



CAHIER DES CHARGES

APPEL D'OFFRES OUVERT :
« Conception, création, mise en œuvre de la stratégie publicitaire dédiée à l'action de promotion des métiers de l'ANFA »

DATE LIMITE DE RECEPTION DES PLIS
Lundi 17/02/2025 à 16H

^{DS}
SR

^{DS}
BG

Préambule

L'ANFA (Association Nationale pour la Formation Automobile) est mandatée par les partenaires sociaux de la branche des services de l'automobile pour mettre en œuvre, sous leur contrôle, des dispositifs relevant de la politique nationale de formation de la branche dans le cadre des dispositions légales et réglementaires et dans le champ professionnel et géographique de la convention collective nationale des services de l'automobile.

A ce titre, les missions principales de l'ANFA sont les suivantes :

- Anime l'Observatoire des métiers des services de l'automobile (OPMQ de la branche),
- Apporte une expertise dans le cadre du développement de la GPEC (Gestion Prévisionnelle des Emplois et des Compétences) de branche,
- Propose une ingénierie des dispositifs de formation professionnelle et intervient dans le cadre d'une mission d'appui et de conseil de la branche,
- Propose et élabore des certifications avec la Commission Paritaire Nationale,
- Participe aux Commissions professionnelles consultatives des Ministères,
- Assure le contrôle, l'organisation et le suivi des jurys de certification,
- Participe à la mise à jour du Répertoire National des Qualifications des Services Automobiles (RNQSA) et du Répertoire National des Certifications des Services Automobiles (RNCSA),
- Procède à l'inscription des certifications et titres de la branche au RNCP et en assure le suivi après de la Commission Paritaire Nationale,
- Assure la promotion des métiers,
- Développe l'apprentissage, notamment via le réseau des CFA Pilotes, assure un lien avec les établissements scolaires, ceux relevant de l'enseignement supérieur et de manière générale, avec les organismes de formation intervenant sur le champ de la branche,

Association loi 1901, l'ANFA perçoit et gère une ressource de nature fiscale, au titre de l'article 1609 sexvicies du Code général des impôts, dédiée aux formations techniques.

Au sein de l'ANFA, le service Communication et Promotion des métiers articule sa mission autour de trois axes principaux :

- Il agit en tant que **fonction support**, auprès des autres services, pour répondre à leurs besoins en outils et supports,
- Il déploie une action de **communication institutionnelle**, visant à faire connaître et rayonner les activités, les productions et les services de l'ANFA,
- Il assure la **promotion des métiers et des formations** de la branche.

La mission de promotion des métiers

La promotion des métiers est une mission historique de l'ANFA : ses enjeux majeurs sont de susciter des vocations, d'attirer des personnes dans les formations et les métiers, de contribuer à donner une image moderne et attractive de ce secteur professionnel de premier plan.

Publics-cibles

Le public-cible prioritaire de cette action sont les jeunes en phase d'orientation (4^{ème} et 3^{ème} au collège et lycéens), notamment dans la perspective d'encourager l'alternance, particulièrement développée dans les services de l'automobile. Les autres publics-cibles sont :

- > les demandeurs d'emploi, les salariés en reconversion professionnelle et en évolution de carrière,
- > les prescripteurs de l'orientation et de l'écosystème emploi-formation (conseillers en orientation professionnelle, conseillers France Travail, acteurs institutionnels, etc.)

> le grand public et notamment l'entourage des jeunes en phase d'orientation.

Les canaux de la mission de promotion des métiers

La stratégie de promotion des métiers de l'ANFA est multicanale :

- Charte graphique dédiées (blason Métiers Services Auto et logo JobToMove)
- Outils print (livrets régionaux, livrets métiers, brochures, flyers, etc.) et PLV
- Sites internet et réseaux sociaux dédiés :
metiers-services-auto.com/
facebook.com/metiersservicesauto
instagram.com/metiers_services_auto/
tiktok.com/@metiers_services_auto
jobtomove.fr/
- Vidéos métiers, formations, reportages de terrain, etc. (youtube.com/user/metiersauto)
- Relations presse
- Présence sur les salons et forums de l'orientation et de l'emploi : plus de 70 chaque année sur tout le territoire, animés par les Responsables territoriaux représentant l'ANFA en région
- Partenariats avec des événements d'envergures nationale et internationale, en particulier la compétition Worldskills
- Partenariats avec les acteurs clés de l'orientation, de la reconversion professionnelle et de l'emploi-formation, tels que l'ONISEP, le CIDJ, France Travail, Studyrama, etc.
- Partenariats avec des plateformes digitales dédiées à l'information et l'orientation des jeunes (exemple : Nomad Education)

Les messages

Les messages structurant la promotion des métiers déployée par l'ANFA sont les suivants.

