



CAHIER DES CHARGES

ELABORATION D'UNE STRATEGIE DE COMMUNICATION

NOVEMBRE 2007

Economic Development Agency • 10, place de la Joliette • Atrium 10.5

Les Docks • B.P. 45 607 • 13567 Marseille • Cedex 02 • France

Tel : 33 (0)4.96.11.60.00 • Fax : 33 (0) 4 96.11.60.11

www.investinprovence.com • email : provence-promotion@provence-promotion.fr



SOMMAIRE

1 – PRESENTATION	3
2 - CIBLES	3
3 – CONTEXTE	4
4 – ENJEU	5
5 – OBJECTIF	5
6 - CONTENU DE LA MISSION DE L'AGENCE DE COMMUNICATION	6
7 - DELAIS DE REALISATION	6
8 - ELEMENTS A PRODUIRE PAR LES AGENCES DE COMMUNICATION CANDIDATES SOUS FORMAT PAPIER ET NUMERIQUE	6
9 - DECOMPOSITION DU PRIX	7
10 - DEROULEMENT DE LA CONSULTATION	7
11 - CRITERES D'ATTRIBUTION	7
12 - PROPRIETE INTELLECTUELLE	8
13 - CONFIDENTIALITE	8
14 - MODALITES DE CONTRAT	8
15 - MODALITES DE FACTURATION	8
16 - DELAIS DE PAIEMENT	8
17 - MODALITES PRATIQUES	9

Annexes

Economic Development Agency • 10, place de la Joliette • Atrium 10.5

Les Docks • B.P. 45 607 • 13567 Marseille • Cedex 02 • France

Tel : 33 (0)4.96.11.60.00 • Fax : 33 (0) 4 96.11.60.11

www.investinprovence.com • email : provence-promotion@provence-promotion.fr



1 - PRESENTATION

Provence Promotion, agence de développement économique des Bouches-du-Rhône a pour mission principale d'attirer les investisseurs dans le département. Créée en 1998, elle est financée à parité par la CCI Marseille-Provence et le Conseil Général. Son budget total est de 3 millions d'euros et son équipe compte 27 personnes dont 11 chargés de mission qui participent à la promotion nationale et internationale de notre territoire, notamment sur les 5 filières prioritaires (TIC, biotechnologies, logistique, environnement, aéronautique), ce principalement sur les marchés nord européens, Canada, USA et Asie

L'Association a également pour objet :

- d'être un lieu d'étude, de concertation, d'animation et de suivi des actions favorisant le développement des implantations économiques dans le cadre des politiques d'aménagement menées par l'Etat et les Collectivités locales ;
- d'apporter son concours à toute action de promotion et de développement économique des territoires et entreprises du département des Bouches-du-Rhône menées par tous les acteurs économiques publics ou privés sur le plan régional, national, international ;
- d'aider à faire connaître, en France et à l'étranger, les atouts du Département qui contribuent à favoriser l'implantation d'entreprises ;

2 - CIBLES

Le cœur de cible de Provence Promotion est bien entendu celle **des investisseurs** qui correspond aux missions assignées à l'association :

- les entreprises exogènes aux Bouches-du-Rhône, en recherche d'implantation,
- les créateurs d'entreprises exogènes aux Bouches-du-Rhône, étant précisé que l'on vise des créateurs dans des secteurs innovants (programme Home Sweet Home / Start in Provence, voir détail sur notre site)
- les investisseurs exogènes au département, à la recherche de partenariats : action Go Between dans le domaine des rachat/transmission ; cet objectif est moins stratégique que les 2 autres
- les entreprises des Bouches-du-Rhône mobiles à risque de délocalisation (cible endogène).

Economic Development Agency • 10, place de la Joliette • Atrium 10.5

Les Docks • B.P. 45 607 • 13567 Marseille • Cedex 02 • France

Tel : 33 (0)4.96.11.60.00 • Fax : 33 (0) 4 96.11.60.11

www.investinprovence.com • email : provence-promotion@provence-promotion.fr



Par ailleurs, Provence Promotion s'adresse également à des **prescripteurs**, qui permettent d'atteindre les entreprises et de relayer l'information. Ce sont les réseaux officiels de développement économique tels l'AFII (agence française des investissements internationaux) et les missions économiques. Les grands cabinets de consultants, d'audits, réseaux de financement représentent aussi ces relais.

Enfin, il y a des **cibles plus locales**. Provence Promotion a 2 « **actionnaires** », la CCI Marseille Provence et le Conseil Général et des partenaires qui participent aux actions menées, contribuent par leur propre action à l'implantation, complètent ou prennent le relais, et fournissent des informations.

