Une image contenant Police, symbole, texte, Graphique

Description générée automatiquement

|  |
| --- |
| **Prestations de recommandations stratégiques, d’achat et de gestion d’espaces publicitaires** |

**Annexe B de l’acte d’engagement**

**Cadre de réponse technique - CRT**

Une image contenant Police, texte, Graphique, logo

Description générée automatiquement

Cité de l’architecture et du patrimoine

1, place du Trocadéro et du 11 novembre

75116 PARIS

**Définition :**

* Le cadre de réponse technique - CRT est une trame de questions, complétée par le Candidat qui dépose une offre.
* Le CRT doit permettre au Pouvoir Adjudicateur de comparer les offres au regard des critères de sélections énoncés dans le règlement de consultation (dont le Candidat aura pris connaissance).
* Il doit permettre au Candidat d’encadrer sa réponse.

**Aide utile pour le Candidat :**

* Ce document ne doit pas être modifié dans sa forme et doit être dûment et intégralement complété par le Candidat qui remet une offre.
* Il ne doit en aucun cas faire l’objet de renvoi vers un autre document remis dans l’offre du candidat (c’est-à-dire, ne pas indiquer de mention telle que « se référer au document X", "voir document X").
* Pour respecter le principe d’équité entre les organismes Candidats lors de l’analyse des offres, le Pouvoir Adjudicateur s’appuiera principalement sur les données renseignées dans le présent cadre de réponse technique pour effectuer l’analyse et l’évaluation des offres.
* Le présent cadre de réponse technique a valeur contractuelle. Si ce document est manquant, incomplet ou modifié dans sa forme, l’offre ne pourra pas être retenue.
* Le Candidat a la possibilité s’il le souhaite de fournir, en sus, un mémoire technique d’un maximum de 20 pages, afin de transmettre tout élément non demandé dans le Cadre de Réponse Technique qu’il estime pertinent. Tout mémoire technique d’une longueur supérieure à 20 pages ne sera pas traité.

# Fiche d’identité du Candidat : identification du prestataire

## Candidat

|  |  |
| --- | --- |
| **Nom commercial du prestataire** | Cliquez ou appuyez ici pour entrer du texte. |
| **Forme juridique** | Cliquez ou appuyez ici pour entrer du texte. |
| **Si votre organisme est certifié ou labellisé, précisez** | Cliquez ou appuyez ici pour entrer du texte. |
| **Site internet** | Cliquez ou appuyez ici pour entrer du texte. |

## Interlocuteurs

**Contact Projet/Partenariat** (référent pour l’appel d’offre) :

|  |  |
| --- | --- |
| **Nom** | Cliquez ou appuyez ici pour entrer du texte. |
| **Prénom** | Cliquez ou appuyez ici pour entrer du texte. |
| **Fonction** | Cliquez ou appuyez ici pour entrer du texte. |
| **Tél. fixe** | Cliquez ou appuyez ici pour entrer du texte. |
| **Tél. mobile** | Cliquez ou appuyez ici pour entrer du texte. |
| **E-mail** | Cliquez ou appuyez ici pour entrer du texte. |

**Contact Direction :**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nom** | Cliquez ou appuyez ici pour entrer du texte. |
| **Prénom** | Cliquez ou appuyez ici pour entrer du texte. |
| **Fonction** | Cliquez ou appuyez ici pour entrer du texte. |
| **Tél. fixe** | Cliquez ou appuyez ici pour entrer du texte. |
| **Tél. mobile** | Cliquez ou appuyez ici pour entrer du texte. |
| **E-mail** | Cliquez ou appuyez ici pour entrer du texte. |

# Présentation de l’agence : moyens et organisation pour déployer la prestation sur les missions, noté sur 10 points

**Moyens humains et techniques du candidat dédié au marché.**

Qualification et organisation du personnel en accord avec les besoins exprimés au CCP :

-formation initiale des personnels : connaissance particulière en régies publicitaires et typologies des médias, en réseaux du secteur culturel, dans les besoins d’une institution culturelle, en conseil et stratégie média et en négociation

