



Cahier des charges pour une nouvelle charte graphique et une promotion pédagogique du SYDEL du Pays Cœur d'Hérault

Cahier des charges charte graphique pour le pays Cœur d'Hérault

Sommaire

I.	Commanditaire.....	2
II.	Contexte du projet	2
III.	Objet de la consultation	3
IV.	Objectifs, positionnement et cibles	4
V.	Commande ferme : Logotype et charte graphique.....	5
VI.	Commande optionnelle : supports de communication	8
VII.	Organisation de la mission	9
VIII.	Exécution & Budget.....	11
IX.	Tranche ferme budget.....	16
X.	Tranche optionnelle budget.....	17

I. Commanditaire

Le **SYDEL du Pays Cœur d'Hérault**, dont le siège est situé :

9 rue de la Lucques, Bâtiment B- Ecoparc Coeur d'Hérault - La Garrigue

34725 SAINT-ANDRÉ-DE-SANGONIS / 04.67.02.01.01

Représenté par **Jean François SOTO**, en sa qualité de Président, le **SYDEL du Pays Cœur d'Hérault** est une structure de coopération entre les communautés de communes de la Vallée de l'Hérault (CCVH), les communautés de communes du Clermontais (CCC), et les communautés de communes du Lodévois et Larzac (CCLL).

II. Contexte du projet

A. Présentation de la structure

Le **SYDEL du Pays Cœur d'Hérault** est un syndicat mixte ouvert créé en 2008 qui porte, coordonne, et développe le territoire **Pays Cœur d'Hérault**. Le **Pays Cœur d'Hérault** est à la fois une structure (le **SYDEL**) et un territoire (le **Pays Cœur d'Hérault**).

Le **Pays Cœur d'Hérault** est un large territoire composé de 77 communes regroupées au sein de trois communautés de communes:

- la Vallée de l'Hérault (28 communes, 39 000 habitants, 480 Km²)
- le Lodévois et Larzac (28 communes, 14 000 habitants, 550 km²)
- le Clermontais (21 communes, 28 000 habitants, 230 km²)

Le **SYDEL du Pays Cœur d'Hérault** regroupe un ensemble de services techniques et compte un total de 20 personnes à temps plein qui œuvrent pour le territoire.

B. Mission du SYDEL

La mission du **SYDEL du Pays Cœur d'Hérault** est de contribuer localement à l'amélioration de la vie des personnes qui habitent le territoire en intervenant sur plusieurs domaines :

- Santé
- Aménagement
- SCOT (schéma de cohérence territoriale)
- Forêt
- Urbanisme
- Climat
- Alimentation (PAT)
- Mobilité (picholine.fr, mobilités douces)

- Economie (incubateur, pépinière, formation, tiers lieux, coworking)
- Tourisme (coopération inter- CC, coopération OT, labellisation, tourisme durable, oenotourisme)
- Europe (mise en place et développement de projets Européens, accompagnement)

Le **SYDEL du Pays Cœur d'Hérault** est présent sur l'accompagnement et la mise en place de la plupart des projets collectifs d'intérêt public sur le territoire.

C. Besoin de communication

Le **SYDEL du Pays Cœur d'Hérault** est assez mal identifié en tant que structure et souffre d'un manque de global de communication.

Le territoire **Pays Cœur d'Hérault** souffre lui aussi d'un manque d'identification claire.

Les objectifs de communication du **SYDEL du Pays Cœur d'Hérault** ont aussi évolué, aujourd'hui, nous recherchons une identification plus forte en tant que territoire ainsi qu'une reconnaissance des actions effectuées sur le territoire.

La présente commande se présente sous forme de **deux demandes**, l'une ferme sur la charte graphique, l'autre optionnelle, sur des supports de promotion et d'information sur l'action du Pays.

III. Objet de la consultation

Aujourd'hui, le Pays Cœur d'Hérault souhaite faire appel à un ou plusieurs prestataires regroupés pour assurer la qualité de la communication et la promotion de l'entité et de ses actions.

Les candidats peuvent s'associer pour présenter une candidature commune.

La présente commande se présente sous forme de **deux demandes**, l'une ferme sur la charte graphique, l'autre optionnelle, sur des supports de promotion et d'information sur l'action du Pays.

