

ÖFFENTLICHE AUSSCHREIBUNG

Focus sur l'IBA BASEL EXPO 2020

Offre de services pour
le concept de communication / relations publiques (RP) et sa mise en œuvre



MARCHÉ À PROCEDURE ADAPTÉE (CODE DES MARCHÉS PUBLICS)

Basel, 12.6.2019

Sommaire

1. Objet du marché	3
2. Pouvoir adjudicateur	3
3. Le contexte	3
4. Missions & Objectifs	4
5. Groupes cibles	4
6. Données clés et calendrier	5
7. Durée et volume du marché	5
8. Modalités de la consultation	5
9. Critères d'adjudication – Évaluation des offres	7
10. Publications – Cadre juridique	8
11. Envoi des candidatures	8
12. Annexes à l'appel d'offres	8

Marché à procédure adaptée

1. OBJET DU MARCHÉ

Réalisation d'un concept de communication / relation publiques (RP) et sa mise en œuvre

2. POUVOIR ADJUDICATEUR

Internationale Bauausstellung

IBA Basel 2020

[Succursale suisse de l'association de droit local alsacien mosellan « Eurodistrict Trinational de Bâle – ETB », Pont du Palmrain, F-68128 Village-Neuf)

Münsterplatz 11

CH-4051 Basel

Direction : Monica Linder-Guarnaccia, directrice

Coordination de la procédure : Alice Panzer, responsable Marketing et Communication, directrice adjointe

3. CONTEXTE

L'IBA Basel 2020

Depuis plus de 100 ans, les expositions internationales d'architecture (IBA) comptent parmi les instruments d'aménagement du territoire et d'urbanisme les plus efficaces en Allemagne. L'IBA Basel 2020 est la première du genre à décliner ce format au-delà des frontières et à se tenir simultanément en Allemagne, en France et en Suisse. L'IBA Basel 2020 est un processus décennal de développement urbain et régional dans la région métropolitaine trinationale de Bâle. Conformément à sa devise « Au-delà des frontières, ensemble », l'IBA Basel encourage la réalisation de projets architecturaux, urbains, paysagers et culturels de qualité, qui génèrent des avantages transfrontaliers pour la région et contribuent à une amélioration durable de sa qualité de vie ainsi que de son attractivité touristique et économique.

Une IBA n'est pas une exposition au sens classique du terme, mais un outil délimité dans le temps et internationalement reconnu au service de la culture architecturale et de la planification, du développement territorial et urbain. L'IBA explore des zones critiques locales ou régionales pour formuler de nouvelles problématiques et déclencher ainsi des processus qui conduisent à des solutions d'avenir à la hauteur de la complexité des tâches assignées. Ce faisant, elle attache une grande importance à la participation et à l'implication de l'opinion publique.

L'IBA Basel assure sa visibilité par la mise en scène et la mise en œuvre de ses projets (projets modèles innovants).

L'IBA Basel est un « Change Management Process » dédié à la coopération internationale entre les administrations des différents pays : son but est de renforcer durablement la région de Bâle vis-à-vis des autres régions métropolitaines.



Le thème central de l'IBA Basel et le dépassement des frontières.

Périmètre de l'IBA Basel

De Stein/Bad Säckingen à Bad Bellingen et Kembs incluant Bâle et Mulhouse avec près de 30 projets dans la région trinationale de Bâle. Une région qui compte 3 langues et environ 900'000 habitants. Plus d'informations détaillées concernant les projets sur le site : www.iba-basel.net

IBA BASEL, année de présentation 2020

Du 26 juin au 27 septembre 2020, une exposition dans le Dôme Buckminster Fuller du Campus Vitra (Weil am Rhein - Allemagne) présentera durant 100 jours l'IBA Basel, ses objectifs, son travail et le développement des projets labélisés IBA. Elle proposera aux visiteurs d'en faire l'expérience vivante en mettant l'accent sur l'impact de l'IBA. L'exposition et les projets s'adressent à un public international composé d'experts, d'hommes politiques, de représentants des autorités nationales et des médias internationaux. L'objectif étant de permettre à la population de prendre connaissance de l'IBA Basel et de ses réalisations. Les sites des projets seront rendus visibles au moyen d'un marquage dédié. Il est prévu d'organiser un symposium international sur les thématiques de l'IBA Basel les 2. & 3.07 2020.

