

MISE EN CONCURRENCE

Relations presse - Marque Alsace

Mulhouse, 15 février 2021

On a tous l'Alsace à cœur



imaginalsœce

On a tous l'Alsace à cœur



imaginalsœce

Objet :

Cette mise en concurrence a pour objet de recruter un prestataire pour accompagner l'ADIRA dans le cadre de ses relations presse pour valoriser la Marque Alsace et ses dispositifs.

Nous souhaitons que ce prestataire :

- nous accompagne pour formuler notre stratégie presse pour la Marque Partagée Alsace et ses dispositifs.
- nous propose un calendrier et une méthodologie d'actions et de prises de parole vers la presse.
- réalise un dossier de presse socle générique pour la Marque Partagée Alsace et ses dispositifs.
- réalise un communiqué de presse spécifique par dispositif et une base de communiqué de presse pouvant être utilisé pour nos opportunités de communication vers la presse pour chacun de nos dispositifs.
- identifie les médias et journalistes pertinents par rapport à nos enjeux et pour nos dispositifs.
- nous propose un forfait d'accompagnement par types d'actions proposées.

Éléments de contexte « Marque Alsace »

La stratégie d'attractivité de l'Alsace se construit autour de la marque partagée et fédérative « Alsace ».

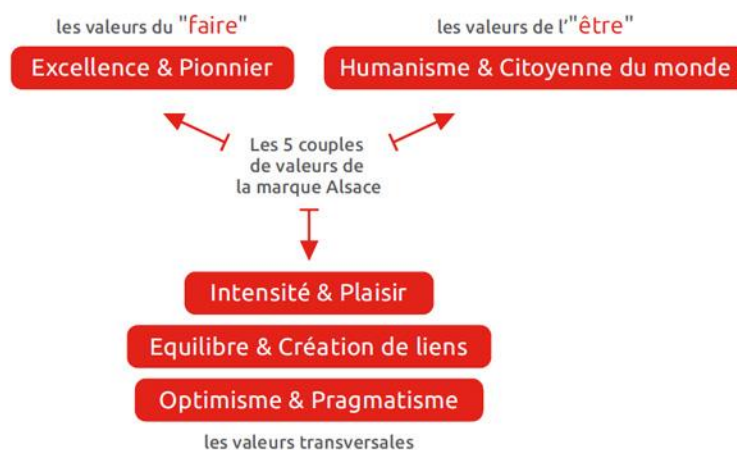
La Marque partagée Alsace est le "porte drapeau" qui symbolise ce territoire, son identité, ses valeurs, mais aussi ses objectifs et son avenir.

La Marque Alsace, une démarche de Marketing Territorial pour :

- Améliorer l'image de l'Alsace et mettre en avant son identité et ses valeurs
 - Symboliser l'Alsace et donner corps à ses valeurs.
 - Développer l'attractivité, le rayonnement, la réputation, la notoriété de l'Alsace autour de valeurs porteuses de développement et d'excellence.
- Fédérer et mobiliser les acteurs autour d'actions collectives
 - Mobiliser les acteurs du territoire autour d'actions collectives : Promotion, Prospection, Communication, ...
 - Agir sur la fierté territoriale d'appartenance
 - Identifier, impliquer, mobiliser, activer les acteurs de la chaîne de valeur et les ambassadeurs du territoire sous la bannière de la Marque Alsace
- Développer son attractivité économique
 - Attirer des capitaux, des compétences, des entreprises, des savoirs, des étudiants, des visiteurs en s'appuyant sur l'offre et les atouts de l'Alsace.
- Générer des emplois

La vision de la Marque : « Imaginer et construire un modèle de vie meilleure en phase avec les attentes des femmes et des hommes d’aujourd’hui et de demain. »

Les valeurs de la Marque Alsace sont issues du diagnostic réalisé en 2010 et 2011 autour de l’identité et de l’image de l’Alsace. Elles reflètent ce qui réunit, fédère les alsaciens. Elles sont le liant entre les partenaires de la Marque et l’essence de ce que l’Alsace souhaite montrer au monde.