- **Un secteur qui recrute** : 15 000 alternants et 50 000 salariés sont recrutés chaque année dans la branche.
- **Des métiers de service et de proximité, porteurs de sens, utiles à tout un chacun.**
- **Des métiers d'avenir à fort potentiel** : impact des évolutions technologiques (véhicules électriques, électronique embarquée, véhicules connectés et demain autonomes) et sociétales (partage, etc) ; mutations majeures liées à la transition écologique.
- **Des métiers très diversifiés** : la branche représente l'ensemble des activités couvrant la durée de vie de l'automobile, du camion, de la moto et du vélo, de sa sortie de l'usine de fabrication jusqu'à son recyclage.
- **Des métiers exercés par passion.**
- **Des métiers ouverts à tous et à toutes** : la féminisation est un enjeu majeur, l'inclusion de manière générale.
- **L'offre de formation est structurée**, développée partout France : du CAP au diplôme d'ingénieur.
- **L'alternance est la voix royale** de l'entrée dans les métiers des services de l'automobile, garantissant une excellente insertion professionnelle, **en particulier via les certifications de la branche.**

Une évolution stratégique : la clé du succès

L'ANFA souhaite mettre en œuvre, à partir de 2025, une évolution stratégique de son action de promotion des métiers. Cette évolution s'incarne notamment dans le déploiement d'une stratégie publicitaire annualisée, qui a pour objectif de permettre une meilleure empreinte mémorielle de ses deux marques phares : Métiers Services Auto et JobToMove.

Suite au succès des deux éditions de la campagne grand public « Un monde à faire tourner », en novembre 2023 puis en novembre 2024, et à celui de la campagne de lancement de son nouveau jobboard JobToMove en octobre 2024, l'ANFA souhaite désormais développer une approche stratégique misant sur la régularité de la visibilité de ces deux marques.

L'accompagnement à la conception de cette stratégie et à son déploiement est l'objet de cet appel d'offres.

Outre les messages mentionnés ci-dessus, quatre enjeux doivent structurer cette stratégie :

- La mise en place d'une démarche RSE au sein de l'ANFA, au cœur de laquelle une approche de communication responsable jouera un rôle prépondérant.
- La montée en puissance de l'électrification dont les impacts sont immenses sur les métiers ainsi que sur les profils à recruter, dans un contexte de transition écologique qui concerne fortement le secteur des transports, premier secteur émetteur de gaz à effet de serre en France.
- La régionalisation : l'ANFA souhaite combiner une approche nationale à une approche régionale, permettant d'être impactant dans les territoires, en fonction de leurs spécificités.
- L'innovation et l'audace dans les campagnes, aussi bien du point de vue de l'image donnée des métiers et de formations qu'en termes de canaux et supports utilisés, au regard des cibles visées.

1. OBJET ET CARACTERISTIQUES PRINCIPALES DU MARCHÉ

1.1 Objets et durée

Le présent marché vise la sélection d'un ou plusieurs prestataires qui accompagneront le service Communication et promotion des métiers de l'ANFA dans la conception et le déploiement de sa nouvelle stratégie publicitaire dédiée à ses deux marques Métiers Services Auto et JobToMove.

Les axes principaux de la mission confiée au prestataire sélectionné sont les suivants :

- Accompagnement à la conception stratégique
- Conception et déploiement d'un plan média prenant appui sur les assets existants (2025)
- Conception, production et déploiement d'une nouvelle campagne et du plan média associé (2026-2027)

Le présent marché est d'une durée de trois ans : 2025, 2026 et 2027.

