique sur l'ensemble des médias sélectionnés.

4.1.2. Rôle du prestataire

Le prestataire devra en fonction du brief client et de la nature de la prestation :

- Concevoir une stratégie de communication en adéquation avec le brief fourni, la stratégie de communication institutionnelle de la CGSS Martinique et les stratégies de communication des organismes de tutelle nationaux
- Gérer la mise en oeuvre du plan de communication
- Conseiller le client et/ou le service communication sur les meilleurs choix à opérer (propositions d'amélioration...)
- Faire au moins 2 propositions d'orientation (stratégique, univers graphique, messages...)
- Réaliser les modifications du projet en fonction des décisions prises par la CGSS Martinique
- Concevoir ou sous-traiter la conception des supports de communication inhérents au dossier
- Gérer les relations avec les prestataires, les sous-traitants potentiels et la CGSS
- Planifier la campagne et/ou la diffusion des supports
- Suivre et évaluer les actions de communication par la remise d'un rapport d'analyse ou d'une enquête
- Transmettre l'analyse de l'évaluation au service communication de la CGSS Martinique
- Agir au nom et pour le compte du mandant, au mieux de ses intérêts, en vue de la publication, la diffusion de contenus et leur optimisation dans le cadre d'un mandat presse.
- Acheter de l'espace presse à prix négocié : print, réseaux sociaux, digital, branding...
- Conseiller et acheter des logiciels pour le compte de la CGSS permettant la création, la gestion et la diffusion de supports de communication spécifiques : pour exemple, gaming, gestion des diffusions des réseaux sociaux, newsletter…
- Conseiller la CGSS Martinique sur la meilleure stratégie en fonction des objectifs poursuivis.
- Produire un bilan annuel de la communication déployée par la CGSS : statistiques…

- Evaluer la communication à la demande par le biais d'une enquête.

Le prestataire devra faire preuve de créativité et de loyauté dans ses propositions toute en respectant l'image de la CGSS Martinique.

4.1.3. Exemples de prestations

Les exemples de prestations sont :

- **Stratégie de communication** : plan de communication, recommandations stratégiques. Réalisation de campagnes de communication.

- **Création de contenu et de supports** :
    - Production de contenus rédactionnels : articles, blogs, newsletters, fiches produits), visuels (logos, brochures, affiches),
    - Vidéos, infographies, Emissions radio, TV, podcast
    - Supports print (brochures, flyers, guide, rapport d'activité, encart presse),
    - produits digitaux et web : bannières web, Sites web, page web Newsletters…
    - storytelling pour renforcer l'engagement.

- **Gaming**
- **Gestion des réseaux sociaux** : Développement de stratégies social media, création et animation de comptes, gestion de communauté, campagnes publicitaires (Social Ads), et monitoring des performances.
- **Référencement naturel (SEO)** : Audit SEO, optimisation on-page et off-page, stratégie de mots-clés, création de contenu optimisé pour améliorer la visibilité sur Google.
- **Publicité en ligne (SEA)** : Campagnes Google Ads, publicité display, retargeting, gestion des enchères, et optimisation du retour sur investissement.
- **Relations presse et influenceurs** : Rédaction et diffusion de communiqués de presse, dossier de presse, contenus rédactionnels, organisation d'événements médiatiques, gestion des relations avec les journalistes, et campagnes de marketing d'influence.

- **Branding et identité visuelle** : Création de logos, chartes graphiques, positionnement de marque, définition du ton et de la personnalité de la marque, Charte rédactionnelle…

- **Web marketing et campagnes médias** : Planification, gestion et optimisation de campagnes publicitaires multicanal pour maximiser la portée et l'impact, Achat d'espaces presse, plans média…

- **Enquêtes**

- **Recherche ou conseil en équipement** de communication : photo, vidéo, son, logiciel…

4.2. Lot n°2 : Événements externes et/ou internes

4.2.1. Descriptif

L'objet de la prestation concerne l'organisation d'événements internes et/ou externes et/ou la mise en place d'une prestation en lien avec un évènement. La CGSS Martinique fournira au prestataire un descriptif de la prestation demandée ainsi qu'un budget prévisionnel correspondant.

