

CREDIT MUNICIPAL DE TOULON

Marché de conseil en communication

DOSSIER DE CONSULTATION VALANT CAHIER DES CHARGES

Procédure adaptée
Article 28 du Code des marchés publics

La consultation a pour objet la recherche d'une agence de conseil en communication pour les années 2012-2014

Contexte

Le CMT (Crédit municipal de Toulon) est historiquement prêteur sur gage (avec un monopole accordé par l'Etat), mais depuis plusieurs décennies, il s'est attaché à développer une activité de banque classique (dépôts et prêts). Le Crédit municipal de Toulon n'a qu'un seul actionnaire au sens de la loi bancaire (la ville de Toulon), qui garantit financièrement les activités de la caisse. Le CMT exerce son activité essentiellement sur le Var et sur la Corse son territoire légitime. Il dispose cependant d'agences à Nice et à Marseille, sur les territoires des Caisses de Crédit Municipal de Nice et de Marseille, mais pas nécessairement sur les mêmes activités.

Objet de la consultation

Au cours de ces 3 dernières années, le CMT a poursuivi une politique de communication visant à modifier son image, perçue essentiellement comme celle d'un prêteur sur gage, et à clarifier son positionnement commercial, avec cinq objectifs principaux :

- Faire savoir au plus grand nombre que sa vocation dépassait le prêt sur gage historique et le positionnait comme une vraie banque à part entière, proposant la plupart des services classiques d'une banque avec une tarification particulièrement attractive : compte courant, CB, prêts, etc...
- Conserver et exploiter son image d'acteur « social », que peu d'enseignes peuvent revendiquer, et cultiver ainsi cette spécificité pour se démarquer des autres organismes de prêts et des autres banques.
- Rajeunir son image
- Augmenter le nombre d'ouvertures de comptes
- Augmenter le nombre et le volume de prêts

Les cibles visées se présentent en trois sous-populations :

- Le grand public en général (diversification de la clientèle)
- Les fonctionnaires (qui représentent aujourd'hui 70% des clients bancaires du CMT) en particulier

- Les retraités

Un certain nombre d'éléments de reconnaissance ont été installés (nouveau logo, nouvelle charte graphique, nouveau style de communication, et nouveau slogan de positionnement : « CMT, une idée sociale de la banque »).

Le CMT souhaite aujourd'hui poursuivre cette politique, toujours en se faisant accompagner par une agence de communication.

Exécution de la prestation

L'agence retenue aura la charge de :

- Prendre les briefs auprès de l'interlocuteur chargé de piloter la communication ; cette personne jouera le rôle d'interface entre le client et l'agence.
- Proposer une recommandation stratégique à moyen terme (plan à 2/3 ans)
- Faire des propositions de thèmes de communication, en fonction des objectifs stratégiques définis par le Conseil d'orientation et de Surveillance.
- Faire des propositions de supports média et des propositions graphiques pour les campagnes à planifier dans le cadre de la communication du CMT
- Opérer une veille régulière sur l'évolution du secteur bancaire afin d'aider le CMT à optimiser sa stratégie de communication.
- Apporter au CMT tous les conseils qu'elle jugera utiles, notamment sur le rythme des actions, la répartition du budget sur l'année et les territoires géographiques à viser.

Travail demandé pour participer à l'appel d'offres

Il est demandé aux candidats de travailler sur 3 axes :

- Une communication destinée à augmenter le trafic avec l'objectif de générer des contacts, recueillir des appels, et susciter des déplacements dans les guichets ou sur le site internet du CMT
- Une communication institutionnelle avec comme objectif de consolider la nouvelle image, poursuivre et amplifier la démarche de repositionnement entamée depuis 3 ans.
- Une note de compréhension de la problématique (3 pages maxi) incluant un projet de plan de communication sur la base budgétaire ci-dessous

Contenu des prix

Les candidats présenteront clairement leur rémunération annuelle sur cette mission de conseil et de réalisation technique.

Périmètre budgétaire : le budget annuel à gérer par l'agence sera de 120 000 Euros TTC (honoraires compris).

Durée du marché

Durée : L'agence retenue interviendra sur un plan **annuel éventuellement renouvelable au terme de chaque année pour une durée maximale de 3 ans (2012 à 2014)**

Propriété intellectuelle

Il sera opéré au profit du Crédit municipal de Toulon la cession des droits de propriété littéraire et artistique auxquels pourront donner lieu les créations et les conceptions nées de l'exécution du marché. Il en est ainsi des droits de reproduction, de représentation, d'adaptation et de traduction, la cession de ces droits concerne l'ensemble des supports papier et numériques.

