



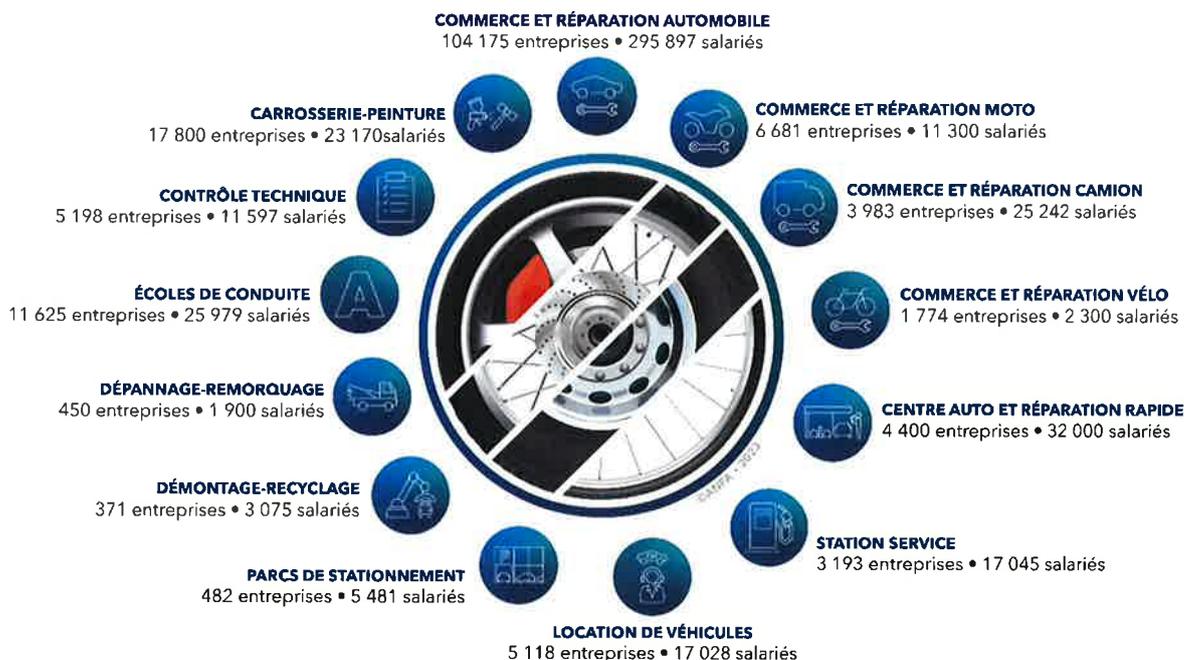
## **CAHIER DES CHARGES**

### **Marché à procédure adaptée « Campagne de communication pour le lancement d'un nouveau jobboard »**

Date limite de réception des plis :  
VENDREDI 22 MARS 2024 A 16 H

## 1. La branche des services de l'automobile

La branche des services de l'automobile représente les métiers liés à l'automobile, à la moto, au camion et au vélo pendant l'ensemble de la durée de vie du véhicule, une fois sortie de l'usine, jusqu'à sa déconstruction et son recyclage. Elle s'organise autour de 13 secteurs d'activités.



170 000  
Entreprises



421 000  
Salariés



48,6 M  
Véhicules  
entretenus

En 2022/2023, 68 500 jeunes étaient en formation du CAP au diplôme d'ingénieur, dont 30 500 jeunes sous statut scolaire et 38 000 alternants.

400 établissements de formation (organismes de formation, CFA -Centres de Formation d'Apprentis- et lycées professionnels) dispensent des formations automobiles. L'ANFA anime plus spécifiquement un réseau de 80 CFA répartis sur 100 sites, avec pour finalité le développement qualitatif des formations dispensées par apprentissage dans la branche.

## 2. L'ANFA : ses missions et son périmètre

Comprendre les missions de l'ANFA en 1min30 : <https://www.youtube.com/watch?v=pw0cJn2XLqI>

L'ANFA (Association Nationale pour la Formation Automobile) est chargée par la Commission paritaire nationale de la branche des services de l'automobile de la mise en œuvre de dispositifs relevant de sa politique nationale de formation. En prise directe avec les multiples évolutions qui caractérisent le

champ de la formation professionnelle et les mutations du secteur (évolutions technologiques et réglementaires, bouleversement des mobilités), l'ANFA se donne trois objectifs majeurs :

- Pérenniser les entreprises, l'emploi et l'insertion des jeunes dans les services de l'automobile,
- Accompagner les acteurs de la branche face aux évolutions,
- Susciter des vocations et accompagner les carrières professionnelles dans des métiers d'avenir, via des dispositifs de formation initiale et continue.

#### **Afin de mener à bien ces missions, l'ANFA :**

- 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 ;
- Gère, suit et développe les outils de promotion des emplois.

