

**MARCHE SIMPLIFIE VALANT REGLEMENT DE LA CONSULTATION ET CAHIER DES
CLAUSES ADMINISTRATIVES PARTICULIERES (A UTILISER POUR DE TRES PETITS
MAPA)**

MARCHE N° 2013.221

Société GFT

Monsieur Jacques Delanoë

La Bertaiche

35760 SAINT GREGOIRE

DIRECTION DE LA COMMUNICATION

Affaire suivie par : CATHERINE DURFORT

Tél. : 02 99 02 35 31

Fax : 02.99.02.39.27

Catherine.durfort@cg35.fr

Objet du marché : création et lancement d'un gentilé pour l'Ille-et-Vilaine

- Le présent marché est un marché passé selon une procédure adaptée en application de l'article 28 du Code des Marchés Publics
- Le Cahier des clauses administratives générales applicables est le suivant :
Cahier des clauses administratives générales applicable aux marchés de prestations Intellectuelles (CCAG-PI) et option B concernant l'utilisation des résultats et précisant les droits respectifs du pouvoir adjudicateur et du titulaire est telle que définie au Chapitre V du CCAG – PI.

1 – Le contexte

Les habitants d'Ille-et-Vilaine, qui viennent de franchir le cap du million en 2013 n'ont toujours pas de nom. Le département d'Ille-et-Vilaine est aujourd'hui l'un des derniers en France à ne pas posséder de gentilé. C'est pourquoi le Président du Conseil général et l'assemblée départementale ont souhaité mettre en place une procédure qui permettra de doter le département d'un gentilé avant la fin de l'année 2013. Cette procédure s'appuiera sur la réflexion d'un comité d'experts qui fera aux élus une proposition fédératrice, susceptible de faire adhérer le plus grand nombre. Elle devra aussi associer les habitants sous une forme à définir.

2 – La prestation attendue

Choisir un gentilé et le faire adopter par la population s'avère toujours une mission périlleuse, car cette démarche touche à l'identité du département et de ses habitants. C'est pourquoi le Département souhaite s'entourer des conseils d'un spécialiste de la communication, qui peut à la fois se prévaloir d'une bonne connaissance de l'Ille-et-Vilaine pour comprendre les ressorts de l'identité collective et de la gestion réussie d'adoption ou de changements de noms.

a) Les prestations attendues seront les suivantes :

1 – Conseiller le Président et la direction de la communication sur la stratégie à adopter pour faire émerger un nom pertinent susceptible de susciter l'adhésion des habitants d'Ille-et-Vilaine. Ces derniers devront être consultés à un moment ou un autre de la démarche.

habitants d'Ille-et-Vilaine. Ces derniers devront être consultés à un moment ou un autre de la démarche.

2 – Constituer et animer un « comité d'experts »

Composé d'une dizaine de personnes, il sera chargé de constituer une « short-list » de noms. Il ne s'agira pas forcément d'experts en matière linguistique ou historique mais des personnalités connues du grand public, crédibles auprès de la population d'Ille-et-Vilaine et représentatives de ce territoire. Il comprendra néanmoins au moins un représentant du monde académique.

Ce comité aussi devra refléter la diversité de la population départementale : il devra le plus possible s'approcher de la parité hommes/femmes, rassembler des personnes de tous âges (et en particulier des jeunes), d'horizons professionnels divers et comporter quelques membres non originaires de l'Ille-et-Vilaine voire d'origines culturelles différentes. Enfin, le comité devra essayer de représenter l'ensemble du territoire de l'Ille-et-Vilaine.

Le prestataire soumettra la liste des membres pressentis pour le comité au Président du Conseil général. Il prendra les premiers contacts avec les personnalités pressenties. Il présidera et animera les réunions de créativité (pas plus de 3) destinées à trouver une short-list de noms et de réfléchir aux meilleurs moyens de les faire connaître et adopter par le public.

Ces réunions se dérouleront à l'Hôtel du Département et seront matériellement organisées par les services départementaux (logistique, restauration etc.)

3 – Proposer une liste courte de noms (3 à 4 noms)

Le nom final des habitants d'Ille-et-Vilaine sera issu de cette liste.

Ce nom devra véhiculer une image de jeunesse et de modernité et, par conséquent, conforter le positionnement de « nouvelle Bretagne » adoptée par le Département, le Comité Départemental du Tourisme et l'agence de développement économique idea 35.

Il comportera de manière préférentielle une référence à la Bretagne, tout en évoquant le territoire de l'Ille-et-Vilaine.

4 – Proposer une stratégie de communication pour faire connaître le nom et faire adhérer les habitants

Cette stratégie tiendra également compte des propositions issues du « comité d'experts ». Elle devra être réaliste au regard des moyens financiers et humains du Département en matière de communication.

5 – Porter personnellement la proposition

Le prestataire sera aussi le président du « comité d'experts ». Il devra donc s'engager personnellement et publiquement dans la démarche, dans le choix du nom et les défendre auprès des habitants et des médias.

