MARCHE PUBLIC DE PRESTATIONS INTELLECTUELLES

Groupement de commandes

_____

Prestations de communication visuelle & réalisation de supports de communication pour la CCIAMP et la CCIR PACA

N° 26-M-S3W-037

Notice explicative pour présenter un book

Coordonnateur du groupement de commandes

Chambre de Commerce et d'Industrie métropolitaine Aix-Marseille-Provence

Palais de la Bourse

9 La Canebière

CS21856

13221 MARSEILLE Cedex 01

Caractéristiques du book

Le book doit démontrer la créativité, la pertinence et la diversité des réalisations du candidat, en particulier sa capacité à :

- Concevoir des univers graphiques cohérents pour différents publics et contextes
- Décliner une identité de marque sur plusieurs supports (print, digital, événementiel)
- Adapter le ton et le style créatif selon les enjeux de communication
- Maîtriser les codes visuels du secteur de l'économie et des institutions
- Maîtriser la communication commerciale BtB notamment dans les secteurs de l'appui aux entreprises et de la formation professionnelle
- Maîtriser la communication commerciale BtC dans le secteur de la formation
- Montrer l'exécution technique et la finition impeccable
- Argumenter une proposition créative

Restrictions importantes

- Le book ne doit contenir **AUCUNE** réalisation concernant la CCIAMP, la CCIR PACA, leurs filiales ou partenaires directs (ISBA-TP, École Pratique, CCI Formation Aix-Marseille-Provence, CCI International, Tous Acteurs, ...). Les réalisations relatives à d'autres CCI sont acceptées
- Les réalisations intégrées au book doivent avoir été réalisées dans les **années 2024, 2025 ou 2026**.

Les cibles

Le book doit présenter des réalisations **classées par grandes familles de cibles CCIAMP et CCIR PACA** et qui répondent aux objectifs acquisition ou notoriété de la CCIAMP et de la CCIR Paca

Cible 1 : BtB - Entreprises (TPE, PME, ETI, START-UPS, grands groupes)

Entrepreneurs, créateurs, commerçants, dirigeants en développement ou transition.

Pour la cible BtB - Entreprises, nous attendons de voir :

- Démonstration de la capacité à créer des identités fortes pour des marques commerciales
- Maîtrise du langage BtB et des codes de communication commerciale
- Déclinaisons multi-supports (carte de visite, en-tête, supports print et digital)

Cible 2 : BtB - institutionnels

Partenaires institutionnels, élus, décideurs économiques, collectivités...

Pour la cible BtB - institutionnels, nous attendons de voir :

- Respect des codes institutionnels (dignité, sérieux, rigueur graphique)
- Capacité à valoriser les enjeux publics/politiques avec pédagogie
- Maîtrise de l'univers de l'économie, des collectivités

Cible 3 : BtC - Porteurs de projets à la création d'entreprise

Entrepreneurs novices, porteurs de projet en phase de conception/lancement, jeunes créateurs, repreneurs, demandeurs d'emploi en reconversion

Pour la cible BtC – porteurs de projets, nous attendons de voir :

- Démonstration de clarté informative, ton pédagogique
- Campagne inspirantes, ton de proximité
- Discours de sécurisation et de réassurance

Cible 4 : BtC - étudiants & parents

Lycéens, étudiants, parents, prescripteurs, chercheurs d'emploi en formation.

Pour la cible BtC – étudiants et parents, nous attendons de voir :

- Des codes visuels jeunes, actuels, engageants
- Une capacité à séduire sur les réseaux sociaux
- Une tonalité adaptée à la cible
- La démonstration d'une maîtrise du digital et des formats émergents

Les exemples de réalisation (liste non exhaustive)

NB : les exemples suivants sont donnés à titre indicatif. Le choix est laissé à l'appréciation du candidat.

Campagnes d'acquisition, support de promotion produit/service, campagne de communication de marque avec codes institutionnels, communication et visuels évènementiels, communication interne (print et digital)

Mais aussi des créations digitales et/audiovisuelles comme des portraits, des vignettes éditoriales, des shorts, des feeds réseaux sociaux ...

L'enjeu est que nous poussions apprécier la création d'univers graphiques forts et reconnaissables, la conception et la réalisation d'installations physiques, la déclinaisons multi-canal avec des exemples de campagnes intégrées print/digital.

En bref : tout type de contenu crée pour marquer les esprits, créer une expérience mémorable, installer la notoriété d'un événement ou d'une marque, générer du partage et de l'engagement.

Les formats obligatoires à faire figurer dans le book

NB : tous les formats ne sont pas à intégrer dans chaque cible, mais tous les formats doivent être illustrées dans le book.

- Création de logo et/ou de signature de marque ou de produits
- Création de charte graphique
- Flyers R/V
- Dépliants 2 ou 3 volets
- Roll-up
- Stand
- Brochure de type rapport activité ou autre
- Visuels master de campagne de communication
- Visuel master d'évènements

- Carte de vœux
- Visuels pour les réseaux sociaux : statique et carrousels, gestion de feed

Présentation et structure du book

Volumétrie attendue

Le book doit contenir **5 réalisations par cible** (visuels et projets). Cette volumétrie permet d'apprécier la diversité, la cohérence et l'évolution de la créativité.

Organisation recommandée

Organisez le book par cible.
Au sein de chaque cible, groupez par type de projet ou par secteur d'activité.
Variez les niveaux de création pour montrer vos capacités originales et d'exécution.

Présentation de chaque réalisation

Chaque projet doit être accompagné d'une brève fiche de synthèse (2-3 lignes) :

- Contexte du projet (commande, enjeu client)
- Problématique créative et stratégique traitée
- Résultat ou impact (reconnaissance, engagement, chiffres si disponibles)

Formats et qualité d'impression

- Toutes les images en haute résolution (300 DPI minimum pour l'impression)
- Photos nettes et bien cadrées, avec bon éclairage
- Pour les brochures/documents : présenter une couverture et 2-3 pages intérieures significatives
- Pour les campagnes : présenter le visuel maître et les principales déclinaisons

Critères permettant l'évaluation du book :

- Créativité et originalité
- Cohérence et qualité de la palette graphique
- Pertinence de la solution créative par rapport à l'enjeu communiqué
- Qualité technique et exécution (typographie, équilibre, finition)
- Capacité à générer de l'engagement ou de l'intérêt (mémorabilité)
- Déclinabilité et adaptabilité multi-supports