



## MARCHE PUBLIC DE FOURNITURES ET SERVICES

### Prestation de conseil en stratégie de communication

#### **Marché en procédure adaptée**

*En application des dispositions  
du Code de la Commande Publique*

### CAHIER DES CLAUSES TECHNIQUES PARTICULIERES

#### **Pouvoir Adjudicateur**

HABITAT REUNI

82b Rue BLOMET 75015 PARIS

Profil d'acheteur : <https://www.marches-securises.fr>

## **I. PRESENTATION D'HABITAT REUNI**

### ***a. La Société de coordination Habitat Réuni***

Groupe indépendant d'organismes indépendants créé en 2011, Habitat Réuni est une société de coordination nationale de forme coopérative qui regroupe 26 entreprises HLM de toutes les familles (Coop, ESH, OPH et SEM), représentant avec leurs filiales 36 organismes de logement social.

Ces entreprises forment un groupe porté par des valeurs fortes qui, dans cet esprit coopératif donne le même pouvoir à chacun des membres, maintient l'agilité de chacun, tout en apportant la force et la solidarité du collectif.

Localement, Habitat Réuni rayonne par ses pôles territoriaux, collectifs de bailleurs membres du Groupe, qui exercent leur activité sur un même territoire, travaillent ensemble, en confiance, tout en conservant leur liberté d'action.

En tant que membres de la société de coordination Habitat Réuni, ces sociétés aspirent à conforter leur efficacité au service de leurs concitoyens, et à mieux répondre aux enjeux majeurs de notre société. Elles contribuent librement aux différentes actions déployées par le groupe, et s'y engagent au regard de leur propre stratégie qu'ils définissent et pilotent en totale autonomie.

Habitat Réuni conduit pour sa part ses propres actions pour faciliter cette mise en oeuvre au niveau local et national, et conforter l'efficacité économique des membres.

Le groupe assume une vocation d'influenceur et d'interlocuteur identifié des pouvoirs publics en matière de politique de l'Habitat et de cohésion sociale.

### ***b. Les associés d'Habitat Réuni***

Ce sont des sociétés Hlm de taille moyenne, indépendantes des groupes nationaux existants. Leur actionnariat de référence est soit issu des territoires (collectivités, associations, entreprises locales.), soit d'organismes publics ou d'intérêt général à vocation nationale (La Poste, RATP et la Fondation Abbé Pierre).

Présentes au sein d'Habitat Réuni depuis plusieurs années pour la majorité d'entre elles, elles ont développé, au fil des chantiers collectifs et des diverses coopérations, de solides relations de confiance qui les ont conduites à poursuivre leur engagement de façon volontaire au sein d'une société de coordination nationale forte.

En tant que membres de la société de coordination Habitat Réuni, ces sociétés aspirent à conforter leur efficacité au service de leurs concitoyens, et à mieux répondre aux enjeux majeurs de notre société.

