



CAHIER DES CHARGES

Marché à Procédure Adaptée
« Stratégie, création et publication de contenus social
media pour l'action de promotion des métiers et des
formations des services autos de l'ANFA »

Date limite de réception des plis :
Vendredi 6 novembre à 12h00

Préambule

1. Présentation de l'ANFA

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 les réseaux des CFA Pilotes et des lycées professionnels partenaires, 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.

Pour en savoir plus sur l'ANFA : <https://www.anfa-auto.fr/anfa/missions>

2. Présentation de la mission de Promotion des métiers de l'ANFA

Le service Communication et promotion des métiers de l'ANFA pilote à la fois la communication institutionnelle (notamment via le site anfa-auto.fr et la page LinkedIn ANFA) et la mission de promotion des métiers, déployée via deux territoires de marques spécifiques disposant de leur propre charte graphique respective :

- Métiers Services Auto : pour s'informer sur les métiers et formations
- JobToMove : pour trouver un emploi

Au travers de Métiers Services Auto, 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, 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^{ème}, ainsi que les lycéens en potentielle situation de réorientation). 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).

Les demandeurs d'emploi et les salariés en reconversion professionnelle constituent également une cible, dans le cadre d'opérations plus spécifiques et via la marque de la plateforme d'emploi spécialisée de la branche jobtomove.fr.

L'action de promotion des métiers mise en œuvre par l'ANFA est multicanale. Le digital y occupe une place prépondérante, via un site de découverte des métiers et formations (metiers-services-auto.com) et une présence sur les réseaux sociaux (Facebook, Instagram et Tiktok). Ces derniers étant devenus un moyen incontournable de toucher les cibles visées, l'ANFA souhaite :

- y développer fortement sa présence,
- y renforcer la visibilité de ses actions,
- gagner en cohérence éditoriale,
- améliorer son impact et ses performances.

Les métiers des services automobiles sur les réseaux sociaux :

https://www.facebook.com/metiersservicesauto/?locale=fr_FR

https://www.instagram.com/metiers_services_auto/?hl=fr

https://www.tiktok.com/@metiers_services_auto

La marque JobToMove ne possédant pas de canal de communication en propre, sa promotion se fait de manière régulière via les comptes mentionnés ci-dessus.

Focus « Les services de l'automobile »

La branche professionnelle des « services de l'automobile » désigne la filière dite de « l'aval » - et non de « l'amont » qui concerne, elle, la métallurgie, c'est-à-dire la construction automobile. Les services de l'automobile englobent toutes les activités de la sortie d'usine du véhicule, jusqu'à son recyclage : commerce, maintenance-réparation, contrôle technique, mais aussi location courte et longue durée, enseignement de la conduite, parking et stationnement, etc. Sont concernés les quatre véhicules suivants : la voiture, le camion, la moto et le vélo. Certains métiers sont souvent associés, à tort, à notre périmètre de branche professionnelle alors qu'ils n'en relèvent pas. Parmi les exemples les plus fréquents figurent :

- Design automobile (branche de la construction automobile)
- Ingénierie automobile (branche de la construction automobile)
- Conduite de camion ou de bus

Pour une liste complète des métiers à mettre en avant par véhicule se référer à cette page : <https://www.metiers-services-auto.com/trouve-ton-metier>

Caractéristiques principales et objets du marché

Dans ce contexte, l'ANFA souhaite confier à un prestataire **une mission de conception de stratégie, de création et de publication de contenus destinés aux réseaux sociaux dans le cadre de son action de promotion des métiers et des formations des services de l'automobile, et ce pour deux ans (2027 et 2028).**

La mission s'articule autour des objets suivants :

- La conception d'une stratégie social media adaptée aux cibles visées, incluant une stratégie social ads et de recrutement de communautés, assortie d'indicateurs de performance permettant de l'évaluer et l'ajuster ;
- La planification éditoriale des publications et campagnes ;
- La conception et la création de contenus à forte valeur ajoutée (vidéos, visuels, etc.) correspondant aux catégories d'action déployées :
 - Run : alimentation hebdomadaire des comptes par le biais d'une structuration de posts par catégories (ex : focus métiers / focus chiffres / événements en région, etc.) ;
 - Campagnes spécifiques : plusieurs courtes campagnes annuelles (ex : campagne « Nos métiers recrutent » focalisant sur un ou plusieurs métiers) ;
- Le pilotage d'actions avec des micro influenceurs ou influenceuses à divers moments de l'année dans le cadre d'actions ou de thématiques identifiés en collaboration avec l'équipe du service Communication et promotion des métiers.

- La modération des comptes, en collaboration avec le service Communication et promotion des métiers, selon un process qui sera élaboré en concertation, incluant le nettoyage des comptes des spams ;
- Le reporting, prenant appui sur les indicateurs de performance identifiés dans la phase de construction stratégique. La méthodologie de reporting sera construite en concertation (fréquence, outils utilisés, etc.), sur la base des recommandations du prestataire.

Cette stratégie doit être conçue et déployée à destination des cibles suivantes :

- Cœur de cible : collégiens, lycéens et jeunes adultes, entre 13 et 25 ans
- Cibles secondaires : parents, entourage et prescripteurs (notamment les conseillers des missions locales, les conseillers d'orientation, le corps professoral...), les institutions de l'écosystème orientation-formation-emploi
- Les demandeurs d'emploi et salariés en reconversion peuvent également constituer une cible intéressante, dans le cadre d'opérations spécifiques, en particulier pour la marque JobToMove.