4.2.2. Rôle du prestataire

Le prestataire devra en fonction du brief client et de la nature de la prestation :

- Faire au moins 2 propositions d'orientation (stratégie, animation, lieu, décoration, traiteur, expérience client, accueil, cadeau, goodies, jeux...)
- Organiser l'événement défini
- Conseiller le client et/ou le service communication sur les meilleurs choix à opérer (propositions d'amélioration...)
- Réaliser les modifications du projet en fonction des décisions prises par la CGSS Martinique
- Concevoir ou sous-traiter la conception des supports de communication inhérents au dossier
- Gérer les relations avec les prestataires, les partenaires, les sous-traitants potentiels et la CGSS
- Planifier l'événement
- Respecter les normes en vigueur de sécurité, d'hygiène et de santé

- Installer, désinstaller et assurer une permanence à la demande...

4.2.3. Exemples de prestations

4.2.3.1.Événements internes

- **Séminaires d'entreprise** : formations, informations ou motivation des collaborateurs, souvent hors du cadre habituel. Vœux du DG, Séminaire des cadres, conventions stratégiques…
- **Team building** : activités ludiques pour renforcer la cohésion et la motivation des équipes. Journée du personnel
- **Afterwork** : rencontres conviviales entre collègues, souvent informelles.
- **Lancements de produits** ou de concept : présentation officielle de nouveaux produits ou services, organisation.
- **Cérémonies de remise**: récompenses pour des performances ou réalisations. Médaille du travail, remise de prix de concours…
- **Portes ouvertes** : découverte de l'entreprise par le grand public ou partenaires.

4.2.3.2.Événements externes

- **Conférences** : échanges sur un sujet précis avec des experts.
- **Conseil d'administration public**
- **Salons professionnels ou grand public**
- **Participations aux salons et événements partenaires**
- **Rencontres B2B** : rencontres pour établir des partenariats.
- **Soirées de lancement** : événements festifs pour promouvoir un nouveau produit ou projet.
- **Webinaires** : séminaires en ligne interactifs accessibles à distance.
- **Opérations incentives** : voyages ou activités de récompense pour motiver les équipes.

4.2.3.3.Événements grand public

- **Salons, Caravane, expérimentation** : expositions avec stands pour présenter innovations ou produits d'un secteur.
- **Événements communautaires** : activités locales ou régionales pour renforcer le lien social…

4.2.3.4.Animation, décoration et mise en scène :

- Organisation de jeux-concours ou animations
- Mise en place d'hôtesses ou démonstrateurs
- Création d'ambiance avec musique ou animations : mapping vidéo, son, lumière…
- Prestation de décoration, mise en place de corners…
- Recherche d'intervenant

- Location ou achat de matériel : mobiliers ou éléments de décoration…
- Animation d'événements
- Prestation d'art floral
- Prestation musicale…

4.3. Lot n°3 : Publicité sur le lieu de vente (PLV) print

4.3.1. Descriptif

L'objet du lot concerne la fourniture, la location, l'achat et la création de PLV print. Ces prestations permettent d'optimiser la visibilité des produits ou services, de renforcer l'image de marque de la CGSS Martinique et de susciter l'adhésion des publics en créant une expérience utilisateur engageante et adaptée à la cible. Attention, dans le cadre de la gestion d'événement, la CGSS Martinique se réserve le droit de sous-traiter l'ensemble de la prestation incluant la PLV au prestataire en charge du lot Evénement interne et externe.

4.3.2. Rôle du prestataire

Le prestataire devra en fonction du brief client et de la nature de la prestation :

- Faire au moins 2 propositions d'orientation (nature du support, scénographie, emplacement, expérience utilisateur, accueil, cadeau, goodies...)
- Proposer les supports, les processus de mise à jour et de maintenance les mieux adaptés aux contraintes des lieux en tenant compte du meilleur rapport Qualité/Prix/Respect de l'environnement (Durabilité)
- Conseiller le client et/ou le service communication sur les meilleurs choix à opérer (propositions d'amélioration...)
- Réaliser les modifications en fonction des décisions prises par la CGSS Martinique
- Concevoir ou sous-traiter la conception des PLV
- Gérer les relations avec les prestataires, les sous-traitants potentiels et la CGSS
- Planifier la mise en place et le retrait le cas échéant
- Respecter les normes en vigueur de sécurité, d'hygiène et de santé, environnementale...