L'ANFA assure le pilotage de projets confiés par la branche et, à ce titre, collabore avec de nombreux partenaires, en particulier OPCO Mobilités, opérateur de compétences des métiers de la mobilité.

Les missions de l'ANFA sont financées par la taxe fiscale (taxe pour le développement de la formation professionnelle dans les métiers de la réparation de l'automobile, du cycle et du motocycle, visée à l'article 1609 sexvicies du Code Général des Impôts).

#### ***Le service Communication de l'ANFA***

Le service Communication de l'ANFA pilote à la fois la communication institutionnelle (notamment via le site [anfa-auto.fr](http://anfa-auto.fr) et la page LinkedIn ANFA) et la mission de promotion des métiers, déployée via un territoire de marque spécifique, « Métiers Services Auto », qui dispose de sa propre charte graphique.

La **communication institutionnelle** a pour objectif de valoriser les actions et les contenus produits par l'ANFA, au sein de son réseau (branche des services de l'automobile, organismes de formation, CFA partenaires, Education Nationale...) et, plus largement, de l'écosystème emploi-formation. De la publication d'enquêtes au développement d'outils innovants de formation, ces actions offrent un panel de sujets en lien avec les actualités de l'emploi, de la formation et des nouvelles technologies. En bref, il s'agit de valoriser et faire rayonner l'engagement et la capacité d'innovation de l'ANFA en faveur de l'une des principales branches professionnelles de France.

L'action de **promotion des métiers**, mission historique de l'ANFA, vise à promouvoir les métiers et les formations de la branche des services de l'automobile afin de susciter des vocations et, donc, d'encourager l'entrée en formation et notamment en alternance. A ce titre, le public cible prioritaire de l'action de promotion des métiers est constitué des jeunes en phase d'orientation (collégiens à partir de la 4<sup>ème</sup>, ainsi que les lycéens en potentielle situation de réorientation). Les demandeurs d'emploi et les salariés en reconversion professionnelle constituent également une cible, dans le cadre

d'opérations plus spécifiques. La cible secondaire de l'action est constituée de la communauté des prescripteurs (aussi bien les parents et l'entourage du jeune que les enseignants, les personnes et institutions en charge de l'orientation).

L'action de promotion des métiers mise en œuvre par l'ANFA est multicanale. Le digital y occupe une place prépondérante, via un site portail de découverte des métiers et formations (metiers-services-auto.com) et une présence sur les réseaux sociaux (Facebook, Instagram et TikTok).

[https://www.facebook.com/metiersservicesauto/?locale=fr\\_FR](https://www.facebook.com/metiersservicesauto/?locale=fr_FR)

[https://www.instagram.com/metiers\\_services\\_auto/?hl=fr](https://www.instagram.com/metiers_services_auto/?hl=fr)

[https://www.tiktok.com/@metiers\\_services\\_auto](https://www.tiktok.com/@metiers_services_auto)

### 3. Les attendus de la prestation

#### ***Un enjeu majeur : un nouveau jobboard***

L'une des problématiques majeures à laquelle sont actuellement confrontées les entreprises des services de l'automobile est le recrutement. Comme en témoigne l'enquête *Recrutement* publiée par l'Observatoire des métiers des services de l'automobile, les difficultés à recruter sont nombreuses et croissantes (<https://www.anfa-auto.fr/observatoire/lemploi/marche-du-travail>).

Afin d'apporter un service optimisé aux entreprises, les partenaires sociaux ont mandaté l'ANFA pour créer un nouveau jobboard, en remplacement de l'outil actuel, monjobauto.fr. Une refonte totale de la plateforme est actuellement en cours. Les partenaires sociaux ont également émis le souhait que le jobboard change de nom, afin d'installer une nouvelle marque, plus en adéquation avec la branche. Le futur jobboard devra notamment permettre une meilleure valorisation des offres par l'entrée « véhicule », afin de pouvoir communiquer de manière ciblée sur l'automobile, le camion, la moto ou le vélo.

Un travail de naming a été mené en 2023, aboutissant à la création d'un nouveau nom et d'un logo associé.

**Le nouveau jobboard verra le jour en septembre 2024. Afin de lancer cette nouvelle marque, l'ANFA souhaite déployer une campagne de communication d'ampleur, qui est l'objet du présent marché.**

**L'ANFA est donc à la recherche d'un prestataire chargé de l'accompagner dans la création et le déploiement de cette campagne de communication à l'occasion du lancement de ce nouveau jobboard.**

#### **1. Objectifs**

Cette campagne doit répondre aux objectifs suivants :

- Révéler la nouvelle marque ;
- Installer la marque dans le paysage des jobboards, comme étant le jobboard unique dédié spécifiquement aux métiers des services de l'automobile, en valorisant l'entrée par véhicule (auto/moto/camion/vélo) ;
- Amorcer la création d'un réflexe de consultation de ce jobboard pour toutes les personnes cherchant un emploi dans la branche ;
- Générer des connexions sur les offres et des actes de candidature.

