



DOCUMENT DESCRIPTIF DE LA CONSULTATION
Valant règlement de consultation

CAMPAGNE PHOTOGRAPHIQUE - MARQUE COLLECTIVE LIVRADOIS-FOREZ

1. Dénomination des cocontractants

Pouvoir adjudicateur

Stéphane RODIER
Président
Parc naturel régional Livradois-Forez
Maison du Parc
63880 SAINT-GERVAIS-SOUS-MEYMONT

Agissant en vertu de la délibération du 6 octobre 2021.

Cocontractant (à renseigner par l'entreprise)

Nom :

Adresse :

SIRET :

Possibilité de répondre au marché dans le cadre d'un groupement ou par le biais d'une sous-traitance. Dans ce cas, identifier chacun des membres du groupement ou sous-traitant (formulaires DC1-DC2-DC4).

2. Procédure de passation

Marché alloti passé en procédure adaptée selon les articles L 2123-1, R 2123-1 à R 2123-8 du code de la commande publique.

3. Objet de la consultation

CONTEXTE

A – ACCROITRE LA NOTORIETE ET L'ATTRACTIVITE DU LIVRADOIS-FOREZ

Depuis 2019, plusieurs acteurs se fédèrent autour du Parc naturel régional Livradois-Forez pour **construire un positionnement marketing et une stratégie d'attractivité territoriale.**



La volonté est de réunir les forces vives pour **collectivement accroître la notoriété du Livradois-Forez.**

L'attractivité du territoire concerne tous les secteurs d'activité. Afin que chaque acteur puisse s'approprier la démarche, elle se décline selon les 4 grands champs de l'attractivité.

- Attractivité institutionnelle
- Attractivité touristique
- Attractivité économique
- Attractivité sociale et culturelle

B – LA MARQUE TERRITORIALE

Une marque permet de construire et d'asseoir un univers identitaire. Celui-ci est porté par un logo mais aussi par des **couleurs**, des **mots**, des **ambiances**, un **état d'esprit** qui la distingue des autres. Tous les acteurs qui se reconnaissent dans ses valeurs peuvent donc participer au **rayonnement de la marque**. Le déploiement d'une marque territoriale est un des outils de la stratégie d'attractivité

Pourquoi une marque territoriale ?

La marque permet un discours commun : « parler d'une même voix ». Chaque acteur devient ainsi ambassadeur du territoire lors de ses prises de parole et contribue à la visibilité de la marque du territoire.

- Elle apporte de la cohérence dans la communication du territoire.
- Elle fédère et regroupe les efforts de promotion.
- Elle accroît l'efficacité collective de la communication.

C – LES ENJEUX DE LA DEMARCHE DE MARKETING

- **Accroître** la notoriété et l'attractivité du Livradois-Forez
- **Renforcer** l'image du territoire
- **Définir** et **partager** un positionnement marketing commun
- **Construire** un discours d'attractivité partagé et porté par les acteurs du territoire avec fierté
- **Accompagner** et **amplifier** les actions déjà conduites
- **Rassembler** et **mobiliser** largement **les acteurs pour aller plus loin**

D – LES VALEURS REVENDIQUÉES DE LA MARQUE

La marque Livradois-Forez porte les valeurs qui ont permis au fil du temps de forger l'identité de ce territoire singulier.



- **Valeurs du faire**
Engagement & entrepreneuriat
Ingéniosité & inventivité
Culture du faire & savoir-faire
- **Valeurs de la relation aux autres**
Authenticité & transmission
Hospitalité & solidarité
Bienveillance & entraide
- **Valeurs de l'être**
Sérénité & quiétude
Liberté & respect de l'environnement

Pour mettre en avant le territoire, les acteurs du Livradois-Forez peuvent capitaliser sur **ces valeurs et ces atouts**, afin d'attirer de nouvelles populations. Ces éléments peuvent être utilisés par chacun pour, **donner envie de venir**, montrer qu'ici aussi, il y a des choses à faire et que **les acteurs de ce territoire sont organisés pour accueillir au mieux**, les nouveaux arrivants.

L'attractivité du territoire concerne tous les secteurs d'activité. Afin que chaque acteur puisse s'approprier la marque, elle se décline selon les 4 grands champs de l'attractivité.

Le guide de marque est consultable sur :

<https://www.calameo.com/read/0000110570c82ff482b38>

E – LE MANIFESTE ET SA DECLINAISON

HTTPS://MARQUE.LIVRADOIS-FOREZ.COM

**EN AUVERGNE, LE
LIVRADOIS-FOREZ**

CULTIVE LES PARADOXES.