4. MISSIONS & OBJECTIFS

La perception de l'IBA Basel par le grand public doit être renforcée dès à présent, jusqu'à l'ouverture de l'exposition et la tenue du symposium ; la communication visera à susciter un certain suspense.

La mission consiste à développer et mettre en œuvre un concept global de communication/RP dans le but d'atteindre les objectifs suivants :

- Informer les différents groupes cibles de l'impact de l'IBA Basel :
 - a. Grand public
 - b. Public professionnel international
 - c. Multiplicateurs des trois pays
- Accroître la notoriété de l'IBA Basel auprès des groupes cibles.
- Renforcer l'image de l'IBA en tant que « moteur d'action » ; souligner la singularité de la « région IBA » et son caractère modèle en tant que facilitateur (volonté politique).
- Assurer une communication efficace des temps forts de l'IBA Basel : exposition, événements et symposium

Le concept s'inscrit dans le style de communication de l'IBA Basel (Annexe 4 : IBA BASEL Graphics Manual).

5. GROUPES CIBLES

L'IBA Basel s'adresse aux groupes cibles les plus divers des trois pays (CH / D / F) :

- L'exposition et les événements autour des projets ciblent la population intéressée (enfants, jeunes, adultes, seniors), les associations, les investisseurs, les institutions, les pouvoirs publics, les politiques et au-delà.
- L'exposition et le symposium s'adressent à un public professionnel régional et international (issus des secteurs de l'architecture, de l'aménagement du territoire et du paysage, de l'urbanisme, de la mobilité, de l'énergie etc.).

Principaux groupes cibles :

- Population intéressée de la région trinationale
Public professionnel régional et international / associations professionnelles (issus des secteurs de l'architecture, de l'aménagement du territoire et du paysage, de l'urbanisme, de la mobilité, de l'énergie, etc.)
- Politiques (élus locaux, conseillers d'État, décideurs), ministères
- Médias (presse spécialisée internationale, quotidiens régionaux et nationaux CH/D/F, presse écrite et en ligne, TV & radio, etc.)

Groupes cibles secondaires / multiplicateurs :

- Politiques de la région non impliqués mais associés / concernés à long terme (communes, députés, dans un rayon d'environ 80 km de Bâle)
- Écoles / élèves, universités / étudiants, prestataires touristiques, associations (culturelles), seniors, nouveaux arrivants, expatriés, riverains des sites de projet et bien d'autres encore...

6. DONNÉES CLÉS ET CALENDRIER

Période de l'exposition	26 juin – 27 septembre 2020 (à confirmer)
Symposium	prévu le 2. & 3.7. 2020
Lieu de l'exposition	Dôme Buckminster Fuller du Campus Vitra à Weil am Rhein
L'événement d'inauguration	26 et 27 juin 2020 (à confirmer)
Finissage	27 septembre 2020 (à confirmer)
Début de la communication	immédiat

7. DURÉE ET VOLUME DU MARCHÉ

Le marché porte sur la période allant de l'adjudication jusqu'à la fin de l'IBA Basel 2020 (06/2021). Il ne comporte aucun minimum et est plafonné à 89'000 € HT.

Chaque prestation est déclenchée par l'émission d'un bon de commande.

8. MODALITÉS DE LA CONSULTATION

a. Caractéristiques du marché

Langue des candidatures /offres : allemand ou français

Validité des candidatures / offres : au moins 90 jours après la date limite d'envoi

Groupement/sous-traitance : Les groupements solidaires de soumissionnaires sont autorisés. Le recours à la sous-traitance est autorisé.

Durée : dès l'attribution du marché jusqu'à la fin de l'IBA BASEL (06/2021)

Financement : les prestations faisant l'objet du présent appel d'offres seront financées par les fonds propres de l'IBA Basel 2020. Ces fonds proviennent du cofinancement des partenaires publics suisses, allemands et français.