- Commande ferme : Logotype et charte graphique
- Commande optionnelle : supports de communication et d'information sur le SYDEL du Pays Cœur d'Hérault

Code (s) CPV	▪ 79822500-7 - Services de conception graphique
--------------	---

IV. Objectifs, positionnement et cibles

A. Objectifs

- Donner à l'entité une nouvelle identité visuelle claire et identifiable
- Apporter une solution de communication cohérente en permettant une déclinaison simple par domaine (Santé, Aménagement, Economique, Tourisme, Europe)
- Valoriser l'ensemble des actions.

B. Positionnement & valeur

- Le Pays Cœur d'Hérault est avant tout un territoire.
- Un territoire éthique avec des valeurs humaines et sociales.
- Une structure locale avec des actions locales pour répondre aux besoins locaux.
- Une structure facilitatrice à l'écoute des besoins des habitants du territoire.
- Une structure transparente, privilégiant la concertation.
- Une équipe technique d'experts au service de la population locale.

C. Les cibles

Le **Pays Cœur d'Hérault** doit communiquer d'une part vers ses financeurs et partenaires afin de présenter les actions mise en œuvre et d'autre part, vers ceux à qui profitent ces actions.

- Les partenaires et financeurs.
- Les organisations locales.
- Les cibles de nos actions.
- Les habitants du territoire.

D. L'Existant

1. La charte graphique actuelle

Nous disposons d'une charte graphique créée en 2009. Cette charte graphique est peu utilisée, datée, inadaptée au numérique et a perdu son « sens » premier avec l'évolution du territoire.

La complexité de la charte graphique ne cadre pas avec les besoins des équipes **SYDEL du Pays Cœur d'Hérault**, le manque de suivi et les différentes interprétations génèrent un important manque cohérence.

2. Le logotype actuel



L'actuel logotype correspond à une époque où le **Pays Cœur d'Hérault** avait besoin de trouver une identité.

- Courbe bleue représentant le fleuve Hérault.
- Tracé orange pour le tracé d'autoroute local.
- Cercle vert pour l'aspect nature et territoire.
- Typographie couleur rouge rappelant les terres rouges locales : « Ruffe ».
- Typographie couleur grise.
- Les tracés ont un aspect artistique « au pinceau »

La plupart de ces éléments sont rattachés à une époque : par exemple en 2009 le tracé d'autoroute véhiculait une image de modernité et d'accessibilité qui sont aujourd'hui devenues banale, et la touche artistique « au pinceau » peut même à certaine résolution paraître comme un défaut.

V. Commande ferme : Logotype et charte graphique

A. Création ou confirmation du Logotype

La réalisation d'un logo identitaire de l'institution déclinable sous tous types de supports de communication (communiqués de presse, dossiers de presse, documents, réseaux sociaux, mais aussi objets personnalisables).



Il est possible de se rapprocher voire de reprendre le logo existant de « *MonCoeurdHerault.com* » (un site des sites du **Pays Cœur d'Hérault**).

Lors de manifestations publiques, il nous a été signalé que le symbole d'un cœur pourrait être utilisé pour représenter le territoire **Pays Cœur d'Hérault**.

1. Sens & identité

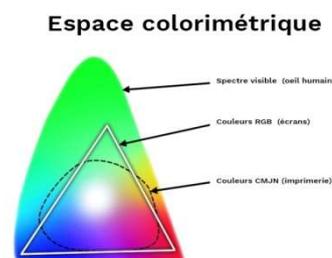
Le logo devra pouvoir faire référence au territoire « **Pays Cœur d'Hérault** » se rapprocher au mieux de son identité :

Un territoire éthique avec des valeurs humaines et sociales, à l'écoute des besoins des habitants, qui agit localement, de manière transparente, en privilégiant la concertation.

2. Contraintes couleurs

Les couleurs doivent être cohérentes avec l'usage : le **Pays Cœur d'Hérault** communique la plupart du temps sur plusieurs media : papier, web, vidéo.

Il pourrait être utile et plus simple pour les utilisateurs de limiter les problèmes de conversion d'espace.



3. Contraintes de ratio

Le nouveau logo du Pays Cœur d'Hérault sera souvent associé à des logos de partenaires avec pour certains des contraintes de taille.

Par exemple les bannières de logo de l'Europe sont régulièrement associées au logo du **Pays Cœur d'Hérault**.



Les logos de l'Union Européenne pour des raisons légales sont soumis à des contraintes de taille et doivent être plus grands que les autres logotypes.

