

## MISE EN CONCURRENCE

---

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 réaliser un habillage aux couleurs de la Marque Alsace et/ou de ses dispositifs, de différents espaces à l'Aéroport de Strasbourg.

L'Aéroport de Strasbourg a offert à la Marque Alsace des emplacements pour la rendre visible.

Il existe aujourd'hui déjà un habillage aux couleurs de la Marque Alsace mis en place en 2014 sur les mêmes emplacements (voir visuels dans la partie présentation des espaces p.3 - 4). Différents visuels ne sont plus d'actualité et certains ne sont plus en bon état. Nous souhaitons donc les remplacer.

Nous souhaitons profiter de ce renouvellement pour réactualiser le message et proposer de nouveaux visuels valorisant la Marque Alsace.

Via cet habillage, nous souhaitons atteindre les objectifs suivants :

- Développer au travers de la Marque Partagée Alsace et de ses valeurs l'attractivité de l'Alsace en la rendant plus visible auprès de ses publics cibles
- Toucher le flux d'alsaciens pour les rendre fiers de leur territoire, leur donner l'envie d'en être les ambassadeurs, de devenir acteurs de la visibilité et du développement de l'Alsace,
- Toucher le flux de visiteurs pour leur donner une image positive et dynamique de l'Alsace et leur donner envie d'en parler autour d'eux
- Nous souhaitons que les supports proposés soient suffisamment solides et résistants pour durer plusieurs années dans un lieu de fort trafic.

L'habillage ayant vocation à vivre plusieurs années, il est nécessaire que les visuels soient modernes et durables.

L'habillage et les visuels proposés doivent être en lien avec l'univers de la Marque Alsace (et son code de marque accessible sur le site : [www.marque.alsace](http://www.marque.alsace)) et/ou de ses dispositifs (voir dans la partie Eléments de contexte « Marque Alsace » p.7).

Dans l'espace « liaison piétonne entre l'aérogare et la gare », nous souhaitons une proposition permettant une valorisation dirigée vers le flux des personnes entre la gare et l'aérogare et dirigée vers le flux de véhicule à l'extérieur (voir photos dans la partie présentation des espaces p.4). Il est à noter que la luminosité par transparence des baies vitrées doit être suffisante dans cette espace. La proposition ne pourra donc occulter totalement les baies vitrées.

La présente mise en concurrence porte sur la proposition d'un univers et de visuels répondant aux exigences ci-dessus, la création des visuels nécessaires à l'habillage, la réalisation des supports et mise en place des supports dans les différents espaces.

## Présentation des espaces :

- Les habillages de deux colonnes en salle de livraison bagages
  - Hauteur 310 cm x Largeur 35 cm x longueur 90 cm



➤ L'habillage d'un mur en salle de livraison bagages

- Hauteur 230 cm x Longueur 595 cm



➤ L'habillage des vitres de la liaison piétonne entre l'aérogare et la gare (avant l'escalator en allant vers la gare - 12 visuels Acoeur et 12 visuels de personnalités posant avec le mobilier Acoeur). Tous les visuels de la liaison piétonne sont actuellement en recto uniquement (Acoeur à l'envers en transparence et fond blanc pour les visuels des personnalités).

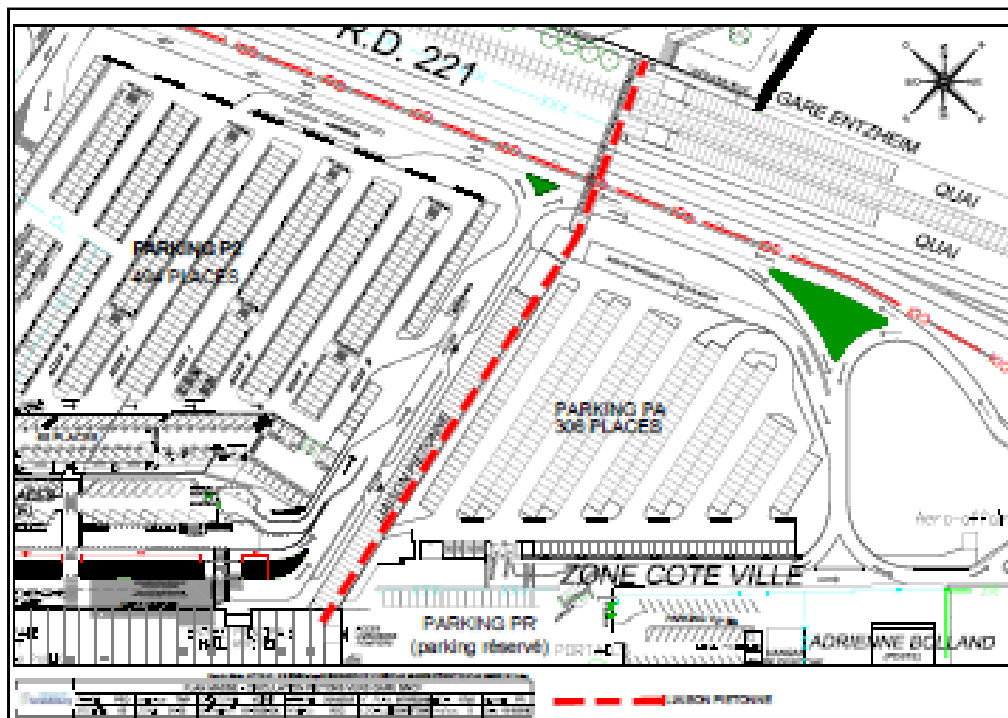
- Dimension des vitrophanies 132 cm x 132 cm