Les objectifs de la Marque Alsace :

 <p>Rendre visible</p>	 <p>Qualifier</p>	 <p>Fédérer et Activer</p>
<p>Développer l’attractivité du territoire en le rendant plus visible auprès de ses publics cibles et au travers de la Marque Partagée Alsace et de ses valeurs</p>	<p>Apporter de la valeur au territoire et à la Marque Alsace grâce à la qualification des entreprises alsaciennes et/ou de leurs produits et services</p>	<p>Transformer tous les amoureux de l’Alsace en promoteurs du territoire et les fédérer pour leur donner plus de force et de visibilité</p>

Afin d'atteindre les objectifs, le Pôle Marque Alsace a repris, créé, développé et fédéré des communautés qui sont des dispositifs de prescription de l'Alsace performants :

- Réseaux sociaux notamment page <https://fr-fr.facebook.com/alsace.region/>
- Ambassadeurs d'Alsace - www.ambassadeurs.alsace
- Partenaires de la Marque Alsace - www.marque.alsace
- Savourez l'Alsace - Savourez l'Alsace Produit du Terroir - www.marque.alsace/la-nouvelle-maniere-de-savourez-lalsace
- Alsace Excellence - www.excellence.alsace

Cadre de la réponse au projet

Compréhension du cahier des charges

Ce cahier des charges exprime nos besoins et nos attentes. Il n'est pas exhaustif et reste bien entendu ouvert aux propositions du prestataire.

Prestations attendues

Nos attentes vis-à-vis du prestataire :

- Formalisation d'une stratégie presse pour la Marque Partagée Alsace et ses dispositifs.
- Définition d'un calendrier et d'une méthodologie d'actions et de prises de parole vers la presse.
- Réalisation d'un dossier de presse générique pour la Marque Partagée Alsace et ses dispositifs.
- Réalisation d'un communiqué de presse spécifique par dispositif et une base de communiqué de presse nous permettant de valoriser chacun de nos dispositifs tout en le personnalisant en fonction de nos opportunités de communication vers la presse.
- Création d'une base de contacts médias et journalistes pertinents par rapport à nos enjeux
- Forfait d'accompagnement par types d'actions proposées.

Règlement et modalités de réponse

Les réponses à cette mise en concurrence doivent nous parvenir avant le 12 mars 2021 par voie électronique et/ou postale.

La présélection des prestataires se fera sur dossier. Si nécessaire, nous demanderons des renseignements complémentaires aux répondants. Nous demanderons aux prestataires retenus de présenter leur projet.

Calendrier prévisionnel

- Lancement de la mise en concurrence d'accompagnement : 15/02/2021
- Date limite de réception des dossiers : 11/03/2021
- Sélection des dossiers et présentation orale : 16/03/2021
- Information du choix du prestataire retenu : 18/03/2021

Critères de choix pour l'attribution du lot

- Les expériences du répondant dans des projets similaires et la qualité de ses références
- La pertinence de la réponse et les propositions par rapport aux attentes formulées dans ce cahier des charges
- La capacité du répondant à mener le projet dans ses différentes dimensions
- Sa capacité à proposer des outils adaptés et pertinents
- Les moyens humains mis à disposition pour le suivi du projet
- Les délais de mise en œuvre
- Les coûts et la clarté du devis pour chaque prestation demandée

Éléments à remettre pour la réponse à l'appel d'offres

- Un extrait du KBIS
- Une présentation de l'entreprise et de l'équipe dédiée au projet
- Ses références et/ou expériences similaires
- Une méthodologie et un planning de mise en œuvre du projet
- Un mémoire technique expliquant les solutions proposées par rapport à nos souhaits et éventuelles propositions ne figurant pas dans ce cahier des charges
- Des exemples / maquettes supports, outils etc. du plan de communication déployé ?
- Une grille tarifaire détaillant les éléments demandés ou proposés

Contacts

Le dossier est suivi par :

Sigrid PERIN

Responsable de la communication

Tél : 03 68 41 11 29 / 07 78 82 33 74

Mail : sigrid.perin@adira.com

et

YVES DEMANGEL

Directeur Pôle Marque Alsace

Tél. : 03 89 29 81 85 / 06 26 86 29 32

Mail : yves.demangel@adira.com