Parmi ces partenaires et adhérents on retrouve les collectivités locales notamment la Communauté Urbaine de Marseille, du pays d'Aix, la ville d'Arles, le Port autonome de Marseille, Euroméditerranée, les pôles de compétitivité, les fédérations économiques, les aménageurs, les incubateurs, les pépinières...

3 - CONTEXTE

- à un refus d'un positionnement « auto proclamé »
- à un positionnement pragmatique, « plus terrain qu'institutionnel », qui mettra en valeur un bénéficiaire client en terme de valeur ajoutée pour l'investisseur qui choisit les Bouches-du-Rhône.

Une 1^{ère} hypothèse de travail envisage la marque « Provence Partner ».
Cependant l'agence retenue pourra présenter une marque alternative.

Concernant « Provence Partner », celle-ci tient compte de la réalité territoriale et offre un plus grand potentiel de fédération des discours pour le département des Bouches-du-Rhône.

Economic Development Agency • 10, place de la Joliette • Atrium 10.5

Les Docks • B.P. 45 607 • 13567 Marseille • Cedex 02 • France

Tel : 33 (0)4.96.11.60.00 • Fax : 33 (0) 4 96.11.60.11

www.investinprovence.com • email : provence-promotion@provence-promotion.fr



« **Provence Partner** », serait la marque, l'émanation communicante du territoire, et non celle de Provence Promotion. Elle concentre l'offre de service de celui-ci en matière d'attractivité économique. Provence Promotion n'est que le promoteur, le pilote et le garant de la marque. Ce nom traduit un premier niveau de bénéfice pour les cibles. Il induit le rattachement territorial de la marque, son champ d'action, voire de concurrence. Ce serait la traduction immédiate de la Provence considérée comme un partenaire, un atout, un actif à mettre dans le bilan de l'entreprise pour optimiser sa réussite. C'est l'évocation d'une Provence comprenant un gisement de compétences, de ressources. La valeur ajoutée de cette marque serait d'être une somme unique d'atouts pour la performance et la qualité de la vie des entreprises et de ceux qui la font vivre, sa volonté est d'être le partenaire qui potentialise tous les leviers de la réussite de l'entreprise.

Compte-tenu de la diversité et la richesse du département, Provence Partner devrait être une marque ombrelle permettant ainsi à Provence Promotion de communiquer sur les différents atouts, services, champs d'action, filière...; Provence Partner for Development, Provence Partner for...

Afin de faire vivre cette marque une accroche a été proposée : « **Provencing your Business** ». **Cette expression dynamique est l'invitation pour chaque cible** à optimiser ses performances et à contribuer à un mouvement économique. Elle est en phase de test afin de valider sa compréhension auprès notamment de cibles internationales.

4 - ENJEU

Le nom de marque, toutefois, ne peut pas tout traduire. Le plan de communication de la marque (identité visuelle, signature, ambiance de communication, discours) élaboré par l'agence retenue devra compléter les évocations liées au nom.

5 - OBJECTIF

Provence Promotion souhaite faire évoluer sa communication en élaborant une nouvelle stratégie de communication et un plan qui s'y réfère. Elle se dotera ainsi de nouveaux outils de communication suivant une charte graphique qui elle aussi devra évoluer.

Economic Development Agency • 10, place de la Joliette • Atrium 10.5

Les Docks • B.P. 45 607 • 13567 Marseille • Cedex 02 • France

Tel : 33 (0)4.96.11.60.00 • Fax : 33 (0) 4 96.11.60.11

www.investinprovence.com • email : provence-promotion@provence-promotion.fr



6 - CONTENU DE LA MISSION DE L'AGENCE DE COMMUNICATION

La prestation de l'agence de communication portera sur du conseil et de la création, sur une période de 3 ans, pour un budget global forfaitaire maximum **de 200 000 euros TTC**. Ceci ne tient pas compte des postes d'achat d'espace ainsi que d'exécution et d'impression qui seront gérés en direct par Provence Promotion. De même, le site internet fera l'objet d'une consultation ultérieure.

L'agence devra fournir :

- une stratégie de communication à 3 ans visant à promouvoir le département et à communiquer auprès d'investisseurs potentiels nationaux et internationaux. L'agence devra prévoir la création d'une nouvelle charte graphique pour toutes éditions de Provence Promotion (documents internes, plaquettes, affiches, publicité) y compris la refonte du logo existant (cf logo sur notre site www.investinprovence.com)
- un plan de communication détaillé

Elle devra présenter un budget correspondant (chiffrage détaillé poste par poste) ainsi qu'un planning, y compris pour le lancement de la marque. Comme indiqué précédemment, l'agence aura le choix de conserver ou non la proposition de marque et de signature mentionnées ci-dessus.

Provence Promotion souhaite la construction d'un partenariat solide et opérationnel avec l'agence de communication retenue. Elle proposera donc un mode de collaboration.