4.3.3. Exemples de prestations

Les exemples de prestations sont :

4.3.3.1. Conception et création de supports publicitaires physiques

- Présentoirs en carton ou en bois ou autre matière
- Cubes empilables
- Urnes personnalisables pour sondages ou concours
- Supports à poser, suspendre ou coller
- Classeur de présentation

4.3.3.2. Supports de communication visuelle

- Affichage
- Banderoles, totems, kakémonos, drapeaux publicitaires
- Têtes de gondole pour mise en avant de produits
- Vitrophanie (autocollants sur vitrines, murs, sols)

4.3.3.3. Supports de communication mobile et événementielle

- Roll-up, supports textiles, fond de stand, comptoir
- Supports suspendus ou mobiles pour événements

4.3.3.4. Installation et emplacement stratégique

- Placement dans des zones à forte visibilité
- Adaptation aux contraintes des distributeurs (format, taille, couleurs)

4.3.3.5. Conseil et accompagnement

- Définition des objectifs et stratégie PLV
- Conception sur mesure le cas échéant par des professionnels
- Respect des enjeux RSE (supports recyclables, écoresponsables)

4.4. Lot n°4 : Publicité sur le lieu de vente (PLV) numérique ou dynamique

4.4.1. Descriptif

L'objet du lot concerne la fourniture, la location, l'achat et la création de PLV numérique ou dynamique. Ces prestations permettent d'optimiser la visibilité des produits ou services, de renforcer l'image de marque de la CGSS Martinique et de susciter l'adhésion des publics en créant une expérience utilisateur engageante et adaptée à la cible. Attention, dans le cadre de la gestion d'événement, la CGSS Martinique se réserve le droit de sous-traiter l'ensemble de la prestation incluant la PLV au prestataire en charge du lot Evénement interne et externe.

4.4.2. Rôle du prestataire

Le prestataire devra en fonction du brief client et de la nature de la prestation :

- Faire au moins 2 propositions d'orientation (nature du support, scénographie, emplacement, expérience utilisateur...)
- Proposer les supports, les processus de mise à jour et de maintenance les mieux adaptés aux contraintes des lieux en tenant compte du meilleur rapport Qualité/Prix/Respect de l'environnement (Durabilité)
- Conseiller le client et/ou le service communication sur les meilleurs choix à opérer (propositions d'amélioration...)
- Réaliser les modifications en fonction des décisions prises par la CGSS Martinique
- Concevoir ou sous-traiter la conception des PLV le cas échéant,
- Gérer les relations avec les prestataires, les sous-traitants potentiels et la CGSS
- Planifier et réaliser la mise en place et le retrait le cas échéant
- Respecter les normes en vigueur de sécurité, d'hygiène et de santé, environnementale...
- Prévoir une maintenance en cas d'achat ou de location.

4.4.3. Exemples de prestations

4.4.3.1. Supports de communication

Les exemples de prestations sont :

- Affichage dynamique avec ou sans écrans vitrine
- Bornes interactives tactiles avec pour exemple la gestion des files d'attente (prise de RDV…)
- Écrans tactiles pour animations ou informations

- Vidéoprojections, projections
- Casques de réalité augmentée
- Ecran, totem, afficheur pour affichage dynamique et logiciel de contrôle à distance associé
- PLV assistée par ordinateur (PLV AO) pour personnalisation et changement de contenu en temps réel

4.4.3.2.Installation et emplacement stratégique

- Placement dans des zones à forte visibilité
- Adaptation aux contraintes (format, taille, couleurs, climat intérieur, extérieur, normes environnementales, programmation, orientation…)

4.4.3.3.Conseil et accompagnement

- Définition des objectifs et stratégie PLV
- Conception sur mesure le cas échéant par des professionnels
- Respect des enjeux RSE (supports recyclables, écoresponsables)

5. CONTRAINTES IMPOSEES

Le prestataire s'engage à :

- Respecter la déontologie en matière de communication et de relation client
- Mettre les actions de la CGSS en priorité
- Proposer le meilleur rapport qualité/prix
- Respecter le secret professionnel
- Valoriser l'image de la CGSS Martinique
- Respecter au mieux les contraintes définies lors du brief
- Assurer une continuité de service
- Respecter les délais annoncés
- Etre force de proposition

6. FACTURATION

Dans le cadre de la modernisation de la commande publique, et dans un souci d'amélioration du délai de traitement des factures, la CGSS de la Martinique s'engage dans la réception dématérialisée des factures de ses fournisseurs.

Nous vous invitons désormais à nous transmettre vos factures par voie dématérialisée sur le portail Chorus pro à l'adresse : https://chorus-pro.gouv.fr

Cette transmission est obligatoire. S'il s'agit pour vous d'une première transmission, nous vous invitons à vous référer au mode opératoire joint permettant de créer votre compte sous Chorus. Des consignes pour le choix du service destinataire figurent également dans le mode opératoire joint.
Il va de soi que la transmission sous Chorus emporte l'arrêt des transmissions sous forme papier ou mail, sauf en cas de dysfonctionnement du portail.
Nous vous rappelons que la boite flux.factures@cgss-martinique.fr reste à votre disposition pour tout échange autre que la transmission de factures.