1.2 Allotissement

La consultation est décomposée en trois lots distincts :

- **LOT 1 : ACCOMPAGNEMENT A LA STRATEGIE ET DEPLOIEMENT D'UN PLAN MEDIA EN 2025, SUR LA BASE DES ASSETS EXISTANTS**
- **LOT 2 : CONCEPTION ET CREATION D'UNE NOUVELLE CAMPAGNE PUBLICITAIRE (2025-2026)**
- **LOT 3 : CONCEPTION ET DEPLOIEMENT D'UN PLAN MEDIA ASSOCIE A LA NOUVELLE CAMPAGNE PUBLICITAIRE EN 2026 ET 2027**

LOT 1 – Accompagnement à la stratégie et déploiement d'un plan média en 2025, sur la base des assets existants

Le prestataire sélectionné devra :

- d'une part, accompagner le service Communication et promotion des métiers dans la conception de sa nouvelle stratégie publicitaire annualisée,
- d'autre part assurer le déploiement d'un plan média dès 2025, sur la base des assets existants.

L'année 2025 sera une année de transition permettant la réflexion et la conception de la nouvelle stratégie, avant son déploiement en 2026 et 2027.

Sur le volet de la conception de la nouvelle stratégie publicitaire annualisée, le candidat devra proposer à l'ANFA une méthodologie de travail favorisant une approche de co-construction associant les membres du service Communication et promotion des métiers à la réflexion. L'enjeu est de permettre de capitaliser au maximum sur les campagnes précédentes et sur l'expérience des membres du service, afin de concevoir une stratégie innovante et permettant une optimisation des investissements financiers. L'attendu de l'accompagnement sur la conception de la nouvelle stratégie publicitaire porte à la fois sur le volet créatif (messages, canaux, image, etc.) et sur le volet d'achats d'espaces, le tout dans une attention particulière portée aux publics ciblés.

Le plan média à déployer en 2025 portera sur les deux marques phares de l'ANFA : Métiers Services Auto et JobToMove. Le candidat doit intégrer ces deux marques à sa réponse au présent appel d'offres. Une attention particulière sera portée à l'articulation cohérente entre la promotion des deux marques.

Le plan média 2025 reprendra les concepts et assets existants des deux campagnes dédiées :

- La campagne *Un monde à faire tourner* de la marque Métiers Services Auto
- La campagne *C'est simple comme JobToMove*

Le plan média annualisé proposé devra être multicanal (TV, replay, radio, cinéma, opérations spéciales, web programmatique, podcasts, activations, influenceurs, etc.) dédié aux deux marques précitées, Métiers Services Auto et JobToMove.

Le plan média n'inclura pas le SEA, piloté en direct par l'ANFA.

Le prestataire sélectionné pourra proposer d'autres dispositifs lui semblant pertinents (affichage urbain et transports, etc.). L'ANFA sera particulièrement attentive à des propositions de canaux et supports innovants au regard des publics visés.

Le prestataire sélectionné devra, suite à des sessions de brief avec les membres du service Communication et promotion des métiers de l'ANFA, produire une note présentant le plan média détaillé, en fonction des publics ciblés.

Il lui reviendra de négocier les achats d'espaces auprès des régies. **Le prestataire sélectionné agira en qualité de mandataire payeur.**

Seront attendus des points d'étape réguliers afin de garantir l'optimisation des investissements, ainsi qu'une réunion de bilan en fin d'année, avec rendu d'un bilan quantitatif et qualitatif écrit.

Sur le lot 1 couvrant exclusivement l'année 2025, **le budget dédié au plan média devra représenter 90% minimum** du budget global alloué au lot, le souhait du commanditaire étant de favoriser une diffusion le plus large possible de la campagne à travers une multitude de canaux (médias de masse, digital, activations, etc.).

LOT 2 – Conception et création d'une nouvelle campagne publicitaire (2025-2026)

Le prestataire sélectionné aura en charge la création d'une nouvelle campagne publicitaire, composée d'un spot TV, d'un spot radio, de quatre affiches (une par véhicule : auto, moto, camion, vélo), de contenus destinés aux réseaux sociaux (en organique et en paid, qu'il s'agisse de contenus statiques ou vidéos), ainsi que la production de tous les assets nécessaires à la mise en œuvre du plan média.

Suite à des sessions de brief avec les membres du service Communication et promotion des métiers de l'ANFA, le prestataire sélectionné devra produire une note stratégique (définition de l'axe publicitaire, univers/ambiance générale du message, slogan et ébauche de création), répondant aux enjeux de la stratégie publicitaire annualisée. Il lui reviendra ensuite de livrer les feuilles de route des plans actés, ainsi que tous les assets (affiche, spot TV, spot radio, déclinaisons digitales, contenus destinés aux réseaux sociaux, et tous supports pour le déploiement du plan média, etc.).