La cession des droits de propriété littéraire et artistique définie au paragraphe précédent porte sur tous les modes d'exploitation quel que soit le procédé.

Le titulaire fait son affaire d'obtenir des auteurs, inventeurs, graphistes, photographes et plus généralement concepteurs, qu'ils soient ou non ses salariés, ses fournisseurs ou ses sous-traitant, la cession des droits de propriété littéraire et artistique énumérés au paragraphe premier. **En tout état de cause, le titulaire prémunit le CMT contre toute revendication des tiers quant aux droits de propriété intellectuelle et lui garantit l'exercice paisible.**

Le prestataire n'acquiert aucun droit de propriété intellectuelle d'aucune sorte. Le prestataire doit restituer au CMT sur simple demande les supports ayant servi à réaliser les prestations.

Le CMT est seul habilité à entreprendre et à se prévaloir des formalités du dépôt légal des publications et des supports prévus.

Le prestataire n'a en aucun cas la qualité d'éditeur mais agit simplement en tant que prestataire de services pour le compte du CMT

Critères de sélection des candidatures et des offres

La compétence des candidats devra être justifiée sur l'ensemble des prestations demandées, à savoir :

- média planning justifié sur études d'audiences et pratique des concurrents

- Conception, rédaction et création graphique
- Organisation d'événements
- Maîtrise des NTI (notamment réseaux sociaux et mobiles)
- Outils de mesure de l'action préconisée et développée

Etc...

Le marché sera attribué au candidat ayant présenté l'offre économiquement la plus avantageuse au regard des critères suivants :

- **Valeur technique notée sur 60 points** répartis de la façon suivante :
Pour la communication destinée à augmenter le trafic et la communication institutionnelle.
 Valeur technique notée sur 30 points au regard de la qualité graphique, l'originalité, la lisibilité et la synergie entre les deux

Pour l'accompagnement à la définition des outils de communication, à leur mise en forme et la compréhension de la problématique.
 Valeur technique notée sur 30 points au regard de la compétence et l'expérience des intervenants, en particulier dans le secteur public ou parapublic et /ou le secteur financier.

- **Prix (honoraires) noté sur 40 points**

Méthodologie de notation de la valeur technique :

- 0 : Renseignement non fourni
- 25 % de la note : Offre jugée insatisfaisante
- 50 % de la note : Offre jugée satisfaisante
- 75% de la note : Offre jugée très satisfaisante
- 100% de la note : Offre jugée excellente

Méthodologie de notation du prix :

$40 * (\text{prix le plus bas}) / (\text{prix du candidat})$
 40 étant la valeur de la pondération du critère prix

Les candidats produiront à l'appui de leur offre :

- Attestation sur l'honneur relative aux obligations fiscales et sociales et bilans des trois dernières années
- Une liste de références similaires
- Les CV des intervenants dans le cadre de l'accompagnement à la définition des outils de communication et à leur mise en forme
- L'acte d'engagement, dûment complété, cacheté et visé.

Fournis par le CMT en annexe :

La charte graphique du CMT.
Les visuels des campagnes 2009 - 2011
Les plans médias des campagnes 2009-2011

Calendrier de l'appel d'offre

La consultation se déroulera en deux phases :

Phase 1 = Examen des envois et sélection de 3 agences :

(date limite de réception : vendredi 25 Novembre 2011 à 15 H)

Les offres feront, après un premier examen, l'objet d'un classement selon les critères précités.

Seront invités à présenter leurs travaux les 3 premiers candidats retenus à l'issue du classement opéré selon les critères précités.

Phase 2 :Présentation de leurs travaux par les 3 premiers candidats pour choisir celui qui sera finalement retenu.

(en décembre, semaine 50)

La consultation sera rémunérée à hauteur forfaitaire de **2000 euros TTC** par agence retenue en phase 2

Les offres devront être envoyées par courrier recommandé à l'adresse suivante :

CREDIT MUNICIPAL DE TOULON
Marché Communication
10, Place Vincent Raspail
Case 5
83107 Toulon cedex

Jours et Heures d'ouverture du crédit municipal :

Du lundi au jeudi : de 8 H 15 à 12 H et de 13 H 15 à 16 H 30.

Le vendredi : de 8 H 15 à 12H et de 13 H 15 à 15 H 45.

Pour tous renseignements, contactez :

Gilles FABRE

Téléphone : 04 94 18 96 00

Fax : 04 94 91 77 69

e-mail : gilles.fabre@cmt-banque.fr