

**Marché à procédure adaptée**

*Marché n°001-2016*

**Article 28 du Code des marchés publics**

## **Cahier des clauses techniques et particulières**

*Objet du marché*

**ACCOMPAGNEMENT DE LA COMMISSION NATIONALE DU  
DEBAT PUBLIC EN MATIERE DE MISSION DE GESTION DES  
RELATIONS MEDIAS**

## 1. Contexte de la mission

Créée en 1995 par la « loi Barnier » qui instaure le débat public, la Commission nationale du débat public (CNDP) est devenue en 2002 une autorité administrative indépendante, garante de la participation du public.

Indépendante et neutre, elle a pour mission de permettre l'expression la plus large possible de toutes les parties concernées (pouvoirs publics, élus, associations, experts, riverains, grand public,...) pendant la phase d'élaboration du projet, avant que les principales caractéristiques n'en soient fixées. Pour chaque projet pour lequel elle est saisie, la CNDP peut soit décider d'organiser un débat et en délègue l'animation à une commission ad-hoc, soit de recommander au maître d'ouvrage une concertation sous l'égide d'une personnalité indépendante garante du processus. Dans tous les cas, elle a pour mission de veiller à la participation du public jusqu'à l'enquête publique, et à l'information du public, jusqu'à la réalisation des travaux.

La CNDP a également pour mission de conseiller les autorités compétentes ou tout maître d'ouvrage sur toute question relative à la concertation avec le public, d'émettre tous avis et de formuler des recommandations de nature à favoriser et à développer la concertation avec le public.

A titre d'exemple, l'activité de la CNDP en 2015 s'est articulée autour de l'organisation de six débats publics en région, le débat citoyen planétaire dans le cadre de la COP21, de la tenue d'un barcamp dans le cadre de la semaine de l'innovation publique.

Son plan de communication repose sur : l'envoi mensuel d'une lettre électronique, une présence sur les réseaux sociaux, des interventions en colloque, des interviews, des publications de tribunes et d'articles dans la presse spécialisée ou généraliste.

Les supports de communication, élaborés dans le respect de la charte graphique de la CNDP, sont les suivants :

- communiqués de presse mensuels suite aux séances plénières,
- rapport annuel d'activités,
- un site Internet,
- plaquettes de présentation de la CNDP,
- compte rendus des présidents de CPDP,
- bilans de débat public du président de la CNDP,
- documents issus des événements organisés par la CNDP (sondages, actes de colloque, films, plaquettes du Débat Citoyen Planétaire ...).

Par ailleurs, la CNDP dispose d'un chargé de communication numérique pour la gestion de son portail internet, la rédaction de la newsletter mensuelle et l'administration des comptes Facebook et Twitter.

Malgré ces différentes actions, malgré une présence en région à travers les CPDP et les garants de concertation, le positionnement et de le rayonnement de la CNDP dans le paysage de la démocratie participative se révèlent insuffisants.

Un travail de médiatisation plus grand public, mais également auprès de ses parties prenantes, permettrait sur le moyen et le long terme d'installer la CNDP comme une des principales références en matière de démocratie participative et de diffuser la culture du débat public.

Au cours de l'année 2016, des évolutions législatives devraient élargir le champ de mission de la CNDP, en lui conférant une place centrale dans la participation du public.

Le marché, conclut initialement pour une année sera susceptible d'être reconduit une fois.

## 2. Objet du marché

Ce marché, strictement limité aux relations médias, constitue un des volets du plan de communication de la CNDP.

A ce titre, pour accompagner cette montée en puissance de l'institution, la CNDP recherche une agence, d'une part, pour l'élaboration d'une stratégie de relations médias tous supports confondus (relations presse et partenariats médias), incluant des productions éditoriales et leur conduite (diffusion, publication), et, d'autre part, pour un accompagnement s'agissant de toute opération ponctuelle organisée par la CNDP ou à laquelle elle participe, non planifiée, liée à l'actualité ou à une action particulière. Un consultant ayant l'habitude de travailler sur les problématiques institutionnelles et environnementales sera dédié à la CNDP. Il servira d'interface pour toutes les demandes presse la concernant.

L'objectif est, au travers d'un dispositif de relations médias performant, de contribuer à :

- accroître la visibilité des débats publics et des concertations,
- renforcer la culture du débat et sensibiliser à la participation du public en France,
- développer la notoriété de la CNDP auprès des institutionnels, des collectivités, des maîtres d'ouvrage, des associations et de la société civile.

Les publics visés sont :

- le grand public,
- les jeunes (collégiens, lycéens, étudiants),
- les collectivités territoriales,
- le monde politique, les élus nationaux et locaux,
- les institutions publiques,
- les associations,
- les syndicats,
- les leaders d'opinion.

Il sera indispensable de travailler des éléments de langage et des argumentaires qui s'adaptent à ces différentes cibles pour que les messages de la CNDP soient audibles et la communication réussie.

Le titulaire sera en lien avec les chargés de mission de la CNDP, notamment le chargé de la communication numérique. Le titulaire devra également travailler en association avec les autres prestataires de la CNDP (par exemple : communication, studio graphique...) et en étroite collaboration avec les CPDP, en particulier avec leur secrétariat général et leurs prestataires en charge des relations médias.