Droits d'auteur et restitution des documents : les auteurs du projet garantissent qu'ils sont les propriétaires des documents soumis et / ou les détenteurs des droits d'auteur de ces mêmes documents. Ils garantissent plus particulièrement que leurs documents ne portent pas atteinte aux droits de tiers, notamment aux droits d'auteur de tiers. En participant à la procédure, les auteurs du projet transfèrent la propriété des documents soumis au donneur d'ordre. Les auteurs du projet restent propriétaires des droits d'auteur. Ils cèdent toutefois à l'IBA et à tous ses

partenaires les droits d'utilisation protégés par le droit d'auteur et les droits d'utilisation illimités ainsi que le droit de modification du concept. Les auteurs du projet cèdent notamment le droit de publication au donneur d'ordre, sous réserve du respect de la mention du nom, ainsi que le droit de reproduction et de distribution, dans la mesure où le marché pour lequel ils soumissionnent l'exige.

**Lors de l'utilisation de pictogrammes du Manuel de conception / charte graphique de l'IBA Basel, la mention « SUPERO, La Chaux-de-Fonds » devra figurer.*

b. Profil des candidats

L'appel à candidatures est ouvert aux sociétés / agences / indépendants travaillant dans le domaine de la communication avec une expérience avérée dans la relation publique et le développement d'événement.

Une connaissance du paysage médiatique régional et national (CH / D / F) ainsi que la connaissance des acteurs et des personnes clés (de la politique et d'autres domaines de l'agglomération trinationale).

La preuve d'une bonne connaissance du paysage médiatique (CH / D / F) avec un réseau de contacts et l'habitude de coopérer avec la presse quotidienne et spécialisée constitue un atout

Compétences linguistiques du personnel impliqué : maîtrise de l'allemand et du français à l'oral et à l'écrit.

c. Candidature / Offre

Le soumissionnaire doit être capable d'assumer la mission de manière professionnelle, performante et fiable. Ses compétences doivent être étayées par les informations et les justificatifs suivants :

- **Présentation de l'entreprise** avec une description du profil de ses prestations, de ses principes de base, et des éventuels sous-traitants / co-traitants.
- **Présentation des ressources humaines** nécessaires à l'exécution du contrat (présentation de la direction responsable et du personnel envisagé en cas d'attribution du marché, mention des qualifications et compétences professionnelles).
- **Attestation des compétences linguistiques du personnel** (notamment en Allemand et en Français)
- Mention d'au moins **trois références** au cours des cinq dernières années (contenu et portée comparables à ceux du présent marché avec détails sur le client, la période de la prestation de services et les facteurs de réussite).
- **Le réseau de contacts auprès des médias régionaux et national (CH / D / F)** devra être exposé de manière plausible.
- **Idée de concept « communication /PR »**
- **Offre d'honoraires en CHF HT.**
- **Déclaration sur l'honneur** du candidat (Annexe 1)

9. CRITÈRES D'ADJUDICATION – ÉVALUATION DES OFFRES

L'évaluation des offres est présentée ci-dessous. L'attribution se fera selon les critères et pondérations suivants :

a) Concept, réseau de contacts auprès des médias régionaux et supranationaux, références
– pondération 40 %

Les idées de concept reflètent la compréhension qu'a l'agence soumissionnaire ou le groupe de la mission et donne à voir une approche adaptée aux besoins de communication. Elle expose plus particulièrement la manière dont les objectifs pourront être atteints. Le concept correspond à l'approche innovante de l'IBA et se distingue par sa diversification, son excellence et sa capacité à s'adapter aux différents groupes cibles.