Cette nouvelle campagne publicitaire portera bien sur les deux marques précitées : Métiers Services Auto et JobToMove. S'il pourra être envisagé que chaque marque dispose de sa propre campagne, l'ANFA attend du prestataire qu'il soit force de proposition sur une articulation cohérente entre les deux campagnes.

LOT 3 – Conception et déploiement d'un plan média associé à la nouvelle campagne publicitaire en 2026 et 2027

Le prestataire sélectionné aura en charge la conception et le déploiement du plan média multicanal annualisé (TV, replay, radio, cinéma, opérations spéciales, web programmatique, podcasts, activations, influenceurs, contenus destinés aux réseaux sociaux en organique et en paid, etc.) dédié aux deux marques précitées, Métiers Services Auto et JobToMove.

Le plan média n'inclura pas le SEA, piloté en direct par l'ANFA.

Le prestataire sélectionné pourra proposer d'autres dispositifs lui semblant pertinents (affichage urbain et transports, etc.). L'ANFA sera particulièrement attentive à des propositions de canaux et supports innovants au regard des publics visés.

Le prestataire sélectionné devra, suite à des sessions de brief avec les membres du service Communication et promotion des métiers de l'ANFA, produire une note présentant le plan média détaillé, en fonction des publics ciblés.

Il lui reviendra de négocier les achats d'espaces auprès des régies. **Le prestataire sélectionné agira en qualité de mandataire payeur.**

Seront attendus des points d'étape réguliers afin de garantir l'optimisation des investissements, ainsi qu'une réunion de bilan en fin d'année, avec rendu d'un bilan quantitatif et qualitatif écrit.

2. DISPOSITIONS SPECIFIQUES DU MARCHÉ

2.1. Recours à l'intelligence artificielle (IA)

L'ANFA prend acte de la montée en puissance du recours à l'intelligence artificielle (IA) dans les métiers de la communication, du marketing et de la publicité. Dans le cadre du présent marché, il est attendu du futur prestataire :

- Qu'il respecte le Règlement Européen sur l'Intelligence Artificielle (RIA), entré en vigueur le 13 juin 2024 et notamment ne pas utiliser de système d'IA interdit par ce règlement.
- Qu'il indique dans le cadre de sa réponse au présent marché s'il dispose d'une charte d'usages de l'IA, et qu'il la fournisse le cas échéant,
- Dans l'hypothèse où le candidat ne dispose pas d'une charte détaillant ses usages de l'IA, qu'il s'engage dans le cadre de sa réponse au présent marché et tout au long du marché s'il lui est attribué, à indiquer de manière systématique à l'ANFA quels sont ses usages de l'IA,
- Qu'il propose, dans le cadre du marché s'il lui est attribué, pour les propositions créatives (cf. lot 2), a minima une piste n'ayant pas recours à l'IA,
- Qu'il s'engage à systématiquement intégrer une mention informant les publics visés du recours à l'IA sur la création des visuels.

2.2. Démarche RSE

L'ANFA s'engage dans une démarche RSE qui s'incarne notamment dans une politique d'achats responsables. Dans ce contexte et dans le cadre du présent marché, il est attendu du futur prestataire :

- Qu'il indique dans le cadre de sa réponse au présent marché quels sont les engagements de sa propre démarche RSE le cas échéant,
- Qu'il intègre, tout au long du marché s'il lui est attribué, une démarche de respect des axes et enjeux fondamentaux de la communication responsable telle que définie par l'ADEME,
- Qu'il s'engage à favoriser des modalités de création et de production dans une logique de réduction de l'empreinte carbone, en favorisant notamment l'éco-conception,
- Qu'il s'engage à informer et conseiller l'ANFA dans des choix éclairés afin de réduire l'empreinte carbone de sa stratégie publicitaire (conception/création d'une part, plan média d'autre part),
- Qu'il soit en mesure de fournir a posteriori des éléments chiffrés de l'empreinte carbone (en kg de CO2e) des activités déployées dans le cadre du présent marché (conception/création, plan média).

3. RECEPTION ET EVALUATION DES CANDIDATURES

L'ensemble des éléments listés ci-dessous sont attendus dans la réponse à l'appel d'offres, quel que soit le lot faisant l'objet d'une réponse.