## 3. Les prestations globales attendues

Pour assurer la médiatisation de CNDP, le titulaire élaborera une stratégie vis-à-vis des médias et en assurera, après validation, sa mise en œuvre et le suivi, en collaboration avec les chargés de mission de la CNDP.

## 4. Détail des prestations

Le plan média comprendra à minima les volets suivants :

- **Élaboration d'un fichier presse:**  
Le prestataire devra être en mesure d'élaborer et de présenter à la CNDP un fichier presse rassemblant tous les contacts presse relatifs à l'activité de la CNDP et au

secteur dans lequel elle évolue : géographique, professionnel, environnemental, administratif, social, économique et politique, etc.

Ce fichier devra comprendre des bloggeurs et twittos influents.

Ce fichier devra être mis à la disposition de la CNDP pour l'envoi de son communiqué de décisions et de sa lettre électronique au début de chaque mois.

- **Partenariat médias :**

Mettre en place l'ensemble des partenariats médias selon les publics visés (identifier les contacts et supports médias qui pourraient être des relais pertinents d'information).

- **Gestion des relations presse :**

Toutes les demandes reçues seront soumises à la CNDP, une note sera préparée pour chaque rendez-vous presse et un consultant accompagnera la CNDP si besoin lors des rendez-vous médias.

- **Rédaction et production de dossiers de presse, de communiqués :**

- Constitution et mise à jour permanente d'un dossier de presse sur la CNDP, conformément à la charte graphique. Celui-ci devra prendre la forme d'un format informatique et sera ainsi décliné sur le web (format pdf mis en page). Néanmoins il devra satisfaire aux besoins de l'édition d'un format papier. La forme et le fond seront à proposer.

- Rédaction et diffusion de communiqués de presse sur les actions de la CNDP (participation à des manifestations, Colloques, ...).

Après les corrections et la validation, le prestataire assurera lui-même la diffusion des communiqués auprès des Journalistes.

- **Organisation régulière d'entrevues entre la CNDP et les journalistes :**

Afin d'améliorer la représentativité dans la presse qu'elle soit locale, nationale ou spécialisée, il serait intéressant d'organiser des rendez-vous réguliers entre le Président de la CNDP et les journalistes ou rédacteurs en chef de certains supports à définir

Le titulaire devra être présent le cas échéant aux conférences, réunions publiques ou manifestations organisées par la CNDP.

- **Assurer la médiatisation des actions de communication :** parutions du rapport d'activités, parution du bilan des débats et des concertations, parutions d'échos ou citations dans des articles dans la presse écrite, intervention dans des émissions audiovisuelles, interviews.

- **Proposer des invitations auprès des émissions radiophoniques ou télévisées de référence** (C dans l'air, BFM business, journal de France Culture).

- **Produire des articles journalistiques** sur les activités de la CNDP, sur les débats et les concertations, sur les CPDP et les garants et assurer leur publication, dans les rubriques tribunes de site Internet de référence (latribune.fr, lesechos.fr, lemonde.fr, lehuffingtonpost.fr ou dans la presse écrite nationale (Les Echos, ...), régionale ou spécialisée.

Le titulaire évaluera la pertinence de créer un profil sur le cercladesechos.fr, permettant de publier des textes et de créer une vitrine pour les journalistes à la recherche d'information.

- **Mise en place d'un tableau de bord hebdomadaire et d'une note d'analyse des actions médias :** l'ensemble des interventions réalisées donnera lieu à un tableau de bord hebdomadaire. Le prestataire devra évaluer, sur une périodicité à définir, la qualité des actions médias et leurs retombées. Cette analyse qualitative et quantitative devra donner lieu si besoin à un réajustement de la stratégie définie et des propositions d'amélioration ou de recadrage.

## 5. Les prestations complémentaires

- **Organisation de conférences de presse :**  
Lors des événements publics de la CNDP, le prestataire assurera l'invitation des journalistes, leur encadrement, le suivi des interviews et les captations audiovisuelles. Cette prestation comprend l'établissement :
  - de tableaux de suivi des contacts des journalistes (gestion amont et aval),
  - de la liste des médias dont la présence est confirmée (à fournir la veille)
  - d'une synthèse et d'un document d'évaluation à l'issue de l'événementIl est considéré comme compris dans ce dispositif, hors location de salle, toute la démarche de préparation de la conférence et les actions nécessaires à la bonne gestion de l'événement, que ces actions se situent en amont, pendant ou en aval de la manifestation.  
Exemple d'événements :
  - lors de la sortie du rapport d'activité,
  - pour un projet spécifique et/ou un événement particulier.
- **Impression :**  
Le cas échéant, le prestataire assurera l'impression des invitations presse et dossiers de presse.
- **Assistance pour les relations presse pour un débat public :**  
La presse est un élément majeur pour la diffusion de l'information et la mobilisation du public pendant le débat.  
La mission a pour objectif d'apporter une assistance pour assurer les relations avec la presse nationale, régionale, spécialisée, tous types de médias confondus, en cohérence entre les relations presse de la CNDP et de chaque débat public.