7. CRITERES DE SELECTION DES OFFRES

7.1. Lot 1 : Campagnes, prestations de communication, mandat presse

Lot n°1 - Campagnes, actions de communication et mandat presse	Pondération
1.-Prix des prestations (jugé sur la grille tarifaire, le BPU, la marge et les devis du brief - annexes 1 et 2 du CCTP)	**45 %**
Sous-critère 1.1-Grille tarifaire du catalogue de prestations	25 %
Sous-critère 1.2-Marge pratiquée (marge sur achat d'espace, marge mandat presse et marge agence)	10 %
Sous-critère 1.3-Devis de l'enveloppe budgétaire basse (brief - option à 5 000 €)	5 %
Sous-critère 1.4-Devis de l'enveloppe budgétaire haute (brief - option à 20 000 €)	5 %

2.-Valeur technique (jugée sur le cadre de réponse et les notes remises en réponse au brief)	**35 %**
Sous-critère 2.1-Adéquation avec le contexte et les annexes fournis	15 %
Sous-critère 2.2-Développement d'une stratégie innovante	5 %
Sous-critère 2.3-Facilité de mise en œuvre	5 %
Sous-critère 2.4-Catalogue des prestations proposées (nombre de prestations, diversité de leur nature)	5 %
Sous-critère 2.5-Interlocuteurs privilégiés dédiés (nombre, fonction et mission)	2,5 %
Sous-critère 2.6-Équipe dédiée à la réalisation des prestations	2,5 %
3.-Délais de mise en œuvre des actions (délais indiqués dans la grille tarifaire et au cadre de réponses)	**10 %**
4.-Performance environnementale (jugée sur le cadre de réponses)	**10 %**
Sous-critère 4.1-Écoconception des supports et des campagnes (papier recyclé ou labellisé, impression locale, encres à faible impact, réduction des impressions, sobriété numérique des contenus et des sites)	6 %
Sous-critère 4.2-Mesure et réduction de l'impact environnemental des actions (recours à des fournisseurs locaux, mesure de l'empreinte carbone, labels et engagements RSE du candidat)	4 %

Afin de permettre à la CGSS d'évaluer sa réponse, le prestataire devra fournir les éléments suivants :

- En fonction du brief fourni en annexe 1 :
  - 1 calendrier de réalisation en jours commun aux 2 projets
  - 1 note de présentation de la stratégie et du concept envisagés dans le cadre de l'« enveloppe budgétaire basse » (2 pages maximum)
  - 1 note de présentation de la stratégie et du concept envisagés dans le cadre de l'«enveloppe budgétaire haute » (2 pages maximum)
  - 1 devis détaillés dans le cadre de l'« enveloppe budgétaire basse » (2 pages maximum)
  - 1 devis détaillés dans le cadre de l'« enveloppe budgétaire haute » (2 pages maximum)

- 1 grille tarifaire en fonction du modèle fourni en annexe 2
- 1 catalogue des prestations
- 1 présentation de l'équipe et de ses qualifications

– 1 présentation (nom, prénom, qualification) des interlocuteurs affectés à la relation avec la CGSS Martinique
– 1 note explicative de la marge pratiquée et de ses modalités d'application.

7.2. Lot 2 : Événements externes et/ou internes

Lot n°2 - Événements externes et/ou internes, décoration et animation	Pondération
1.-Prix des prestations (jugé sur le devis du brief - annexe 3 du CCTP – BPU et la grille tarifaire)	40 %
Sous-critère 1.1-Devis détaillé	25 %
Sous-critère 1.2- BPU et Grille tarifaire	15 %
2.-Valeur technique (jugée sur le cadre de réponses et la note stratégique remise en réponse au brief)	40 %
Sous-critère 2.1-Adéquation avec le contexte et les annexes fournis	25 %
Sous-critère 2.2-Développement d'une stratégie innovante (originalité du concept : 4 % ; pertinence de l'innovation au regard du public cible, des objectifs et du contexte institutionnel : 6 %)	10 %
Sous-critère 2.3-Facilité de mise en œuvre	5 %
3.-Délais de mise en œuvre des actions (jugés sur le cadre de réponses et le planning détaillé de l'événement)	10 %
4.-Performance environnementale (jugée sur le cadre de réponses)	10 %
Sous-critère 4.1-Écoconception de l'événement (réduction et tri des déchets, vaisselle réutilisable, traiteur local et de saison, décoration et mobilier réemployés, gestion des surplus alimentaires)	6 %
Sous-critère 4.2-Choix du lieu et mobilité des participants (accessibilité en transports en commun, covoiturage, proximité, mesure de l'impact de l'événement)	4 %