7 - DELAIS DE REALISATION

Le plan de communication est un plan à 3 ans

8 - ELEMENTS A PRODUIRE PAR LES AGENCES DE COMMUNICATION CANDIDATES SOUS FORMAT PAPIER ET NUMERIQUE

- Une note de synthèse de 3 pages maximum, présentant l'agence, ses références, son expérience dans le domaine de la communication institutionnelle, territoriale et économique, et sa compréhension de notre problématique à travers une première ébauche de projet
- 2 ou 3 plans de communication réalisés au cours des deux années précédentes,
- des exemples de création. Elle présentera également son équipe dont celle qui sera dédiée à la mission confiée par Provence Promotion. Enfin elle fournira également une estimation budgétaire la plus précise possible (HT et TTC).

La date limite de dépôt des propositions est le 14 décembre 2007 à 12h00

Economic Development Agency • 10, place de la Joliette • Atrium 10.5

Les Docks • B.P. 45 607 • 13567 Marseille • Cedex 02 • France

Tel : 33 (0)4.96.11.60.00 • Fax : 33 (0) 4 96.11.60.11

www.investinprovence.com • email : provence-promotion@provence-promotion.fr



9 – DECOMPOSITION DU PRIX

Le budget global de l'ensemble de la mission est maximum de 200 000 euros TTC. Le candidat établira une décomposition du prix global forfaitaire qui décrira les montants alloués aux différentes postes de la mission.

10 - DEROULEMENT DE LA CONSULTATION

La consultation se déroulera en deux temps :

- sélection de 5 agences maximum sur la base des éléments demandés (cf paragraphe 8).
- les agences sélectionnées fourniront dans un délai de 3 semaines un projet détaillé répondant aux demandes du cahier des charges (cf supra)
- une indemnisation de 1500 euros TTC sera versée aux agences non retenues.

11 - CRITERES D'ATTRIBUTION

- au premier tour : proposition économiquement la plus avantageuse appréciée en fonction d'une pondération :

- Prix et cohérence dans la décomposition du prix global forfaitaire 30%
- Valeur qualitative 70%

Ces critères qualitatifs porteront sur :

Références

Connaissance du développement économique

Qualité de la note de synthèse

Capacité de l'agence à comprendre notre problématique

Fiabilité de l'agence

- au deuxième tour : proposition économiquement la plus avantageuse appréciée en fonction d'une pondération :

- Prix 30%

- Valeur qualitative 70%

Les critères de sélection porteront sur :

Professionalisme et connaissance du développement économique

Qualité du projet et efficacité pressentie

Cohérence de la création

Economic Development Agency • 10, place de la Joliette • Atrium 10.5

Les Docks • B.P. 45 607 • 13567 Marseille • Cedex 02 • France

Tel : 33 (0)4.96.11.60.00 • Fax : 33 (0) 4 96.11.60.11

www.investinprovence.com • email : provence-promotion@provence-promotion.fr



Capacité de l'agence à comprendre notre problématique
Fiabilité de l'agence
Réactivité
Cohérence budget

12 - PROPRIETE INTELLECTUELLE

Tous les droits de propriété intellectuelle attachés à la stratégie, au plan de communication (aux outils qui s'y rapportent) et à la charte graphique objet du présent appel d'offre, dans ses versions en langue française et en langue anglaise, ainsi que ceux attachés à toutes les esquisses, croquis, maquettes, brouillon, ainsi que ceux attachés à tous les éléments créatifs les composants, notamment, les images, photographies, textes, légendes, mise en pages, illustrations, tableaux, cartes, typons, charte graphique, plaques, transferts, empreintes, fichiers numériques, polices, logos, schémas, etc... sont cédés à titre exclusif à Provence Promotion.

D'une manière générale, il sera fait application des dispositions du Cahier des Clauses Administratives Générales applicables aux marchés publics de prestations intellectuelles (Décret n° 78-1306 du 26 décembre 1978) avec option A et de l'ensemble des textes qui l'ont modifié, en vigueur lors de la remise des offres.

13 - CONFIDENTIALITE

Le prestataire s'engage à ne pas communiquer à des tiers autres que Provence Promotion les documents qui pourraient lui être confiés dans l'exécution de sa mission.

14 - MODALITE DE CONTRAT

Le contrat a une durée d'un an avec possibilité de renouvellement 2 fois.