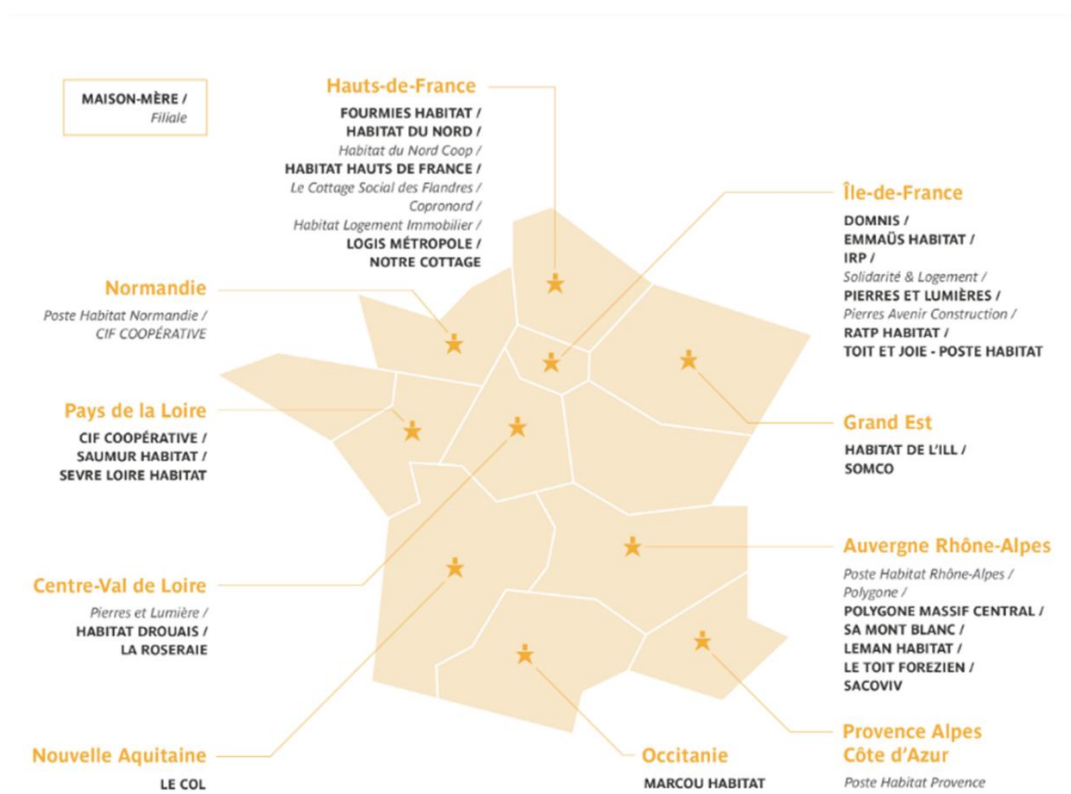
La force du groupe repose sur la diversité d'origines, de tailles et de territoires de ses membres, qui sont sources d'initiatives multiples adaptées aux réalités locales.

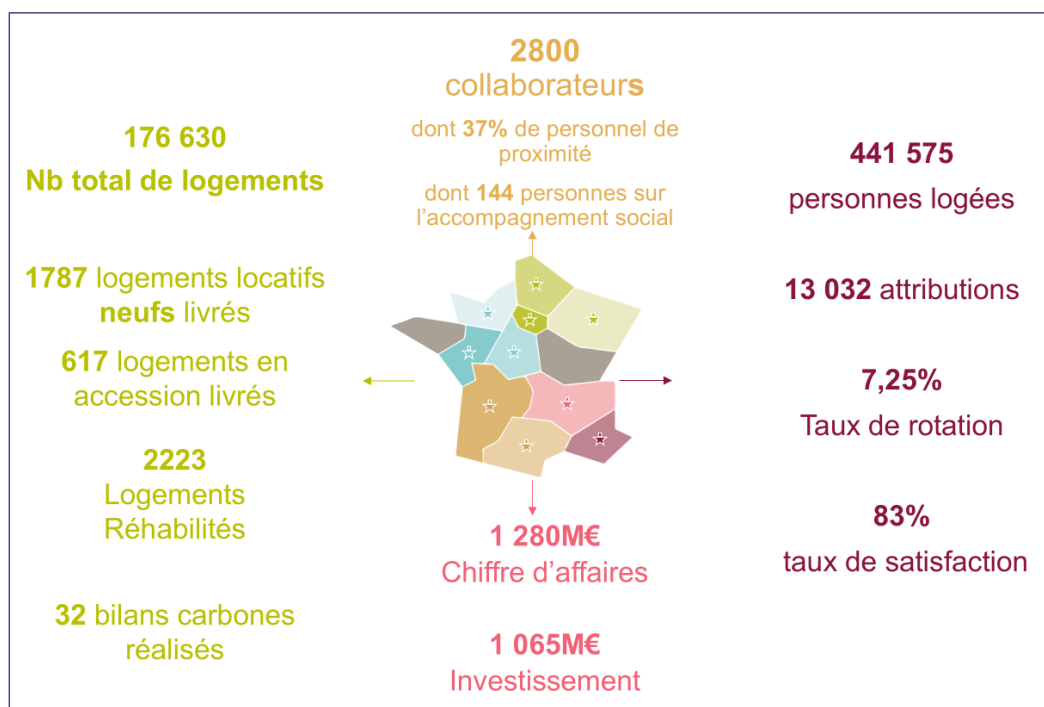
### **c. Habitat Réuni en chiffres**

En 2025, la société de coordination Habitat Réuni fédère 25 entreprises Hlm qui représentent, avec leurs filiales, 35 organismes HLM. (16 ESH, 12 coopératives, 5 offices 1 SEM et une AMOI).