7.3. Lot 3 : Publicité sur le lieu de vente (PLV)

Lot n°3 - Publicité sur le lieu de vente (PLV) print	Pondération
1.-Prix des prestations (jugé sur la grille tarifaire et le BPU - annexe 4 du CCTP)	40 %
2.-Catalogue des offres	40 %
Sous-critère 2.1-Diversité de l'offre (variété des supports, formats, matières et usages ; contextes d'utilisation : intérieur, extérieur, événementiel, accueil)	20 %
Sous-critère 2.2-Modularité et adaptabilité (supports personnalisables, réutilisables, évolutifs, démontables, multi-usages)	10 %
Sous-critère 2.3-Qualité de conception (esthétique, robustesse, ergonomie, facilité d'installation et d'entretien)	10 %
3.-Délais (délais indiqués dans la grille tarifaire et dans le cadre de réponses)	10 %
Sous-critère 3.1-Délai de mise en œuvre	5 %
Sous-critère 3.2-Délai de livraison	5 %
4.-Performance environnementale (jugée sur le cadre de réponses)	10 %
Sous-critère 4.1-Matériaux et procédés de fabrication (matériaux recyclés ou recyclables, labels FSC/PEFC, encres à faible impact, supports réutilisables)	5 %
Sous-critère 4.2-Fabrication locale et fin de vie des supports (réduction des transports, reprise et recyclage des supports usagés)	5 %

Afin de permettre à la CGSS d'évaluer sa réponse, le prestataire devra fournir les éléments suivants :

- 1 catalogue des offres
- 1 grille tarifaire en fonction du modèle fourni en annexe 4 incluant le délai de mise en œuvre et de livraison

7.4. Lot 4 : Publicité sur le lieu de vente (PLV) numérique ou dynamique

Lot n°4 - Publicité sur le lieu de vente (PLV) numérique ou dynamique	Pondération
1.-Prix des prestations (jugé sur la grille tarifaire et le BPU-annexe 5 du CCTP)	40 %
2.-Catalogue des offres	40 %
Sous-critère 2.1-Variété des dispositifs (écrans, totems, bornes interactives, affichage LED, casques VR, vidéo projection...)	12,5 %
Sous-critère 2.2-Modularité et personnalisation (contenus, formats, habillage, scénarisation)	7,5 %
Sous-critère 2.3-Qualité technologique (résolution, interactivité, connectivité, compatibilité logicielle)	10 %
Sous-critère 2.4-Facilité d'installation et d'utilisation (ergonomie, maintenance, accessibilité pour les utilisateurs)	7,5 %
Sous-critère 2.5-Clarté et lisibilité du catalogue (présentation, visuels, fiches techniques, cas d'usage)	2,5 %
3.-Délais (délais indiqués dans la grille tarifaire et le cadre de réponses)	10 %
Sous-critère 3.1-Délai de mise en œuvre	5 %
Sous-critère 3.2-Délai de livraison	5 %
4.-Performance environnementale (jugée sur le cadre de réponses)	10 %
Sous-critère 4.1-Sobriété énergétique des dispositifs (consommation électrique, classe énergétique, mise en veille et programmation automatique)	5 %
Sous-critère 4.2-Durabilité, réparabilité et fin de vie (durée de garantie, disponibilité des pièces détachées, reprise et recyclage des équipements - filière DEEE)	5 %

Afin de permettre à la CGSS d'évaluer sa réponse, le prestataire devra fournir les éléments suivants :

- 1 catalogue des offres
- 1 grille tarifaire en fonction du modèle fourni en annexe 5 incluant le délai de mise en œuvre et de livraison

8. ANNEXES

8.1. Brief (Lot 1 : communication et actions de communication)

La CGSS Martinique souhaite déployer une nouvelle offre de service intitulée **«CapAction»**, destinée à accompagner les professionnels de santé dans l'adoption de bonnes pratiques visant à prévenir les fraudes, qu'elles soient commises par les patients ou par les professionnels eux-mêmes.
Cette offre s'inscrit dans un contexte de **forte pression informationnelle** et de **résistance au changement** chez les professionnels de santé, qui sont environ **500** sur le territoire. Leur disponibilité est limitée, et leur adhésion aux outils digitaux proposés par l'Assurance Maladie reste faible.