D'autre part la présence d'un nombre parfois important de partenaires nous oblige à optimiser l'espace soit verticalement soit horizontalement soit sur les deux axes. Le logo devra donc pouvoir se décliner sous ces différentes formes (quadri, monochrome, vertical, horizontal, carré, favicon).

4. Contrainte de détails

Les documents numériques sont soumis à des variations d'échelle importante en fonction du support (eg : résolution smartphone vs ordinateur de bureau) ou encore en fonction du zoom, l'affichage des détails fin peut se trouver dégradé à certaines échelles.

Il faudrait aussi permettre que le logotype puisse être redimensionné sans perdre trop de son sens.

5. Contrainte de composition

Le logotype sera apposé sur différents types de fond : photo, graphique, texte...

La lisibilité et l'identification devrait être la plus optimale possible dans l'ensemble des compositions.

B. Charte graphique

La charte graphique se doit d'être cohérente avec la structure, laissant passer l'image d'un territoire vivant et humain : « **le Pays Cœur d'Hérault** ».

Les besoins concernant la charte sont :

- Moderniser : la charte et le logo sont un peu datés
- Simplifier : il faut que la charte soit simple pour que l'ensemble des services puissent l'utiliser.
- Décliner et Unifier : la charte devrait pouvoir s'adapter légèrement aux différents pôles (peut-être une icône ou une couleur) tout en restant unifié et identifiable
- Coexister : Le Pays Cœur d'Hérault collabore souvent avec de nombreux partenaires avec leur propre environnement visuel il faudrait pouvoir coexister avec nos partenaires

La SIMPLICITE est primordiale : le service communication du **Pays Cœur d'Hérault** est composé de seulement une personne, ce qui implique une participation importante de chaque agent de l'équipe technique à la mise en œuvre de la charte graphique. Une grande souplesse en conservant un maximum de cohérence, il faut éviter que les pôles considèrent la charte comme une contrainte sinon elle ne sera pas appliquée.

Il serait souhaitable d'avoir une version sous forme double page de présentation simple de la charte, pour que chaque agent puisse l'utiliser.



1. Police de caractères

Il est important de pouvoir proposer des solutions simple et adaptable sur la partie typographique. Le service communication étant réduit, il est indispensable que chaque personne au sein du **Pays Cœur d'Hérault** puisse

utiliser et appliquer la charte graphique. La charte ne devrait pas contenir trop de police, ni trop de déclinaison. (Deux polices et 3 graisses par polices)

Cependant pour permettre de répondre à des demandes spécifiques (comme s'intégrer dans la communication de partenaires), il peut être utile de choisir des polices pouvant supporter plus de graisses.

2. Applications et éléments

Les applications au sein du **Pays Cœur d'Hérault** et de ses partenaires sont nombreuses : brochures, plaquettes, affiches, courrier, web, réseaux sociaux, vidéos ... la charte doit permettre de répondre simplement à chaque situation sans ambiguïté avec une mise en œuvre aisée et rapide (exemples, et éventuellement modèles (Template) simples pour chaque application :

Applications numériques :

- Bannière réseaux sociaux,
- Newsletter
- Invitation et e-mailing
- Signature email

Supports de communication divers :

- Papier entête, courrier
- Brochures (pages de garde et mise en page),
- Dépliants (pages de garde, mise en page et format),
- affiche,
- communiqués et dossiers de presse,
- flyers,
- carte de visite,
- compte rendu de réunion
- présentation de réunion (PPT),
- couverture de dossiers (présentations, demandes de subvention, dossier de réponse à des AAP...)

VI. Commande optionnelle : supports de communication

Chaque élément de la partie optionnelle sera chiffré individuellement et pourra être activé séparément.

A. REALISATION DE VIDEOS COURTES (captation & montage)

Réalisation de vidéos promotionnelles de l'expérience pour alimenter la communication autour du projet et pouvant être diffusées via les réseaux sociaux. Les vidéos réalisées devront s'inspirer des valeurs du territoire.

Caractéristiques techniques :

- 1 vidéo de présentation du territoire (2 minutes)
- 5 vidéos-portrait interviews (2 minutes)
- 1 vidéos teaser territoire (30 secondes)

Les vidéos seront fournies en haute-définition, compatible avec la diffusion en flux web.

B. PHOTO

Reportage photographiquesur le territoire, l'équipe et les actions.