-expérience auprès d’institution culturelle similaire

-langues parlées et écrites dont anglais

## Effectifs du candidat (en équivalent temps plein)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **Total général** | **Total affecté au présent marché** |
| **Personnel permanent (salariés de l’organisme)** | Cliquez ou appuyez ici pour entrer du texte. | Cliquez ou appuyez ici pour entrer du texte. |
| *dont Directeur de clientèle ou poste équivalent\** | Cliquez ou appuyez ici pour entrer du texte. | Cliquez ou appuyez ici pour entrer du texte. |
| *dont Responsable des achats médias ou poste équivalent\** | Cliquez ou appuyez ici pour entrer du texte. | Cliquez ou appuyez ici pour entrer du texte. |
| **Total** | Cliquez ou appuyez ici pour entrer du texte. | Cliquez ou appuyez ici pour entrer du texte. |
| **Personnel sous-traitant** | Cliquez ou appuyez ici pour entrer du texte. | Cliquez ou appuyez ici pour entrer du texte. |
| *dont Directeur de clientèle ou poste équivalent\** | Cliquez ou appuyez ici pour entrer du texte. | Cliquez ou appuyez ici pour entrer du texte. |
| *dont Responsable des achats médias ou poste équivalent\** | Cliquez ou appuyez ici pour entrer du texte. | Cliquez ou appuyez ici pour entrer du texte. |
| **Total** | Cliquez ou appuyez ici pour entrer du texte. | Cliquez ou appuyez ici pour entrer du texte. |

\* Les postes de Directeur de clientèle ou de Responsable des achats peuvent varier d’une agence à l’autre. Veuillez indiquer les postes correspondant dans votre agence.

## Présentation des ressources humaines mobilisées : compétences, qualifications et expériences attestées (CV)

**En fonction de l’offre proposée, les tableaux ci-dessous peuvent être dupliqués et ajustés par le candidat.Ces informations seront complétées par la production d’un CV individuel détaillant les qualifications, les compétences et l’expérience de chacun des personnels.**

**Directeur de clientèle ou poste équivalent\***

|  |  |
| --- | --- |
| **Nom - Prénom** | Cliquez ou appuyez ici pour entrer du texte. |
| **Positionnement sur l’offre** | |
| **Fonction sur le présent marché :** | Cliquez ou appuyez ici pour entrer du texte. |
| **Structure d’appartenance :** | Salarié permanent  Salarié non permanent (vacataire, stagiaire)  Sous-traitant, précisez le nom de la structure :  Cliquez ou appuyez ici pour entrer du texte. |
| **Expérience et expertise du chargé de clientèle en lien avec le marché** | |
| **Nombre d’années d’expérience dans le domaine concerné :** | Cliquez ou appuyez ici pour entrer du texte. |
| **Détail des expérience(s) professionnelle(s) les plus significatives en lien avec le marché** (précisez pour chaque expérience le nombre d’années et le type de structure) : | Cliquez ou appuyez ici pour entrer du texte. |

**Responsable des achats médias ou poste équivalent\***

|  |  |
| --- | --- |
| **Nom - Prénom** | Cliquez ou appuyez ici pour entrer du texte. |
| **Positionnement sur l’offre** | |
| **Fonction sur le présent marché :** | Cliquez ou appuyez ici pour entrer du texte. |
| **Structure d’appartenance :** | Salarié permanent  Salarié non permanent (vacataire, stagiaire)  Sous-traitant, précisez le nom de la structure :  Cliquez ou appuyez ici pour entrer du texte. |
| **Expérience et expertise de l’intervenant en lien avec le marché** | |
| **Nombre d’années d’expérience dans le domaine concerné :** | Cliquez ou appuyez ici pour entrer du texte. |
| **Détail des expérience(s) professionnelle(s) les plus significatives en lien avec le marché** (précisez pour chaque expérience le nombre d’années et le type de structure) : | Cliquez ou appuyez ici pour entrer du texte. |

\* Les postes de Directeur de clientèle ou de Responsable des achats peuvent varier d’une agence à l’autre. Veuillez indiquer les postes correspondant dans votre agence.