Plan de liaison piétonne : longueur 100m



*Les mesures indiquées sont approximatives et indicatives et nécessiteront d'être reprises précisément !*

## Éléments de contexte « Marque Alsace »

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

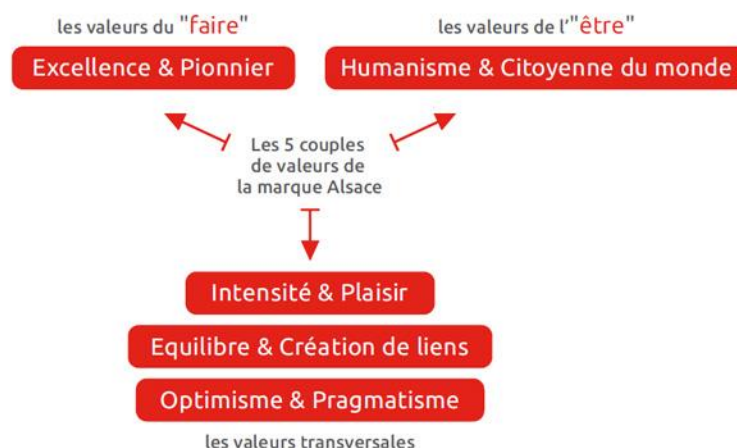
La Marque partagée Alsace est le "porte drapeau" qui symbolise ce territoire, son identité, ses valeurs, mais aussi ses objectifs et son avenir.

**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](http://www.ambassadeurs.alsace)
- Partenaires de la Marque Alsace - [www.marque.alsace](http://www.marque.alsace)
- Savourez l'Alsace - Savourez l'Alsace Produit du Terroir - [www.marque.alsace/la-nouvelle-maniere-de-savourez-lalsace](http://www.marque.alsace/la-nouvelle-maniere-de-savourez-lalsace)
- Alsace Excellence - [www.excellence.alsace](http://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 :
- Proposition d'un univers et de visuels répondant aux exigences présentées dans la partie Objet,
- Création des visuels nécessaires à l'habillage,
- Réalisation des supports,
- Mise en place des supports dans les différents espaces.

### Règlement et modalités de réponse

Les réponses à cette mise en concurrence doivent nous parvenir avant le 13 mars 2020 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 : 15/01/2020
- Date limite de réception des dossiers : 13/03/2020
- Sélection des dossiers et présentation orale : 26/03/2020
- Information du choix du prestataire retenu : 02/04/2020
- Déploiement de la campagne de communication : juin 2020

### 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

[Sigrid.PERIN@adira.com](mailto:Sigrid.PERIN@adira.com)

*Pour tout renseignement complémentaire autour de la Marque Alsace, vous pouvez contacter :*

YVES DEMANGEL

Directeur Pôle Marque Alsace

Tél. 03 89 29 81 85

Mail : [yves.demangel@adira.com](mailto:yves.demangel@adira.com)

Christine RENAUD

Chef de projet Partenaires de la Marque Alsace

Tél. 03 89 29 81 81

Mail : [christine.renaud@adira.com](mailto:christine.renaud@adira.com)

*Pour tout renseignement complémentaire concernant les emplacements de l'aéroport, vous pouvez contacter :*

Martine SAHL

Responsable Pôle Aéronautique

Tel : 03 88 64 69 68

[m.sahl@strasbourg.aeroport.fr](mailto:m.sahl@strasbourg.aeroport.fr)