Tous les posts créés devront respecter la charte graphique de la marque Métiers Services Auto, à l'exception des contenus pour JobToMove.

Livrables attendus (volumétrie, fréquence, type de contenus à produire)

La liste ci-après représente un indicateur moyen de volume de contenus. Le volume mensuel doit pouvoir être adapté en fonction de l'activité et des productions externes qui alimenteront nos réseaux sociaux.

- **Facebook**

2 posts fixes (image simple, carrousel ou réel) par semaine (environ 8 par mois)

- **Instagram**

2 posts fixes (image simple, carrousel ou réel) par semaine + 2 séries de stories suivies par mois (engagement des abonnés via des stories « question », « sondage », etc.)

A noter pour les réseaux META : certains posts Facebook et Instagram pourront être identiques en termes de contenus. Ils devront alors être adaptés en termes de format si besoin, et de wording (ex : ajout d'un lien dans le wording de Facebook).

- **TikTok**

1 vidéo par semaine (4 vidéos par mois environ) + 3 carrousels par mois
Création d'un meme trend par mois

- **Posts ANFA/partenaires prêts à poster**

L'ANFA fournira jusqu'à 8 publications créées en interne ou par des partenaires par mois à poster/republier.

Sponsorisation

Le prestataire devra gérer et piloter un budget sponsorisation à répartir durant l'année sur les différents posts et ce pour les trois réseaux (Facebook, Instagram et TikTok), en concertation avec l'équipe du service Communication et promotion des métiers.

Méthodologie de collaboration et process de validation

Un rendez-vous de lancement sera organisé afin de démarrer la collaboration. Ce temps de travail permettra de présenter l'équipe en charge de réseaux sociaux au sein du service Communication et d'échanger sur la vision et les enjeux de la collaboration.

Par la suite, un comité éditorial mensuel sera organisé pour préparer l'ensemble des idées créatives à poster le mois suivant (à organiser en début de mois pour anticiper le temps de création et de validation des dits contenus).

Les accès aux réseaux en direct ainsi qu'aux business center seront donnés pour permettre la gestion des posts et des sponsorisations.

Cette liste de contenus n'est pas exhaustive mais **la réponse à l'appel d'offres doit intégrer ces éléments incontournables** qui permettront à l'ANFA de sélectionner le prestataire le plus approprié pour l'accompagner.

Reporting & KPIs

Un compte rendu sera fait une fois par mois présentant les divers KPI par réseau :

- Nombre d'abonnés
- Nombre de posts
- Nombre d'interactions
- Nombre de personnes atteintes
- Nombre d'impressions & couverture
- Engagement : likes – commentaires – partages – vues
- Budget investi total
- Top 3 des posts (engagement & visibilité)

Tous les chiffres devront être qualifiés par rapport à ceux du mois dernier et commentés, afin de favoriser un processus d'amélioration continue des contenus.

Budget

Le budget annuel maximum estimé est de 75000 € HT, soit 90 000 TTC, pour l'année 2027, puis pour l'année 2028, sous réserve de validation des enveloppes budgétaires par le Conseil de Gestion de l'ANFA.

Ce budget n'inclut ni l'achat media, ni le budget dédié aux actions de micro influence (pris en charge directement par l'ANFA). Il doit en revanche inclure les éventuels honoraires d'achat media. Le prestataire devra préciser, dans sa réponse, l'éventuel pourcentage appliqué sur l'achat media.

Dispositions spécifiques du marché

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,
- Le cas échéant, qu'il s'engage à systématiquement intégrer une mention informant les publics visés du recours à l'IA sur la création des visuels.

2. Démarche RSE

L'ANFA a lancé en septembre 2025 *Copilote, la transition ingénieuse*, son programme d'action RSE. Ce programme associe un volet interne (décarbonation et QVT) et un volet externe, lié au rôle que l'ANFA joue dans la branche des services de l'automobile, en qualité d'organisme mandaté pour concevoir et déployer la politique nationale de formation. L'accompagnement de l'évolution des compétences des métiers constitue le fondement de notre mission : dans le contexte de transition écologique actuel, les enjeux auxquels est confrontée la branche sont considérables. L'ANFA entend assumer pleinement ses responsabilités en la matière.

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, en termes de messages (inclusion, non-discrimination, pas de greenwashing, etc.) et en termes de production (compressions des vidéos, etc.) ;
- Qu'il s'engage à informer et conseiller l'ANFA dans des choix éclairés afin de réduire l'empreinte carbone de son action et de ses publications sur les réseaux sociaux ;
- 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.

Confidentialité et propriété intellectuelle

Le prestataire sélectionné devra s'astreindre à une obligation de confidentialité sur la totalité des travaux menés dans le cadre de cette mission

Le prestataire sélectionné dans le cadre du présent marché cédera l'entière propriété intellectuelle et des droits patrimoniaux sur les contenus produits à l'ANFA. Les tarifs de cession sont inclus dans le prix de prestation.

Le prestataire sélectionné ne devra pas utiliser la dénomination sociale, le logo, les marques de l'ANFA sans son accord préalable écrit et notamment les logos Métiers Services Auto et JobToMove.

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 5 octobre 2026,

Guillaume FAURIE

Signé par :

2769B2D4F6E3402...

Délégué Général