

MISE EN CONCURRENCE

Création de vidéos - Marque Alsace

Mulhouse, le 9 mars 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 la réalisation de vidéos qui permettront notamment à l'ADIRA de valoriser la Marque Alsace et ses dispositifs.

Nous souhaitons que ce prestataire :

- nous propose des faits marquants à intégrer dans nos vidéos, en lien avec les concepts définis.
- nous réalise des films, à partir des scénarios fournis, avec éléments en 3D ou en captation d'images sur le terrain selon les concepts choisis.

Éléments de contexte « Marque Alsace »

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

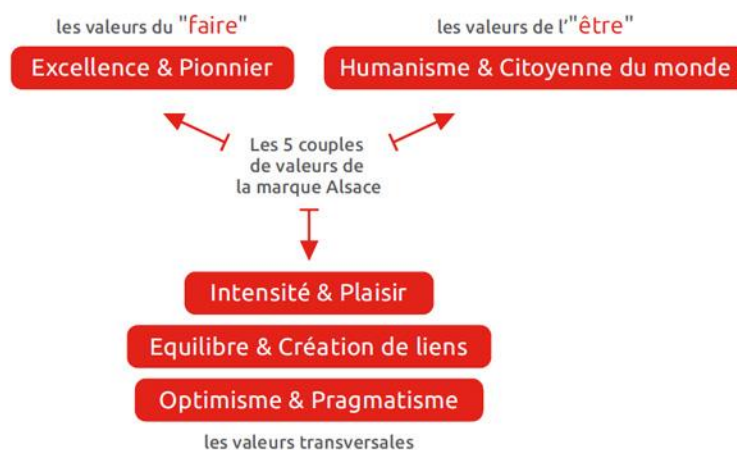
La Marque partagée Alsace est le "porte drapeau" qui symbolise ce territoire, son identité, ses valeurs, mais aussi ses objectifs et son avenir.

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 (Partenaires de la Marque Alsace, Ambassadeurs d'Alsace, Entreprises labélisées Alsace Excellence, marque produits Savourez l'Alsace, etc.) :

- ✔ Sur les réseaux sociaux, notamment avec la page Facebook Alsace - www.facebook.com/alsace.region
- ✔ Le site web des Ambassadeurs d'Alsace - www.ambassadeurs.alsace
- ✔ Le site web des Partenaires de la Marque Alsace - www.marque.alsace
- ✔ Le dispositif Savourez l'Alsace - Savourez l'Alsace Produit du Terroir - www.marque.alsace/la-nouvelle-maniere-de-savourez-lalsace
- ✔ Le site web d'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 :

Réalisation de 8 films :

- Une vidéo, réalisée en animations 3D, d'une durée de 1min30s, généraliste et dynamique sur l'Attractivité du territoire.
Il s'agira de s'inspirer fortement du concept graphique que nous avons réalisé en 2015 - https://youtu.be/r_BEjQ71Af4 - et de la vidéo « Social Media Revolution » réalisée en 2013 - <https://youtu.be/sIFYPQjYhv8>. Les arguments s'y succèdent de manière dynamique avec notamment comme cadre de fond 3D les espaces graphiques d'échanges sur les réseaux sociaux.
Il y aura une succession de faits marquants et d'arguments clés (notamment liés à l'industrie alsacienne) pour donner l'image de l'Alsace innovante, d'excellence, etc. Le tout associé à de fines touches d'humour (exemple : explosion de paillettes suite à l'annonce d'une belle info, suivi d'une anecdote du type « D'ailleurs, le saviez-vous ? Les strass et paillettes ont été inventés à Strasbourg ! »).
- Cinq petits clips de 15 à 20 secondes chacun réalisés en animations 3D.
Chaque clip illustrera l'un des 5 couples de valeurs de la Marque Alsace (<https://www.marque.alsace/les-valeurs-de-la-marque-alsace>).
Selon les propositions formulées, il y aura la possibilité de décliner et de découper les arguments mis en avant sur la vidéo précédente (de 1min30s) pour générer ces petits films sur les valeurs.
Chaque film doit à la fois « faire vibrer » et prouver l'excellence alsacienne.
L'objectif est là encore d'illustrer ces valeurs au travers de faits marquants, le tout d'une manière qui donne envie de rester attentif jusqu'au bout et avec un fil conducteur, comme cela est aussi le cas sur le premier film évoqué ci-dessus.
- Un film court et engageant au format 15 secondes qui valorise la Marque Alsace.
- Option : Un film mettant en avant les Brasseurs d'Alsace. Ce film constituerait le 9^{ème} épisode d'une série lancée en 2014 : <https://youtube.com/playlist?list=PLyKghjTwPAIOLW0fhCfSjy9U7RnrgOkbR>.

Le prestataire devra organiser la logistique liée au tournage sur place, respecter le format des précédents épisodes de la série (nécessitera la création d'une court générique réutilisable) et suivre de près le scénario complet pré-rédigé qui lui sera fourni. Si cela est possible, nous proposerons à Delphine Wespiser de reprendre son rôle d'animatrice. Dans ce cas, le prestataire devra s'occuper de la rédaction de son contrat et de la logistique liée à sa présence sur le tournage.

Pour chacun de ces 8 films, nous rédigerons un scénario de base avec les faits marquants à y intégrer. Mais nous attendrons du prestataire choisi qu'il soit force de proposition sur ces scénarios, dans l'apport de faits marquants et l'intégration graphique au sein des films.

Ces vidéos doivent transmettre des émotions et intégrer de manière visible le A Cœur de la Marque Alsace.

Le candidat est libre de formuler d'autres propositions qu'il juge pertinente.

Concernant les bandes son musicales, le prestataire proposera un panel de choix issus d'une banque de musiques, du type www.premiumbeat.com.

L'ensemble des éléments produits seront livrés tous droits cédés pour un usage autre éventuel.

Règlement et modalités de réponse

Les réponses à cette mise en concurrence doivent nous parvenir avant le 6 avril 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 : 15/03/2021
- Date limite de réception des dossiers : 06/04/2021
- Sélection des dossiers et présentation orale : 07 et 08/04/2021
- Information du choix du prestataire retenu : 12/04/2021

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 :

Yves DEMANGEL

Directeur Pôle Marque Alsace

Tél. 06 26 86 29 32

Mail : yves.demangel@adira.com

Mathieu D'AURIA

Community Manager

Tél. 03 89 29 81 86

Mail : mathieu.dauria@adira.com

Sigrid PERIN

Responsable de la communication

07 78 82 33 74

Mail : sigrid.perin@adira.com