Ces bailleurs sont implantés sur 10 régions et gèrent ensemble 176 630 logements fin 2024 grâce à 2800 collaborateurs.

Le groupe se caractérise par une présence plus importante en Ile de France (6 associés représentant 46% du patrimoine) et dans les Hauts de France (5 associés représentant 33% du patrimoine)





#### **d. Habitat Réuni un groupe Actif au service de ses membres**

Acteur de l'intérêt général, Habitat Réuni entend être moteur dans l'initiation et la mise en oeuvre de changements qu'impliquent les transitions démographique, climatique et les mutations du contexte économique actuel.

Dans un contexte de transitions fortes qui impactent de façon simultanée et accélérée l'activité de nos associés - modèle économique, transition démographique, transition numérique (IA), transition climatique, crise du travail...- Habitat Réuni déploie toutes formes de mutualisations ayant un impact à la fois sur la montée en compétence des équipes et sur la maîtrise des coûts de gestion.

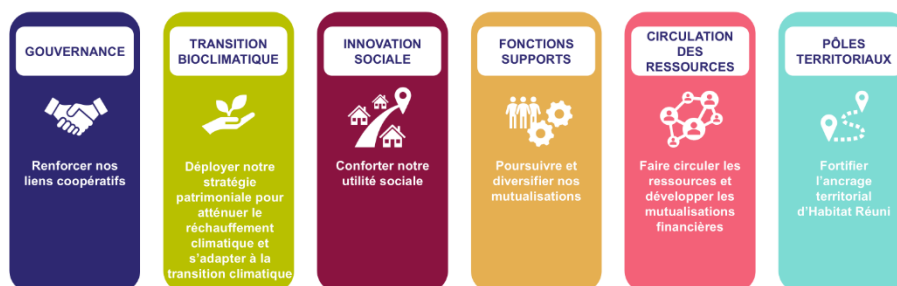
Dans cet environnement volatile et incertain, la vocation de la société de coordination est de faire vivre et de nourrir l'intelligence collective par l'expression, au sein d'un collectif soudé par un même sentiment d'appartenance, de la diversité des points de vue des associés.

L'action d'Habitat Réuni s'appuie sur un projet d'entreprise ACTIFS 2024-2026, qui repose sur 6 axes opérationnels :

#### Notre ambition 2024 – 2026

Accroître l'impact de nos **actions** dans un monde de transitions

**ACTiFS**  
AVEC HABITAT RÉUNI



Chaque axe stratégique est décliné localement grâce à des actions déployées par les associés, ciblées au regard des besoins des territoires.

Habitat Réuni conduit pour sa part ses propres actions pour faciliter cette dynamique locale et conforter l'efficacité économique des membres.

#### **e. La communication du groupe en 2025 : analyse critique**

Au sein d'une équipe de 8 personnes en 2025, la fonction communication est portée par la secrétaire générale, assistée de l'assistante de direction.

En 2024 et 2025, le turn over de personnel a limité les moyens d'action.

##### Un cadre commun incomplètement mis en oeuvre

En tant que société de coordination, Habitat Réuni doit « **développer une unité identitaire des associés et définir des moyens communs de communication** » .(article L423-1-2 du CCH)

Cette compétence obligatoire, définie par la loi, fixe une ambition collective qui nécessite de **donner du sens, de la lisibilité, de la cohérence et de l'impact à toutes les actions d'Habitat Réuni**, afin de **mettre en lumière le projet collectif** du groupe.

En outre, l'article 18 du pacte d'associés d'Habitat Réuni stipule :

⇒ **Article 18 : Unité identitaire et portage de la marque Habitat Réuni**

*Les membres de la SAC mentionnent leur participation à la société de coordination sur leurs différents supports de communication internes et externes, selon la charte graphique en vigueur.*

Pour mettre en œuvre de ces attendus, Habitat Réuni a élaboré une charte de communication validée par son conseil d'administration de décembre 2022.