## **2. Publics ciblés et messages principaux**

L'enjeu est de toucher prioritairement les personnes cherchant un emploi dans les métiers des services de l'automobile afin de créer un réflexe de consultation du nouveau jobboard, qui doit devenir la référence. Les publics ciblés sont :

- Des jeunes diplômés/certifiés,
- Des salariés de la branche en recherche d'une mobilité professionnelle,
- Des demandeurs d'emploi,
- Des personnes en reconversion professionnelle souhaitant rejoindre la branche.

L'échelle géographique est celle de la France entière, les personnes ciblées se situant aussi bien dans les grandes agglomérations qu'en zones péri-urbaines et rurales.

Les messages principaux identifiés à ce stade sont les suivants :

- *Un jobboard unique pour toutes les offres d'emploi des services de l'automobile*
- *Un jobboard permettant de trouver des offres d'emploi par véhicule (auto/moto/camion/vélo)*
- *Une branche qui recrute, majoritairement en CDI, offre des perspectives d'évolution de carrière, notamment grâce à la formation*
- *Un outil simple, ergonomique, à jour*
- *Des offres pour des métiers de proximité et de service, présents partout sur le territoire, proches de leurs clients, non délocalisables*

Il sera attendu du prestataire qu'il soit force de proposition sur l'identification des messages en fonction des publics ciblés et des spécificités de la branche.

## **3. Enjeux**

Le prestataire devra concevoir la campagne en intégrant les enjeux suivants :

- Le nouveau jobboard s'inscrit dans une stratégie globale de promotion des métiers et des formations des services de l'automobile déployée par l'ANFA : la campagne devra s'inscrire dans cette stratégie, en trouvant sa cohérence dans sa ligne éditoriale et graphique.
- La campagne de communication dédiée au jobboard sera, en principe, suivie, dans le temps, par une deuxième édition de la grande campagne de promotion des métiers des services de l'automobile (la première édition ayant eu lieu en novembre 2023 : <https://www.anfa-auto.fr/actualites/la-branche-des-services-de-lautomobile-lance-une-campagne-de-communication-nationale>). Une cohérence entre les deux campagnes devra être proposée par le prestataire, afin que la grande campagne à suivre puisse agir comme une caisse de résonance à la campagne dédiée au jobboard.
- L'action de communication autour du jobboard se poursuivra nécessairement au-delà de la campagne de lancement : celle-ci doit donc fournir des contenus pouvant être réutilisés au long cours.

## **4. Mission du prestataire et livrables**

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

- Accompagnement à la réflexion stratégique auprès du service Communication de l'ANFA ;
- Conception de la campagne et d'un plan média associé ;
- Mise en œuvre et production ;
- Achat des espaces publicitaires requis.

Le prestataire aura en charge la conception et la production de tous les assets nécessaires au déploiement du plan média qu'il aura préconisé, en cohérence avec les publics ciblés et le budget disponible. Il procédera également aux achats d'espaces publicitaires requis par le plan média.

Le prestataire sélectionné devra, à la suite de sessions de brief avec le service Communication de l'ANFA, produire une note stratégique (définition de l'axe publicitaire, univers/ambiance générale du message, slogan et ébauche de création). Il lui reviendra ensuite de livrer les feuilles de route des plans actés, ainsi que tous les assets.

Seront également attendus une réunion de bilan a posteriori ainsi qu'un bilan quantitatif et qualitatif écrit.

#### 4. Planning

La campagne de lancement du jobboard est prévue du 30 septembre au 31 octobre 2024 (quatre semaines).

#### 5. Budget

Le budget de la prestation est 165 000 € HT. Il inclut :

- Les honoraires du prestataire,
- La conception, la production et la livraison des assets,
- La conception du plan média et l'achat des espaces requis.

Une attention particulière sera portée à la négociation des droits d'utilisation des assets produits, permettant leur exploitation dans la durée par l'ANFA.

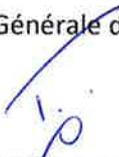
Le prestataire sera désigné mandataire par l'ANFA pour l'achat des espaces publicitaires. Le budget d'achats d'espaces envisagé, non inclut dans ce marché, est de 500 000 € HT. Les achats d'espaces seront facturés à l'ANFA.

#### 6. Protection des données personnelles

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.

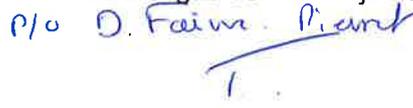
Fait à Meudon, le 14 Février 2024

La Déléguée Générale de l'ANFA



Dominique FAIVRE-PIERRET

Le Délégué Général Adjoint



Guillaume FAURIE

**ANFA**  
43 bis, Route de Vaugirard  
92190 MEUDON  
Tél. 01 41 14 16 18  
N° SIRET : 784 671 497 00385  
www.anfa-auto.fr