Les photographies devront s'inspirer et véhiculer les valeurs du **Pays Cœur d'Hérault**.

1. Caractéristiques techniques :

- Travaillé et optimisé par le photographe (calage, couleurs, contraste...)
- Sur support numérique au format Jpeg 300 Dpi
- Les photos seront numérotées, datées, géo-localisées et préciseront le crédit photo à indiquer.
- La remise définitive des photographies au Pays Cœur d'Hérault donnera lieu à la signature d'un bon de livraison qui attestera de leur conformité.

2. Quantité :

Commande d'une trentaine de clichés validés : une à deux par pôle (équipe /actions)

Trombinoscope de l'équipe (1 photo / agent + 1 photo de groupe)

C. Campagnes RESEAUX SOCIAUX

Création d'un ensemble d'outils de base pour les campagnes réseaux sociaux.

Création de campagne pour assurer la promotion afin d'augmenter la visibilité du **Pays Cœur d'Hérault** sur les réseaux sociaux.

La prestation comprendra :

- Audit des besoins et de l'audience cible,
- Proposition de planning de publications / contenus,

- Création échelonnée des post sponsorisés,
- Suivi et optimisation campagne,
- Bilan.

VII. Organisation de la mission

A. Réunions de suivi

Rapidement après la notification de la mission, une première réunion de démarrage sera organisée avec les représentants du **Sydel Pays Cœur d'Hérault**. Cette première réunion permettra de fixer le planning de réalisation des visuels, reportages, publications et restitution.

Au fur et à mesure de l'avancement des créations visuelles, publications et reportages, des points intermédiaires avec les représentants du **Sydel Pays Cœur d'Hérault**, permettront de présenter les visuels, captations, clichés réalisés et ainsi valider l'avancement du travail et l'adéquation au cahier des charges.

B. Cession des droits de propriétés intellectuelles

L'Auteur déclare et garantit :

- Qu'il est bien l'auteur de l'œuvre ou des œuvres définies en application des présentes, au sens de l'article L113-3 du Code de la propriété intellectuelle ;
- Qu'il dispose de la plénitude de ses droits d'auteur qui ne sont grevés d'aucune limite, restriction, nantissement et ne sont en aucun cas donnés en garantie sous quelque forme que ce soit à qui que ce soit ;
- Que les droits n'ont pas été transmis à une société de gestion collective pour une gestion par délégation de ses droits patrimoniaux.

Au titre de l'article L 131-3 du code la propriété intellectuelle « La transmission des droits de l'auteur est subordonnée à la condition que chacun des droits cédés fasse l'objet d'une mention distincte dans l'acte de cession et que le domaine d'exploitation des droits cédés soit délimité quant à son étendue et à sa destination, quant au lieu et quant à la durée.

Par ailleurs au titre de l'article L 122-4 du code de la propriété intellectuelle « Toute représentation ou reproduction intégrale ou partielle faite sans le consentement de l'auteur ou de ses ayants droit ou ayants cause est illicite. Il en est de même pour la traduction, l'adaptation ou la transformation, l'arrangement ou la reproduction par un art ou un procédé quelconque. ».

Pour satisfaire à ces exigences de fond les parties sont convenues ce qui suit :

1. Droits moraux :

Le commanditaire peut exploiter librement les créations graphiques, photographies et vidéos dans le respect des droits moraux de l'auteur. A ce titre le prestataire bénéficie du respect de son nom dont la mention figurera sur toutes les reproductions de son œuvre, sauf refus express de sa part.

2. Droit de représentation :

Au titre de l'article L 122-2 du code de la propriété intellectuelle, les droits de représentation sont transférés dans les conditions suivantes sur tous supports connus ou inconnus à jour notamment :

Projection publique, transmission dans un lieu public, diffusion de tout procédé de télécommunication de sons, d'images, de documents, de données et de message de toute nature, transmission numérique (numérisation, stockage, transfert électronique sur un autre support notamment).

Le prestataire autorise également, en plus du Pays Cœur d'Hérault et des 3 territoires partenaires, l'exploitation des visuels, images et vidéos réalisées par la presse et pour les supports de communication des partenaires institutionnels et professionnels.

3. Droits de reproduction :

Au titre de l'article L 122-3 du code de la propriété intellectuelle, « la reproduction consiste dans la fixation matérielle de l'œuvre par tous procédés qui permettent de la communiquer au public d'une manière indirecte ».