3.1. Présentation du prestataire et références

Le prestataire devra présenter :

- Ses références,
- L'équipe projet dédiée,
- Des références de projets déjà réalisés (une par lot si le prestataire répond à plusieurs lots)
- Sa charte d'usages de l'IA s'il en existe une (cf. 2.1.)
- Ses engagements RSE (cf. 2.2.)

3.2. Cahier technique

Le prestataire devra fournir un cahier technique rassemblant les documents suivants :

- Note de compréhension du projet par le candidat,
- Note de définition de la méthodologie et des recommandations,
- Devis détaillé incluant les tarifs jours/homme par type de profil.

Attendus spécifiques pour le lot 1 – Accompagnement à la stratégie et déploiement d'un plan média en 2025, sur la base des assets existants

- Proposition d'un plan média multicanal dédié aux deux marques Métiers Services Auto et JobToMove sur la base d'un budget de 990 000 HT (90% minimum du budget global du lot)
- Proposition de méthodologie d'accompagnement à la réflexion stratégique impliquant les membres du service Communication et promotion des métiers (étapes, planning, budget)

Attendu spécifique pour le lot 2 - Conception et création d'une nouvelle campagne publicitaire

- Composition d'un book présentant trois campagnes antérieures dont les enjeux créatifs attestent de la capacité à adresser les enjeux de la promotion des deux marques Métiers Services Auto et JobToMove

Attendus spécifiques pour le lot 3 – Conception et déploiement d'un plan média

- Proposition d'un plan média multicanal dédié aux deux marques Métiers Services Auto et JobToMove

4. CRITERES DE JUGEMENT ET DE SELECTION DES OFFRES

Les propositions évaluées seront classées au regard des critères suivants sur un total de 100 points :

1. L'expérience et les références sur ce type de prestations (15 points)
2. La valeur créative des propositions (sur 20 points)
3. La pertinence et l'efficacité du dispositif proposé compte tenu des objectifs (20 points)
4. L'intégration des enjeux de communication responsable, d'éco-conception, de réduction et de chiffrage a posteriori de l'empreinte carbone (15 points)
5. Le prix (sur 30 points)

5. ESTIMATION BUDGETAIRE

Lot 1 - Accompagnement à la stratégie et déploiement d'un plan média en 2025, sur la base des assets existants

Le budget du lot 1 est de 1 100 000 HT. 990 000 HT, soit 90% minimum du budget du lot devra être consacré au plan média.

Lot 2 - Conception et création d'une nouvelle campagne publicitaire

Le budget du lot 2 est estimé à 600 000 HT. Le montant exact sera soumis au vote du budget 2026 par le Conseil de Gestion de l'ANFA fin 2025.

Lot 3 – Conception et déploiement d'un plan média

Le budget du lot 3 est estimé à 2 600 000 HT par an (2026 et 2027). Le montant exact sera soumis au vote du budget 2026 par le Conseil de Gestion de l'ANFA fin 2025 et au vote du budget 2027 adopté fin 2026.

6. DUREE DE LA PRESTATION ET DU MARCHÉ

Le marché du lot 1 est conclu pour une durée d'un an à compter de sa notification.

Le marché du lot 2 est conclu pour deux ans, 2025 et 2026.

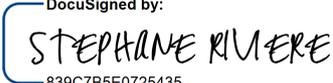
Le marché du lot 3 est conclu pour l'année 2027, et reconductible pour une année sur décision expresse de l'ANFA.

7. PROTECTION DES DONNEES PERSONNELLES

Pour la présente consultation, l'acheteur et le candidat, agissant en qualité de responsable du traitement distinct, font leur affaire des obligations leur incombant au titre de la réglementation relative à la protection des données à caractère personnel, en particulier du règlement 2016/679 du 27 avril 2016 relatif à la protection des personnes physiques à l'égard du traitement des données à caractère personnel et à la libre circulation de ces données ainsi que toute disposition légale ou réglementaire nationale et européenne, en particulier la loi Informatique et Libertés modifiée, ainsi que l'ensemble des recommandations, délibérations et autres normes édictées par la Commission Nationale de l'informatique et des Libertés.

Fait à Meudon, le 08/01/2025

Monsieur Stéphane RIVIERE

DocuSigned by:

839C7B5E0725435...
Président

Monsieur Bernard GUYOT


Vice-Président