L'**action de communication** vise à :

- **Informer** les professionnels de santé de l'existence de l'offre « CapAction ».
- **Sensibiliser** sur les enjeux liés à la fraude dans le système de santé.
- **Inciter** à l'adhésion volontaire à l'offre, en valorisant ses bénéfices.
- **Favoriser l'appropriation** des outils et dispositifs associés.

Contraintes à respecter :
Public cible : Médecins, chirurgiens-dentistes, établissements de santé, infirmiers, laboratoires, kinésithérapeutes, orthophonistes, orthoptistes, pédicures-podologues, pharmaciens, psychologues, sages-femmes.
Nombre de professionnels : Environ 500 répartis sur toute la Martinique.
Disponibilité limitée et **résistance au changement**.
Faible usage des outils digitaux.
Budget prévisionnel :
Option 1 : Action à 5 000 €.
Option 2 : Action à 20 000 €.

Livrables attendus :

- **1** note de présentation de la stratégie et du concept créatif déclinée selon enveloppes budgétaires de 5 000 € incluant :
  - Objectifs de communication
  - Cibles et canaux utilisés
  - Format(s) des supports
  - Planning de déploiement
  - Indicateurs de performance

- **1** note de présentation de la stratégie et du concept créatif déclinée selon enveloppes budgétaires de 20 000 € incluant :
  - Objectifs de communication

- Cibles et canaux utilisés
- Format(s) des supports
- Planning de déploiement
- Indicateurs de performance

- **Un plan média** (si applicable), incluant les modalités de diffusion, les supports envisagés, et les coûts associés.
- **Un devis estimatif** des coûts pour les prestations proposées.

8.2. Grille tarifaire (Lot 1 : Campagnes, prestations de communication, mandat presse)

Il s'agit de prix TTC

N° du prix	Type de prestation	Prix minimum unitaire	Prix maximum unitaire		Délais de mise en œuvre en jours ouvrés	Nombre de personnes dédiées en interne	Nombre de prestataires externe
	Conseil stratégique en communication						
1.1	Audit de communication						
1.2	Élaboration de stratégie de communication globale ou ciblée						
1.3	Positionnement de marque / institutionnel						
1.4	Définition de plans de communication (interne, externe, de crise, etc.)						
1.5	Benchmark concurrentiel ou sectoriel						
1.6	Bilan de communication (audiences, statistiques…)						
1.7	Enquête d'image et d'impact de la communication						
	Conception et création de campagne						
2.1	Création de concept créatif (slogan, visuel, storytelling…)						
2.2	Déclinaison multicanale (print, digital…)						
2.3	Rédaction de messages-clés et de contenus éditoriaux						
2.4	Direction artistique, charte graphique						

N° du prix	Type de prestation	Prix minimum unitaire	Prix maximum unitaire		Délais de mise en œuvre en jours ouvrés	Nombre de personnes dédiées en interne	Nombre de prestataires externe
	Réalisation de supports print						
3.1	Affiches						
3.2	flyers						
3.3	Brochures						
3.4	dépliants						
3.5	Rapport d'activité						
3.6	Magazine interne ou externe						
3.7	Carte de vœux dématérialisée						
3.8	invitations						
3.9	Panneau signalétique						
3.10	Kakémono						
3.11	Banderole						
	Communication digitale						
4.1	Création de contenu pour les réseaux sociaux						
4.2	Community management						
4.3	Création ou refonte de sites web institutionnels ou événementiels						
4.4	Référencement naturel (SEO) et payant (SEA)						
	Communication audio et vidéo						
5.1	Vidéos institutionnelles, pédagogiques, témoignages						
5.2	Motion design, animation 2D, 3D						
5.3	Captation et retransmission d'événements						

N° du prix	Type de prestation	Prix minimum unitaire	Prix maximum unitaire		Délais de mise en œuvre en jours ouvrés	Nombre de personnes dédiées en interne	Nombre de prestataires externe
5.4	Podcasts, formats courts pour les réseaux sociaux						
	Relations presse et relations publiques						
6.1	Rédaction et diffusion de communiqué de presse						
6.2	Organisation de conférence de presse						
6.3	Constitution de fichiers presse						
6.4	Veille médiatique et revue de presse						
6.5	Rédaction d'un dossier de presse						
	Publicité et achats de presse						
7.1	Conseil média (choix des canaux, ciblage)						
7.2	Achat campagne google ads						
7.3	Achat magazine						
7.4	Marge sur l'achat d'espace (en %)						
7.5	Marge mandat presse (en %)						
7.6	Marge agence (en %)						

8.3. Brief (Lot 2 : Événements externes et/ou internes)

Cas pratique – Organisation d'une cérémonie de remise de médailles

Contexte :
La CGSS Martinique souhaite organiser une **cérémonie officielle de remise de médailles** destinée à honorer **90 collaborateurs** pour leur engagement et leur ancienneté au sein de l'institution. Cet événement revêt une **forte valeur symbolique** et doit refléter les valeurs de reconnaissance, de respect et de cohésion.
L'événement s'adresse à l'ensemble des **850 collaborateurs** de la CGSS, ainsi qu'à des invités institutionnels et partenaires.