Les droits de reproduction sont cédés avec possibilité de modification de l'œuvre par le commanditaire, dans le respect du droit d'auteur, principalement pour les adaptations aux supports de diffusions pour des raisons techniques (adaptation à une charte graphique, recadrage de l'œuvre).

L'exercice du droit de transformation ne sauraient conduire à une dénaturation de l'œuvre au titre du droit moral.

Les droits de reproduction sont transférés dans les conditions suivantes sur tous supports connus ou inconnus à ce jour et notamment :

- Dossier de presse, communiqué de presse, article de presse
- Annonce presse, publi-reportage et bannière web
- Plaquette, brochure, carton d'invitation
- Carte postale, marque-page, catalogue, édition de CR Rom et DVD et autre objets promotionnels distribués gratuitement
- Fond de scène, panneau de stand de foires et salons, affiche, affichette, poster, exposition, bâche
- Clip de sponsoring, spot TV et film institutionnel, plateau TV, retransmission événementielle
- Newsletter, sites internet et intranet, les institutions partenaires
- Réseaux sociaux : Facebook, Instagram, Pinterest, Flickr et autres

4. Droit à l'image

Il appartiendra au photographe/vidéaste, auteur de clichés et/ou vidéos mettant en scène des personnes dans des lieux privés et publics de s'assurer de l'accord des personnes photographiées pour l'exploitation de leur image pour les besoins de la communication.

Le prestataire garantira en outre le Pays Cœur d'Hérault et les territoires partenaires contre toute revendication effectuée par des tiers quant aux droits de propriété intellectuelle.

Une copie de l'ensemble des autorisations sera transmise au Maître d'ouvrage.

5. Durée

La cession est consentie pour toute la durée de protection légale accordée par la loi et ses éventuelles évolutions.

VIII. Exécution & Budget

Les prix sont réputés complets, non actualisables et non révisibles.

Il est demandé de détailler précisément chaque volet de l'offre.

A. Modalités de paiement

Le prestataire devra répondre en remplissant le BPU présent en annexe de la présente consultation ; il devra être daté, signé et adressé au **SYDEL PAYS CŒUR D'HERAULT**.

Le paiement sera effectué par mandat administratif sur présentation de factures.

Les prestations seront rétribuées de la façon suivante : par acomptes successifs à l'issue de la réalisation de chaque étape de la mission et après service fait.

Une facture sera établie par le prestataire à l'issue de la livraison et de la validation de chaque phase effectuée.

Le prix est ferme et forfaitaire. Le prix doit comprendre tous les frais afférents à l'action (déplacement, frais de conception, frais de reproduction...). Un changement éventuel du lieu de réalisation de la prestation ne saurait entraîner de surcoût, notamment au titre des déplacements.

L'offre de prix est valable pendant toute la durée du marché.

B. Procédure & Exécution

Procédure adaptée – article 27 du décret 2016 - 360 du 25 mars 2016 : Le marché à intervenir est un marché public de Services (Prestations intellectuelles)

Lot unique : En effet, compte tenu de la spécificité de la mission, il n'est pas prévu de décomposition en lots.

Forme juridique de l'attributaire :

Les candidats peuvent se présenter seul ou en groupement. En cas de groupement, la forme souhaitée par le pouvoir adjudicateur est un groupement solidaire.

Le pouvoir adjudicateur interdit aux candidats de présenter leurs offres en agissant à la fois en qualité de candidats individuels et de membres d'un ou plusieurs groupements, conformément à l'article 45-V du décret 2016-360 du 25 mars 2016.

Le dossier de consultation est téléchargeable sur : le site du SYDEL rubrique marchés ou sur demande adressée par mail adressée à didier.gencourt@coeur-herault.fr ou bien magali.leon-philip@coeur-herault.fr

Le contrat lié à la présente consultation pourra faire l'objet de modifications par avenant.

Pièces constitutives du Document de Consultation des Entreprises (DCE) : le cahier des charges, l'acte d'engagement, le bordereau des prix, Attestation Honneur Respect Réglementations et Non conflit d'intérêt.

Modification de détail au dossier de consultation : Le pouvoir adjudicateur se réserve le droit d'envoyer au plus tard 8 jours calendaires avant la date limite de remise des offres des modifications de détail sur le dossier de consultation. Les candidats devront alors répondre sur la base du dossier de consultation modifié.