**Autre type de personnel :**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nom - Prénom** | Cliquez ou appuyez ici pour entrer du texte. |
| **Positionnement sur l’offre** | |
| **Fonction sur le présent marché :** | Cliquez ou appuyez ici pour entrer du texte. |
| **Structure d’appartenance :** | Salarié permanent  Salarié non permanent (vacataire, stagiaire)  Sous-traitant, précisez le nom de la structure :  Cliquez ou appuyez ici pour entrer du texte. |
| **Expérience et expertise de l’intervenant en lien avec le marché** | |
| **Nombre d’années d’expérience dans le domaine concerné :** | Cliquez ou appuyez ici pour entrer du texte. |
| **Détail des expérience(s) professionnelle(s) les plus significatives en lien avec le marché** (précisez pour chaque expérience le nombre d’années et le type de structure) : | Cliquez ou appuyez ici pour entrer du texte. |

## Organisation prévue pour coordonner et gérer l’équipe dédiée au marché

**Préciser l’organisation prévue pour piloter et gérer le projet : rôle de chacun et modalités pour coordonner les personnels (permanents et sous-traitance), méthodologie d’organisation, gestion des absences, rétroplanning permettant d’être totalement opérationnel lors du démarrage du marché, méthodes de suivi de la qualité et d’autocontrôle des équipes…**

|  |
| --- |
| Cliquez ou appuyez ici pour entrer du texte. |

## Outils et supports documentaires

**Indiquer tous les supports d’information, documents ou outils opérationnels envisagés pour faciliter la communication, en interne, comme avec les équipes de La Cité :**

|  |
| --- |
| Cliquez ou appuyez ici pour entrer du texte. |

# Etude de cas n°1 : élaboration d’une recommandation et d’un plan média, puis de leur mise en œuvre et leur suivi pour l’exposition « *Quartiers de demain* » noté sur 15 points

**Scénario : Exposition : « *Quartiers de demain »***

Exposition présentée dans les espaces S1 (1200 m²). C’est une exposition dont les enjeux de billetterie ne sont pas déterminants. Avec cette exposition, il s’agit pour la Cité de positionner son implication et son rôle dans les grands sujets de sociétés. A ce titre, les cibles sont multiples, le public en sa qualité de citoyen, la communauté professionnelle (architectes, urbanistes, étudiants), les élus. Il s’agit de fédérer et mobiliser le public le plus large possible (la jeunesse est essentielle, les visites scolaires) autour de ce vaste programme urbain, auquel de grandes agences d’architecture à l’internationale ont participé pour construire ensemble (avec les habitants) la ville de demain.

**Budget : 70 000,00 € HT (honoraires compris)**

|  |
| --- |
| Cliquez ou appuyez ici pour entrer du texte. |

# Etude de cas n°2 : élaboration d’une recommandation et d’un plan média, puis de leur mise en œuvre et leur suivi pour une campagne institutionnelle, noté sur 15 points

**Scénario : Campagne institutionnelle**

Au regard du déficit de notoriété de la Cité de l’architecture, de ses enjeux de communication (toucher le public le plus large possible, diffuser la culture architecturale auprès de tous les publics, consolider sa communauté professionnelle - notamment les architectes -, rajeunir ses cibles), faire une proposition de campagne institutionnelle nationale 2026 : identifier et recommander les supports et réseaux idoines offline et online, identifier la période opportune dans la calendrier de programmation de la Cité, identifier et recommander la cartographie (implantation Paris intra-murros, IDF, nationale).

Proposer des pistes de partenariat médias avec les dispositifs envisagés.

**Budget : 270 000,00 € HT (honoraires compris)**

|  |
| --- |
| Cliquez ou appuyez ici pour entrer du texte. |

# Gestion des urgences : moyens, méthodologie et processus du candidat, noté sur 5 points

Le candidat détaillera les moyens, la méthodologie, le processus et le délai pour la mise en place d’un plan de communication en urgence ou d’annulation et/ou modification d’une campagne de dernière minute.

|  |
| --- |
| Cliquez ou appuyez ici pour entrer du texte. |