Vous devez proposer un **dispositif complet d'organisation** pour la cérémonie, incluant :

- La **scénographie** de l'événement (mise en scène, déroulé, ambiance).
- La **logistique** (lieu, accueil, signalétique, sécurité, accessibilité).
- La **gestion des invités** (convocations, accueil, placement).
- La **mise en valeur des récipiendaires** (discours, remise, visuels, photos).
- Les **prestations associées** (traiteur, animation musicale, captation vidéo, etc.).

Contraintes à respecter
Nombre de participants : 850 collaborateurs + invités extérieurs.
Nombre de récipiendaires : 90 personnes à décorer.
Durée de l'événement : 2h30 à 3h maximum.
Lieu : À proposer (en Martinique, accessible, avec capacité suffisante).
Période souhaitée : 2e semestre de l'année.

Livrables attendus :

- **Une note stratégique et du concept créatif de 5 pages maximum précisant :**
  - **Concept de cérémonie** : déroulé, ambiance, mise en scène.
  - **Proposition de lieu** avec justification (capacité, accessibilité, équipements).
  - **Planning détaillé** de l'événement (préparation, jour J, post-événement).
- **Un devis détaillé**.

8.4. Grille tarifaire (Lot 2 : Événements externes et/ou internes)

Il s'agit de prix TTC

N° du prix	Type de prestation	Prix minimum unitaire	Prix maximum unitaire		Délais de mise en œuvre en jours ouvrés	Nombre de personnes dédiées en interne	Nombre de prestataires externe
	Conseil et gestion						
1.1	Conception du concept événementiel (scénario, déroulé, ambiance, mise en scène)						
1.2	Coordination et gestion de projet événementiel (chef de projet dédié)						
1.3	Repérage et recherche de lieu (visite, étude de capacité et d'accessibilité)						
1.4	Recherche et coordination d'intervenants (conférenciers, artistes, animateurs)						
1.5	Régie générale le jour de l'événement (régisseur)						
1.6	Gestion des invités (invitations, inscriptions, relances, émargement)						
	Lieux, logistique et sécurité						
2.1	Location de salle ou de lieu de réception - jusqu'à 100 personnes						
2.2	Location de salle ou de lieu de réception - de 101 à 500 personnes						
2.3	Location de salle ou de lieu de réception - plus de 500 personnes						
2.4	Location de chapiteau ou de tente de réception, montage compris						
2.5	Hôtesse ou hôte d'accueil						
2.6	Agent de sécurité / agent SSIAP						
2.7	Poste de secours						

N° du prix	Type de prestation	Prix minimum unitaire	Prix maximum unitaire		Délais de mise en œuvre en jours ouvrés	Nombre de personnes dédiées en interne	Nombre de prestataires externe
	(équipe de secouristes)						
2.8	Transport de participants (car ou navette avec chauffeur)						
2.9	Montage, démontage et remise en état des lieux						
	Technique, scénographie et captation						
3.1	Sonorisation - salle jusqu'à 200 personnes						
3.2	Sonorisation - salle de plus de 200 personnes						
3.3	Éclairage scénique						
3.4	Écran LED ou vidéoprojection grand format						
3.5	Scène, estrade ou podium						
3.6	Mapping vidéo, création son et lumière						
3.7	Reportage photo (prise de vue et retouche)						
3.8	Captation vidéo et montage d'un film de synthèse						
3.9	Retransmission en direct / webinaire (plateforme et régie)						
	Restauration						
4.1	Pause-café (accueil, matinée ou après-midi)						
4.2	Cocktail déjeunatoire ou dînatoire						
4.3	Repas assis (déjeuner ou dîner)						
4.4	Plateau-repas						
4.5	Personnel de service (maître d'hôtel, serveur)						
	Décoration, mobilier et animation						
5.1	Décoration et mise en scène d'un espace						