Le dossier de consultation est téléchargeable sur le site du SYDEL rubrique : marchés <https://www.coeur-herault.fr/l-institution/marches-publics>

▪

C. Calendrier et durée

- Lancement de la consultation : 13 février 2023
- Date limite de réception des propositions : 31 Mars 2023 – 11h
- Il est prévu que la mission se déroule entre fin Avril et Septembre 2023 : Il est demandé au(x) prestataire(s) de fournir un rétro-planning précis en cohérence avec la nature du projet, les différentes prestations prévues et les contraintes calendaires exprimées.
- Réunion de lancement de la mission : semaine X.
- Durée de validité des offres : 90 jours

D. Modalités de participation à la consultation

1. L'offre

Le dossier à remettre par les candidats devra comprendre les pièces suivantes :

- Une note méthodologique démontrant une bonne compréhension de la demande (graphisme/photo/vidéo/réseaux sociaux) dans sa totalité ou en partie, proposant une trame simplifiée de la méthode et précisant le planning prévisionnel, les modalités d'intervention et d'échanges au cours de la mission (réunions de calage).

Pour les reportages photos et vidéos, la réponse doit tenir compte d'une disponibilité pour plusieurs séances. Cette disponibilité devra tenir compte des conditions climatiques et sanitaires du moment.

Le mémoire technique et méthodologique relatif à la mission permettra de juger la valeur technique de l'offre comporte notamment :

- Le descriptif de la méthodologie ;
- La composition de l'équipe proposée pour l'élaboration de la prestation; elle pourra s'entourer, le cas échéant, d'autres compétences utiles à la réalisation de sa mission
- Les moyens mis en place pour la réalisation ;
- Le nombre de réunions, détaillé par phases ;
- Un calendrier prévisionnel de réalisation de la mission.

Le BPU accompagné d'un devis détaillé

Répondant aux missions formulées dans ce cahier des charges. Les prix sont forfaitaires et doivent inclure tous les frais de la mission (frais de déplacement, cessions de droits, etc.).

Un book (showreel)

Comprenant une sélection limitée et représentative de votre travail et qui pourraient correspondre à l'esprit de la commande.

Une liste de références

Liste en adéquation avec le cahier des charges (de préférence correspondant au book)

- Lettre de candidature ou Imprimé DC1;
- Déclaration du candidat ou Imprimé DC2 ;
- Pouvoir de la personne habilitée à engager le candidat ;
- Attestation Honneur Respect Réglementations et Non conflit d'intérêt (en pièce jointe)
- Acte d'engagement annexé au présent règlement de la consultation, à compléter, dater et signer ;
- Eventuellement des certificats de qualifications professionnelles ;
- En outre, pour chaque sous-traitant présenté dans l'offre, le candidat devra joindre, en sus de l'annexe : le formulaire DC4.

Conformément à l'article 55 du Décret n°2016-360 du 25 mars 2016, le candidat retenu ne saurait être désigné définitivement comme titulaire du marché qu'à la condition de produire dans un délai de 8 jours les certificats et attestations prévus aux articles 48 et 49 dudit décret.

2. Renseignements et Remise des offres

Renseignements techniques :

Pour obtenir tous les renseignements complémentaires qui leur seraient nécessaires au cours de leur étude, les candidats devront faire parvenir au plus tard 10 jours avant la date limite de réception des offres, une demande écrite à :

- Didier GENCOURT : didier.gencourt@coeur-herault.fr - tel : 06 10 24 12 82
- Magali LEON-PHILIP : magali.leon-philip@coeur-herault.fr - tel : 06 89 59 43 52

Une réponse sera alors adressée, selon les cas, à toutes les entreprises ayant retiré le dossier ou l'ayant téléchargé après identification, 6 jours au plus tard avant la date limite de réception des offres.

L'offre du candidat :

Elle devra être adressée à l'attention du Pays Cœur d'Hérault sur la plateforme à l'adresse suivante: <http://www.e-marchespublics.com>

- Offre relative à la consultation N°2023-01-SYDEL Communication
- Les réponses (incluant les pièces demandées) doivent parvenir au plus tard le 30 Mars 2023 – 11h.

3. Critères d'attribution

Le commanditaire et ses partenaires retiendront l'offre la plus avantageuse économiquement, appréciée en fonction des critères suivants :

- Prix et cohérence du prix global : 30%
- Valeur technique & qualitative : 60%
- Délais d'exécution ; 10 %

Ces critères qualitatifs porteront sur la pertinence de la note méthodologique, les réalisations et références présentées.