- ⇒ Cette charte est un support instaurant un cadre minimal de règles de communication partagées par les associés et par le groupe. Elle est jointe en annexe de ce CCTP.
  - Elle vise à **mieux faire connaître et rayonner le groupe, en interne comme en externe**, en s'**accordant sur** un plus petit dénominateur commun de règles partagées et de préconisations pratiques à déployer par chaque associé.
  - Sa bonne application repose sur l'animation, par Habitat Réuni, d'une communauté de référents communication, chargés de transmettre au groupe leurs initiatives locales et de relayer dans leur organisme les attendus du groupe.
- ⇒ En 2025, l'application des engagements de la charte s'avère insuffisante et disparate :
  - Cette disparité s'explique par la situation des associés dont les moyens et la maturité en termes de communication diffèrent fortement :
    - Ces associés emploient de 19 à plus de 300 collaborateurs
    - Chez eux la fonction communication est portée selon les cas : par un référent communication, et par chargé de commercialisation, par une assistante de direction, voire même par un directeur général.
  - Tous les associés ne mentionnent pas leur appartenance au groupe sur leurs supports de communication
    - Sur le site internet, lorsque cette appartenance est indiquée, elle se limite à un lien seul ou à un logo.
    - Certains rapports d'activité ou de gestion consacrent 1 à 2 pages à l'activité d'Habitat Réuni, d'autres n'en disent rien.
    - Certains associés se sont approprié l'identifiant étoilé du logo d'Habitat Réuni et l'ont inscrit dans leur propre logo, de façon volontaire.
  - A l'échelle d'Habitat Réuni, le turn over de personnel n'a pas permis d'animer la communauté communication comme prévu :
    - Insuffisance de communication sur LinkedIn,
    - Absence d'animation de la communauté, impliquant l'absence de partage de contenus et l'abandon de la newsletter du groupe initiée en 2023,
    - Non tenue des groupes de travail thématiques prévus
    - Absence de mutualisations génératrices d'économies d'échelles.

Un nombre limité de supports de communication

**La communication du groupe repose sur :**

- **Deux évènements annuels**, organisés par l'équipe centrale d'Habitat Réuni, à destination des dirigeants et collaborateurs des associés, pour faire vivre l'affection sociétatis.
  - o le séminaire d'encadrement qui réunit entre 100 et 150 personnes, dirigeants, cadres et membres du CODIR, réalisé à Paris
  - o une rencontre conviviale à l'occasion du congrès Hlm annuel
- **Un site internet**, réalisé en 2021 et géré par le prestataire Grafikmente. Ce site n'est pas à jour des évolutions du groupe depuis 2024 et notamment de la feuille de route ACTIFS.
- **Une publication annuelle** à destination des associés et des parties prenantes externes :
  - o Le rapport d'activité d'Habitat Réuni (téléchargeable sur le site internet dans l'onglet publications)
    - Ce document est imprimé en une centaine d'exemplaires et transmis à des partenaires institutionnels.
    - Il fait office de plaquette institutionnelle lors des rencontres de partenaires institutionnels.
    - Ces trois dernières années il a été réalisé par le même prestataire.
- **Des publications sur LinkedIn** qui accompagnent les étapes du projet ACTIFS 2024-2026

Objectif 2026 : structurer une communication qui valorise le groupe, ses projets et ses associés.

Après 5 ans d'existence, Habitat Réuni a prouvé sa légitimité en tant que société de coordination nationale :

- ⇒ Le groupe, 5ème acteur national du logement social, a démontré sa capacité à créer de la valeur pour ses membres, et, par ricochet, pour leurs territoires et leurs habitants.
- ⇒ Il est devenu un acteur politique identifié par les pouvoirs publics et porteur d'un message singulier qui revendique l'autonomie des organismes par une diversification de leurs activités, plutôt que par une augmentation des aides publiques.

**En 2025, Habitat Réuni fait le constat d'un décalage important entre la dynamique et le rayonnement de son projet**, auquel l'ensemble des associés adhèrent et contribuent et dont son

organisme de contrôle l'ANCOLS, a souligné la qualité, **et sa communication lacunaire**, épisodique, insuffisamment structurée qui ne valorise pas son image.