5 – Intervenir dans le cadre d'une communication de crise le cas échéant

Une telle démarche suscitera nécessairement des réactions dans les médias et sur les réseaux sociaux. Le prestataire devra participer à l'amplification du « buzz » positif mais aussi intervenir et à titre de conseil et directement en cas de « buzz » négatif.

b) Les livrables attendus

- En début de prestation, une note de recommandation détaillant la façon la plus pertinente de trouver un nom adopté par les habitants : quelle procédure ? Comment se garder au maximum des risques et des chausse-trappes ?
- Une liste de 3 à 4 noms possibles assortie d'une recommandation argumentée
- Un document relatif à la stratégie de communication à adopter pour faire connaître le nom et susciter son appropriation par les habitants
- En cas de « turbulences », des conseils écrits avec des contenus appropriés

2-1- délai de réalisation, calendrier et durée du marché

- Constitution définitive de la liste d'experts : fin mars
- Réunions du « comité d'experts » : entre le 15 avril et 31 mai
- Présentation d'un nom à l'assemblée départementale : pour la session des 20 et 21 juin 2013
- Phase de communication : du 20 juin à la fin décembre 2013 (avec plusieurs étapes)
- Clôture de la démarche à la fin du 2^e semestre 2013

Le marché prend effet à la date de sa notification et s'achèvera au 31/12/2013

2-2- Documents à produire par le candidat

Votre pli devra contenir les éléments suivants :

- La lettre de candidature (DC 1);
- La déclaration du candidat (DC 2)
- Lutte contre le travail dissimulé (NOTI 1)
- Certificats fiscaux et sociaux (NOTI 2)
- La copie du jugement si redressement judiciaire;
- Une note méthodologique signée précisant la manière dont le candidat entend remplir ses missions
- les délais proposés
- Un CV et ses références professionnelles en la matière.
- Un devis et la décomposition du prix global et forfaitaire dûment complétée et signée (précisant le forfait global HT)
- Le présent document signé par vos soins

2-3 Variantes

Les variantes (ne) sont (pas) autorisées.

2-4- Modalités de paiement

Le règlement des prestations sera effectué par application des prix fixés dans la Décomposition du Prix Global et Forfaitaire. Le paiement interviendra aux phases suivantes :

Un premier montant forfaitaire concernant la rédaction d'une note de recommandations détaillant la façon la plus pertinente de trouver un nom adopté par les habitants sera versé fin avril

Le 2^{ème} montant forfaitaire sera versé à l'issue de la deuxième étape
Elle concerne l'adoption d'un nom
Il sera versé fin juin.

Le 3^{ème} et dernier montant forfaitaire sera versé à l'issue de la troisième étape
Un document relatif à l'adoption du nom, susciter son approbation par les habitants et gérer la situation en cas de conflits.
Il sera versé à la fin du service effectué fin septembre.

Le délai de paiement est de 30 jours à compter de la date de réception de la facture.

3 – Délai de validité des offres : Le candidat restera engagé pendant le délai de 90 jours après la date limite de remise de sa proposition.

4 – Pas de Négociation :

Une négociation sera engagée à l'issue de l'analyse de l'offre,
La négociation portera sur les éléments de l'offre ainsi que sur le prix.

5 – Modalités de remise des offres

- Modalités de remise des offres :

Votre pli devra être déposé contre récépissé ou être envoyé par courriel et parvenir avant le 12 avril 16 heures, date et heure limites de réception des offres, aux adresses suivantes :

Adresse physique	Adresse mel
Département d'Ille-et-Vilaine DIRECTION DE LA COMMUNICATION CATHERINE DURFORT Adresse 1 avenue de la préfecture 35042 RENNES cedex	 <u>Catherine.durfort@cg35.fr</u> Tél :

6- Les pièces constitutives du marché :

Le marché sera constitué :

- du présent document valant marché signé par le prestataire et le représentant du pouvoir adjudicateur
- La décomposition du prix global et forfaitaire dûment complétée
- de la note méthodologique du titulaire du marché.

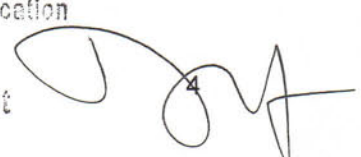
A Rennes, le 18/3/13
Cachet et Signature
du candidat

SAINT GFT
La Bertaiche
35760 SAINT GREGOIRE
Tél : 528 364 151 00027

A Rennes, le 18 avril 2013

Pour le Président et par délégation

La Directrice de la communication

Catherine Durfort 

Décomposition du prix global et forfaitaire

PRESTATIONS	FORFAIT HT	Montant T.V.A.	FORFAIT TTC
1ère étape			
Recommandation détaillant la façon la plus pertinente de trouver un nom adopté par les habitants.	5000 € HT	980 €	5980 € TTC
2ème étape			
Proposition d'une liste de 3 à 4 noms possibles assortie d'une recommandation argumentée.	5000 € HT	980 €	5980 € TTC
3ème étape			
Stratégie de communication à adopter pour faire connaître le nom et susciter son appropriation par les habitants y compris la communication de crise le cas échéant.	5000 € HT	980 €	5980 € TTC
Total	15000 € HT	1940 €	17940 € TTC

Fait en un seul original

A Rennes, le 16 mai 2013

Mention manuscrite "lu et approuvé"
(Cachet de la société)
et signature du représentant
SARL GSA
35760 SAINT GREGOIRE
Siret : 528 364 15 / 00027

Partie réservée à la personne publique

Est acceptée la présente proposition pour valoir annexe n° 1 au marché.

A Rennes, le 18/04/13

/Le Président,

La Directrice de la communication

Catherine Durfort