15 - MODALITES DE FACTURATION

Le prestataire devra expliquer les modalités de facturation et la durée de validité de l'offre

16 - DELAIS DE PAIEMENT

30 jours fin de mois par virement bancaire

Economic Development Agency • 10, place de la Joliette • Atrium 10.5

Les Docks • B.P. 45 607 • 13567 Marseille • Cedex 02 • France

Tel : 33 (0)4.96.11.60.00 • Fax : 33 (0) 4 96.11.60.11

www.investinprovence.com • email : provence-promotion@provence-promotion.fr



17 - MODALITES PRATIQUES

La candidature doit être adressée avant le 15 décembre 2007 à :

PROVENCE PROMOTION
A l'attention de Valérie VERNAZ
Les Docks – Atrium 10.5
10, place de la Joliette
13567 Marseille Cedex02
v.vernaz@provence-promotion.fr

Economic Development Agency • 10, place de la Joliette • Atrium 10.5

Les Docks • B.P. 45 607 • 13567 Marseille • Cedex 02 • France

Tel : 33 (0)4.96.11.60.00 • Fax : 33 (0) 4 96.11.60.11

www.investinprovence.com • email : provence-promotion@provence-promotion.fr



ANNEXES

Economic Development Agency • 10, place de la Joliette • Atrium 10.5

Les Docks • B.P. 45 607 • 13567 Marseille • Cedex 02 • France

Tel : 33 (0)4.96.11.60.00 • Fax : 33 (0) 4 96.11.60.11

www.investinprovence.com • email : provence-promotion@provence-promotion.fr



RÈGLEMENT DES CONSULTATIONS

Référence :

Section I - Nom et adresse officiels de l'organisme acheteur

PROVENCE PROMOTION
Les Docks – Atrium 10.5
10, Place de la Joliette
BP 45607
13567 MARSEILLE Cedex 2

Contacts :

Valérie Vernaz

Section II - Objet du marché

Objet du marché : Elaboration de la stratégie et du plan de communication

Type de marché de services : Conseil et création

Forme du marché : Appel d'offres (Consultations mise en concurrence)

Valeur maximum du marché en Euros TTC : 200 000 euros

Lieu de livraison et d'exécution : Provence Promotion

Section III – Caractéristiques principales

Cf. le cahier des charges.

Section IV – Durée du marché

1) Durée du marché ou délai d'exécution 3 ans à compter de la signature du bon de commande

Section V – Conditions de participation

1) Attestation :

Il est demandé au candidat :

- de fournir une attestation sur l'honneur certifiant que le travail sera réalisé avec des salariés employés régulièrement au regard des articles L. 143-3, L. 143-5 et L. 620-3 du code du travail,
- de faire une proposition dans le budget, tout dépassement sera un motif de rejet.

Economic Development Agency • 10, place de la Joliette • Atrium 10.5

Les Docks • B.P. 45 607 • 13567 Marseille • Cedex 02 • France

Tel : 33 (0)4.96.11.60.00 • Fax : 33 (0) 4 96.11.60.11

www.investinprovence.com • email : provence-promotion@provence-promotion.fr



2) Situation juridique :

Il est demandé au candidat de fournir un extrait de l'inscription au registre du commerce et des sociétés (K ou K bis) ou une carte d'identification justifiant de l'inscription au répertoire des métiers ou équivalent.

3) Référence professionnelle et capacité technique - références requises :

Il est demandé au candidat de fournir une description de l'activité de l'entreprise et de ses moyens ainsi que des références de prestations similaires du présent marché.

Section VI – Critères d'attribution

- au premier tour : proposition économiquement la plus avantageuse appréciée en fonction d'une pondération :

- Prix et cohérence dans la décomposition du prix global forfaitaire 30%
- Valeur qualitative 70%

Ces critères qualitatifs porteront sur :

Références

Connaissance du développement économique

Qualité de la note de synthèse

Capacité de l'agence à comprendre notre problématique

Fiabilité de l'agence

- au deuxième tour : proposition économiquement la plus avantageuse appréciée en fonction d'une pondération :

- Prix 30%

- Valeur qualitative 70%

Les critères de sélection porteront sur :

Professionnalisme et connaissance du développement économique

Qualité du projet et efficacité pressentie

Cohérence de la création

Capacité de l'agence à comprendre notre problématique

Fiabilité de l'agence

Réactivité

Cohérence budget

Section VII – Procédures

Appel d'offres ouvert conformément au « Décret n° 2005-1742 du 30 décembre 2005 fixant les règles applicables aux marchés passés par les pouvoirs adjudicateurs mentionnés à l'article 3 de l'ordonnance n° 2005-649 du 6 juin 2005 relative aux marchés passés par certaines personnes publiques ou privées non soumises au code des marchés publics - JO du 31/12/2005 ».

Economic Development Agency • 10, place de la Joliette • Atrium 10.5

Les Docks • B.P. 45 607 • 13567 Marseille • Cedex 02 • France

Tel : 33 (0)4.96.11.60.00 • Fax : 33 (0) 4 96.11.60.11

www.investinprovence.com • email : provence-promotion@provence-promotion.fr



Section VIII– Conditions de délai

- 1) Date de publication de l'appel d'offres : 27/11/2007
- 2) Date limite de réception des offres : 14/12/2007 à 12h00