**C'est pourquoi Habitat Réuni souhaite que le troisième chapitre de son projet d'entreprise pour la période 2027-2029 soit porté par une communication institutionnelle animée d'un nouveau souffle, qui affirme la singularité de son modèle d'autonomie décisionnelle décentralisé, coopératif et qui revendique avec fierté son rayonnement et sa force d'attraction,**

#### L'objectif du marché

Dans ces conditions, Habitat Réuni souhaite recourir à un professionnel de la communication à même de l'accompagner pour concevoir et décliner opérationnellement une nouvelle stratégie de communication structurée et professionnalisée, adaptée à la singularité de son modèle coopératif. Cette stratégie devra être conçue à la fois pour l'entité centrale du groupe, et également pour ses bailleurs membres qui disposent de leur stratégie propre, qu'il leur appartiendra d'articuler avec les éléments de communication du groupe.

*Les attendus de la mission sont décrits ci-dessous.*

## **II. DESCRIPTION DE LA PRESTATION**

### ***a. Mission de base : élaboration d'une nouvelle stratégie de communication pour le groupe Habitat Réuni***

Habitat Réuni souhaite recourir à un professionnel de la communication à même de l'accompagner pour concevoir une nouvelle stratégie de communication structurée et professionnalisée, adaptée à la singularité de son modèle coopératif et à son positionnement de 5eme groupe HLM national.

#### Les attendus de la mission :

- **Une analyse critique de l'existant** : points forts, points faibles de la communication existante au regard de la vocation et de l'ambition du groupe.
  - o Les préconisations d'orientations seront construites à partir de cette analyse.
  - o Ce travail sera l'occasion d'un travail réflexif de fond sur les fondamentaux du groupe



- **La proposition d'une nouvelle stratégie de communication** reposant sur des fondamentaux qui seront précisées par le prestataire et qui pourront concerner, sans exclusivité:
  - o Une **modernisation** de l'identité visuelle et de la ligne graphique,
  - o Des préconisations sur le socle éditorial
  - o Des préconisations sur la communication réseaux sociaux
  - o ...
  - o Une évaluation des moyens de mise en œuvre en temps homme et en euros, l'enjeu étant de concevoir une stratégie adaptée aux moyens resserrés de la SAC
- **L'élaboration d'un plan d'action sous la forme de recommandations d'actions réalistes et réalisables**, accompagné d'une évaluation des moyens financiers et humains pour les mettre en place et sur un calendrier global.
- **Une méthode de travail pour l'élaboration de la stratégie et la réalisation du plan d'action**
  - o La méthode de travail privilégiera la co-construction de la stratégie par la participation des représentants d'Habitat Réuni, et ceux des associés, favorisant ainsi la plus grande appropriation possible des livrables par l'ensemble des acteurs du groupe.
- **Un calendrier opérationnel sur 2026-2027** présentant une priorisation et un rythme de mise en place des actions préconisées

#### Les attentes en termes de contenu

- La stratégie de communication préconisée prendra en compte les particularités du groupe :
  - o Un acteur national à même de parler aux pouvoirs publics
  - o Une communauté d'associés qui contribuent à la communication du groupe par leurs initiatives locales
  - o Une communauté d'associés ayant besoin d'éléments de communication propres au groupe, à porter sur leur territoire
  - o Un cadre coopératif fondé sur l'impulsion donnée par l'équipe centrale et l'animation de pratiques itératives avec les associés.

#### Les attentes vis-à-vis du prestataire :

- Un prestataire qui soit un partenaire et qui dispose d'une vision globale de la communication
- Capable de produire des outils lui-même : avec un minimum de sous-traitance
- Capable d'accompagner l'équipe lors de moments spécifiques (conférence de presse, communication de crise...)

- Un pilote professionnel doté d'une bonne compréhension de notre modèle sectoriel, le logement social et de notre singularité coopérative décentralisée, conditions nécessaires pour une collaboration fructueuse sur la durée du marché

Calendrier :

Habitat Réuni souhaite pouvoir présenter le contenu de la stratégie de communication lors de son assemblée générale annuelle qui se tiendra le 25 juin 2026 à Paris.

***b. Mission optionnelle : mise en œuvre du plan d'action : détail des missions pouvant faire l'objet d'une commande en BPU***

En complément de l'élaboration de la stratégie de communication, Habitat Réuni pourra décider de confier ou pas au prestataire l'accompagnement au déploiement du plan d'action et la réalisation d'outils préconisés dans le plan d'action :

- Refonte du site internet
- Appui à la stratégie LinkedIn (communauté manager)
- Réalisation du rapport d'activité
- Réalisation d'une carte de vœux
- Réalisation d'une vidéo de présentation du groupe
- ...etc

Le chiffrage de ces actions fera l'objet d'un Bordereau des prix unitaires à compléter.