- **Concepts** concernant les mesures de communication et RP
Dans un souci de comparaison des offres, l'idée de concept de communication devra également comporter des propositions pour les points suivants :
 - Choix et liste recensant les canaux pour la réalisation des objectifs
 - Au moins deux mesures de RP visant les groupes-cibles (grand public et public professionnel)
 - Exemple d'organisation (portant sur le fond et sur la forme) d'une conférence de presse internationale
 - Au moins deux mesures destinées à positionner l'IBA Basel
- **La connaissance du paysage médiatique**
- **Au moins de trois références** des cinq dernières années sont requises

**En cas d'attribution, les propositions de concepts ne seront toutefois pas contraignantes, le concept étant élaboré en étroite collaboration avec la commissaire.*

b) Offre d'honoraires – pondération 40 %

L'offre d'honoraires doit spécifier la part que représentent les honoraires d'agence dans le du coût total. Pour faciliter la comparabilité des offres, celle-ci doit également présenter les coûts correspondant aux postes suivants :

1 Concept

2 Réalisation des tâches suivantes :

- Organisation (concernant le fond et la forme) d'une conférence de presse internationale.
- Rédaction d'un communiqué de presse destiné aux médias spécialisés
- Rédaction d'un communiqué de presse pour les quotidiens

3 Conseil/réunions pendant la phase de projet (nombre d'heures estimées x taux horaire) ;

Par ailleurs, l'offre devra comporter une estimation des frais de tiers pour les mesures proposées. Cette estimation ne constituera toutefois pas un critère d'évaluation de l'offre.

L'offre peut être renégociée une seule fois. Le pouvoir adjudicateur se réserve le droit de ne permettre qu'à des agences sélectionnées de soumettre une nouvelle offre.

c) **Présentation/entretien** – pondération 20%

La mission faisant l'objet du présent appel d'offres exige de l'agence ou de la communauté de soumissionnaires un haut niveau de compétence dans les relations avec les représentants politiques et la population. La présentation orale de l'idée de concept vise à compléter les documents soumis et à étoffer la candidature.

Lors de la phase de pré-qualification, 3 candidats maximum, sélectionnés en fonction des concepts, références et offre d'horaires (critère d'adjudication a et b), seront invités à présenter leur offre (critère d'adjudication c). Ces candidats auront été retenus car l'évaluation des critères d'adjudication 1 et 2 aura fait ressortir qu'ils sont en mesure de dépasser le score des autres soumissionnaires. Il sera ensuite proposé d'attribuer le marché à l'offre qui aura obtenu la meilleure note globale sur la base de l'évaluation des critères d'adjudication.

Déroulement de la présentation : présentation de l'idée de concept détaillée en 20 minutes maximum, présentation libre (un ordinateur portable avec vidéoprojecteur est mis à disposition) ; puis 10 à 15 minutes de questions réponses.

10. PUBLICATION – CADRE JURIDIQUE

Cet appel public à la concurrence sera publié du 12 juin 2019 au 1 juillet 2019 sur les sites Web www.iba-basel.net, www.eurodistrictbasel.eu, sur les réseaux sociaux Facebook et Twitter.

Il s'effectue dans le respect du droit français des marchés publics.

En cas de litige, la version allemande fait foi. Le droit applicable et les juridictions compétentes sont ceux de l'association Eurodistrict Trinational de Bâle, sise à F-68128 Village-Neuf.

11. ENVOI DES CANDIDATURES

Les documents sont à envoyer d'ici le 1 juillet 2019, 12h, uniquement par e-mail à submission@iba-basel.net avec l'objet « **Concept communication / relations publiques** » ;

avec copie à kornelia.schiller@iba-basel.net

Les questions écrites doivent être envoyées par e-mail à la même adresse avant le 18 juin 2019. Elles seront communiquées à tous les participants / publiées sur le site Web le 24 juin 2019. Aucune information téléphonique ne sera fournie.

Il est également possible de soumettre un nouveau document par e-mail avant le 15 mars 2019, ainsi que d'autres éléments, à condition qu'ils viennent compléter l'offre et non pas la modifier.

Les présentations se tiendront le 11.7.2019

12. ANNEXES À L'APPEL D'OFFRES

Annexe 1_Déclaration sur l'honneur
Annexe 2_Informations sur le soumissionnaire
Annexe 3_Avant-projet IBA Basel Expo 2020
Annexe 4_IBA BASEL Graphics manual

Plus d'informations sur www.iba-basel.net (objectifs, projets)