N° du prix	Type de prestation	Prix minimum unitaire	Prix maximum unitaire		Délais de mise en œuvre en jours ouvrés	Nombre de personnes dédiées en interne	Nombre de prestataires externe
	(corner, stand, salle)						
5.2	Art floral (composition de table ou de scène)						
5.3	Location de mobilier (chaise, table, mange-debout, salon)						
5.4	Stand modulable 9 m² (structure, habillage, éclairage)						
5.5	Maître de cérémonie / animateur						
5.6	Animation musicale (DJ)						
5.7	Prestation musicale (groupe ou artiste)						
5.8	Animation ludique (jeux-concours, quiz, photobooth)						
5.9	Activité de team building						
5.10	Cadeaux et objets promotionnels personnalisés (goodies)						

8.5. Grille tarifaire (Lot 3 : PLV print)

Cette grille concerne des achats. Les prix sont en TTC, livraison et installation en nos murs ou sur le lieu de la prestation incluses. Les prestations comprennent la personnalisation visuelle des objets. Dans les colonnes « Fabrication en interne » et « Fabrication par un ou des prestataires spécialisés », veuillez indiquer les réponses « oui » ou « non ».
Cette grille ne représente pas l'ensemble des prestations fournies mais des exemples à titre d'évaluation de l'appel d'offre.

N° de prix	Prestation	Description / Usage	Dimensions standards	Tarif unitaire TTC	Fabrication en interne	Fabrication par un presta-taire	Délai de fabrication en jour ouvré	Délai de livraison en jour ouvré
1	Roll-up standard	Support mobile pour événements, salons, conférences	85 × 200 cm impression incluse					
2	Kakémono suspendu	Communication verticale suspendue pour halls ou vitrines	100 × 200 cm Impression incluse					
3	Urne personnalisée	Pour sondages, jeux concours ou consultations internes	30 × 30 × 30 cm Impression incluse					
4	Présentoir en carton	Présentation de brochures ou flyers sur comptoir	25 × 35 × 40 cm Impression incluse					
5	Vitrophanie adhésive	Communication sur vitres ou murs (intérieur/extérieur)	100 × 150 cm Impression incluse					
6	Banderole extérieure	Communication événementielle ou signalétique extérieure	300 × 80 cm Impression incluse					
7	Classeur de présentation	Présentation de documents institutionnels ou projets	Format A4 – 4 anneaux – 25 mm d'épaisseur					
8	Cube empilable	Élément visuel décoratif et informatif pour stands ou halls	40 × 40 × 40 cm Impression incluse					

8.1. Grille tarifaire (Lot 4 : PLV numérique et interactive)

Cette grille concerne des achats. Les prix sont en TTC, livraison et installation en nos murs ou sur le lieu de la prestation incluses. Dans les colonnes « Fabrication en interne » et « Fabrication par un ou des prestataires spécialisés », veuillez indiquer les réponses « oui » ou « non ».
Cette grille ne représente pas l'ensemble des prestations fournies mais des exemples à titre d'évaluation de l'appel d'offre.

N° du prix	Prestation	Description / Usage	Dimensions standards	Tarif unitaire TTC	Fabrication en interne	Fabrication par un prestataire	Délai de fabrication en jour ouvré	Délai de livraison en jour ouvré
1	Borne interactive tactile	Pour consultation d'informations ou participation à des sondages, des quiz	Écran 22" – Hauteur 120 cm					
2	Écran dynamique mural avec logiciel de gestion	Affichage d'informations ou campagnes dans les espaces d'accueil	Écran 43" Led – 960 × 540 mm					
3	Totem digital interactif	Support vertical autonome pour diffusion de contenus interactifs	Hauteur 180 cm – Écran 49"					
4	Afficheur LED défilant	Affichage de messages courts ou alertes en continu	100 × 20 cm					
5	Écran vitrine haute luminosité	Affichage dynamique visible en extérieur ou vitrine	Écran 55" – 1210 × 680 mm					
6	PLV AO (assistée par ordinateur)	Support numérique avec personnalisation de contenu en temps réel	Écran 32" – 730 × 430 mm					
7	Vidéoprojection dynamique	Projection de contenus animés sur mur ou écran	Zone de projection : 2 × 1,5 m					
8	Casque de réalité virtuelle	Immersion dans des contenus 3D ou visites virtuelles	Casque VR autonome ou connecté					
9	Écran tactile sur pied	Support interactif pour salons ou événements	Écran 27" – Hauteur 140 cm					
10	Totem extérieur étanche	Affichage dynamique en extérieur avec protection IP65	Écran 49" – Hauteur 190 cm					