### **III. PRESENTATION DU MARCHÉ**

***a. Présentation du pouvoir adjudicateur***

Le présent marché est lancé par la SA Coopérative Habitat Réuni, société de coordination dont le siège social se situe au 82 bis rue Blomet 75015 Paris, immatriculée au RCS de Paris sous le numéro 538046947, représentée par Monsieur Julien PAUL, en qualité de Directeur général dûment habilité.

***b. Périmètre du marché***

Le présent marché est conclu pour une durée maximale de trois ans décomposée comme suit :

- Une période initiale d'un an
- Reconductible expressément deux fois

Il prend effet à compter de la réception de sa notification par le Titulaire.

### ***c. Objet du marché***

Les stipulations du présent Cahier des Clauses Techniques Particulières (C.C.T.P.) concernent une mission de conseil en stratégie de communication et un accompagnement pour le déploiement de cette stratégie.

### ***d. Allotissement***

Conformément aux articles R. 2113-3 et L. 2113-11 du Code de la commande publique, il s'agit d'un marché à lot unique.

Ce marché est passé en lot unique dans la mesure où la dévolution en lots séparés risquerait de rendre financièrement plus coûteuse l'exécution des prestations.

### ***e. Réalisation de prestations similaires***

Le pouvoir adjudicateur se réserve la possibilité de confier ultérieurement au titulaire du marché, en application de l'article R2122-7 de la commande publique, un ou plusieurs nouveaux marchés ayant pour objet la réalisation de prestations similaires.

## **IV. Obligations du titulaire**

### ***a. Obligation de résultat***

Le Titulaire est tenu à une obligation de résultat pour l'ensemble des obligations contractuelles découlant du présent marché. Il s'organisera pour mobiliser les ressources humaines et matérielles nécessaires à l'exécution du présent marché dans les délais impartis.

Le titulaire a pris connaissance de la volonté d'Habitat Réuni de présenter la stratégie de communication et son plan d'action le 25 juin 2025 à l'occasion de l'assemblée générale annuelle du groupe et s'engage à tout mettre en œuvre pour assurer le respect de ce calendrier.

### ***b. Moyens Humains***

Le prestataire identifiera une équipe dédiée à la mission :

- Un pilote doté d'une bonne connaissance de notre environnement sectoriel, qui sera l'interlocuteur privilégié d'Habitat Réuni.
- Une équipe projet dédiée

### ***c. Obligation de confidentialité***

Conformément aux dispositions de l'article 5 du CCAG :

- *Le titulaire qui, au cours de l'exécution du présent marché, a reçu communication d'informations confidentielles, est tenu au secret lié à l'exercice de ses fonctions.*

Le titulaire doit informer ses éventuels sous-traitants des obligations de confidentialité et des mesures de sécurité qui s'imposent à lui pour l'exécution du marché. Il doit s'assurer du respect de ces obligations par ses sous-traitants. Ne sont pas couverts par cette obligation de confidentialité les informations, documents ou éléments déjà accessibles au public, au moment où ils sont portés à la connaissance des parties au marché.

## **V. Obligations d'Habitat Réuni**

Afin de faciliter le travail du prestataire, Habitat Réuni s'engage à :

- Transmettre toutes les informations nécessaires à la réalisation de sa mission.
- Identifier un référent qui sera le correspondant du prestataire en interne

## **VI. Obligations respectives**

Le titulaire et le Pouvoir Adjudicateur qui, au cours de l'exécution du présent marché, ont connaissance d'informations ou reçoivent communication de documents, ou d'éléments de toute nature, signalés comme présentant un caractère confidentiel, et relatifs notamment aux moyens à mettre en oeuvre pour son exécution, au fonctionnement des services du titulaire ou du Pouvoir Adjudicateur, sont tenus de prendre toutes mesures nécessaires, afin d'éviter que ces informations, documents ou éléments ne soient divulgués à un tiers qui n'a pas à en connaître.

Une partie ne peut demander la confidentialité d'informations, de documents ou d'éléments qu'elle a elle-même rendus publics.