Méthode de notation :

- Une note est donnée à chaque critère en fonction de sa pondération.
- Le total des notes pondérées de l'ensemble des critères, fixe la note finale de l'offre.
- Cette note permettra le classement des offres.
- La valeur technique sera appréciée (note sur 60) au regard du contenu de la note méthodologique proposée pour assurer la mission, sur la base des 4 sous critères suivants :
- Moyens (personnels et matériel) : organisation de la société et pertinence de l'équipe mobilisée pour la réalisation de la mission (profil intervenants / compétences), notés sur 10 points ;
- Références du cabinet d'études relatives à l'élaboration de la prestation en détaillant les expériences sur des territoires similaires, notées sur 10 points.
- Description précise de la méthodologie proposée en explicitant la compréhension du contexte et les enjeux du projet (d'éventuelles réflexions originales sont acceptées), les moyens techniques mis en œuvre, notée sur 40 points.

Pour le critère Prix, la méthode de notation retenue est :

- L'offre la plus basse obtient la note maximale de 30/30.
- La note attribuée aux autres candidats est calculée comme suit : (Montant de l'offre la plus basse / Montant de l'offre du candidat) X 30

Pour le critère Délais d'exécution, la méthode de notation retenue est:

- L'offre la moins disante obtient la note maximale soit 10/10.

- La note attribuée aux autres candidats est calculée comme suit : (délai en semaine de l'offre moins disante / délai en semaines de l'offre du candidat) X 10
- Le candidat ayant proposé un planning et un délai non cohérent, ni réaliste se verra attribuer une note égale à 0.

4. Négociation

Le Pouvoir adjudicateur pourra négocier sur tous les éléments de l'offre avec les candidats ayant remis une offre recevable avant d'attribuer le marché.

Après une 1^{re} analyse des offres, le pouvoir adjudicateur pourra négocier avec les candidats dont l'offre aura été classée dans les 3 premières places, sur la base des critères définis à l'article « critères d'attribution » du présent règlement de consultation.

Il peut également se laisser la possibilité de ne pas négocier conformément à l'article 27 du décret n°2016-360 du 25 mars 2016 et d'attribuer le marché sur la base des offres initiales.

La négociation se fera par audition.

A l'issue de la négociation, les candidats ayant participé à la négociation seront invités à présenter une offre définitive (nouvel acte d'engagement, nouvelle offre de prix, mémoire technique ou toute autre pièce utile à l'appréciation de l'offre). Ces nouvelles offres seront jugées en application des mêmes critères ci-dessous définis.

L'offre la mieux classée sera retenue à titre provisoire en attendant que le ou les candidats produisent les certificats et attestations de l'article 51 du décret n°2016-360 du 25 mars 2016.

5. Voies et délais de recours

Tribunal administratif de Montpellier.

IX. Tranche ferme budget

Le budget estimatif est environ de **8 000€ HT**

		BORDEREAU DES PRIX	
Marché public de Services – Prestations intellectuelles N°2023-01-SYDEL Communication			
NOM DE L'ENTREPRISE :		Adresse de l'Entreprise :	
Contact de l'entreprise (Nom, n° téléphone, email) :		Code APE de l'Entreprise :	
N° SIRET de l'Entreprise :		IBAN de l'Entreprise :	

Type de prestation	Descriptif	Prix unitaire HT	Prix global HT
Charte graphique	Charte graphique		
Logotype	Logotype		

Total général HT :

Total TVA :

Total général TTC :

▪

Date :

Cachet et Signature :

X. Tranche optionnelle budget

Le budget estimatif est environ de **6 000€ HT**

		BORDEREAU DES PRIX	
Marché public de Services – Prestations intellectuelles N°2023-01-SYDEL Communication			
NOM DE L'ENTREPRISE :		Adresse de l'Entreprise :	
Contact de l'entreprise (Nom, n° téléphone, email) :		Code APE de l'Entreprise :	
N° SIRET de l'Entreprise :		IBAN de l'Entreprise :	

Type de prestation	Descriptif	Prix unitaire HT	Prix global HT
Vidéo courtes	7 Vidéos		
Photos	Environ 30 Photos		
Campagne réseaux sociaux	Campagne pub		

Total général HT :

Total TVA :

Total général TTC :

Date :

Cachet et Signature :