TRAVAILLER DANS **L'INDUSTRIE**
TOUT EN VIVANT EN **PLEINE NATURE.**
AVOIR UNE **VIE SOCIALE INTENSE**
DANS DE GRANDS ESPACES **OUVERTS.**
AVOIR UNE MEILLEURE QUALITÉ DE VIE
POUR UN **MOINDRE COÛT** DE LA VIE.
ICI, **CHAQUE JOUR, NOUS FABRIQUONS**
UN MONDE NOUVEAU.
ICI, **VOUS ÊTES ATTENDUS.**
VOUS ÊTES ACCOMPAGNÉS.

LIBRE À VOUS DE REPRENDRE VOTRE VIE EN MAINS !





EN LIVRADOIS-FOREZ,
**VOUS AVEZ TOUT
POUR RÉUSSIR.**



Ce manifeste est une prise de position collective. C'est la pierre angulaire du positionnement du Livradois-Forez.

Ce texte a été décliné visuellement à travers 2 éléments de langages : **les accroches et les phrases totem.**

Premier élément de personnalisation, l'accroche a été déclinée en 3 versions par secteur d'activité. Ceci permet une bonne représentativité de l'ensemble des activités. Seules ces 12 versions sont autorisées. Chaque bénéficiaire de la marque peut utiliser l'une ou l'autre de ces accroches, indépendamment du secteur d'activité.

1	2	3	4
Attractivité institutionnelle	Attractivité économique	Attractivité touristique	Attractivité sociale et culturelle
Accroche principale à utiliser avec ou sans la phrase totem	Accroche principale à utiliser avec ou sans la phrase totem	Accroche principale à utiliser avec ou sans la phrase totem	Accroche principale à utiliser avec ou sans la phrase totem
 Libre à vous d'oser	 Libre à vous d'entreprendre	 Libre à vous d'explorer	 Libre à vous de partager
Accroches supplémentaires	Accroches supplémentaires	Accroches supplémentaires	Accroches supplémentaires
Libre à vous de bouger	Libre à vous d'innover	Libre à vous de découvrir	Libre à vous de rencontrer
Libre à vous de tout recommencer	Libre à vous de réussir	Libre à vous de savourer	Libre à vous de vibrer

LES PHRASES TOTEM

Chaque phrase totem est rattachée aux accroches d'un secteur d'activité, il n'est donc pas possible de les dissocier. Bien sûr, il est possible de choisir la version qui correspond le mieux à la communication du bénéficiaire de la marque indépendamment du secteur d'activité.

<p>Attractivité institutionnelle</p> <p>LA VIE DE DEMAIN SE RÉINVENTE AU GRAND AIR</p>	<p>Attractivité touristique</p> <p>AUJOURD'HUI COMMENCENT VOS VACANCES DE DEMAIN</p>
<p>Attractivité économique</p> <p>CONTRIBUER À UNE ÉCONOMIE RICHE TOUT EN VIVANT EN PLEINE NATURE</p>	<p>Attractivité sociale et culturelle</p> <p>LES GRANDS ESPACES RAPPROCHENT LES GRANDS ESPRITS</p>



4. Description de la prestation :

Le Parc Livradois-Forez recherche des photographes pour disposer d'un fond iconographique lui permettant de mettre en évidence son positionnement marketing territorial et de promouvoir le Livradois-Forez comme territoire attractif et labellisé Parc naturel régional en Auvergne. Il s'agit donc de produire des images habitées montrant une activité, un geste, un mouvement, des ambiances de vie au travail, en groupes conviviaux etc. Ne seront retenues que les photos qui pourront être situées en Livradois-Forez : les scènes de vie seront contextualisées en faisant ressortir des éléments de singularité de ce territoire (grands paysages, architecture, ressources locales, savoir-faire...).

I – SERIES DE PHOTOGRAPHIES A REALISER – 3 lots

Le marché se décompose en 3 lots de photographies correspondant à trois grands thèmes d'attractivité. Les images pourront être réalisées en photoreportage, ou selon une mise en scène avec figurants (au choix du photographe). Les images peuvent être proposées depuis un fond photographique existant. A l'issue de chaque campagne le Parc sélectionnera pour sa propre communication et celle de ses partenaires listés au point IV à minima 16 images par lot soit un total minimum de 48 images. Les images proposées seront inspirées par les 12 accroches et les phrases totem, l'ensemble constituant un groupe de mots clés décrivant les valeurs de la marque Livradois-Forez (voir tableau ci-dessus).

Pour chaque lot, 16 scènes sont proposées en annexe, le photographe précisera dans sa proposition les scènes sur lesquelles il s'engage à fournir des clichés.

Lot 1 – L'Attractivité économique et entrepreneuriale

16 scènes : voir descriptif dans le tableau en annexe

Lot 2 : L'attractivité du cadre de vie

16 scènes : voir descriptif dans le tableau en annexe

Lot 3 : L'attractivité sociale et des loisirs

16 scènes : voir descriptif dans le tableau en annexe

Un candidat peut répondre à un ou plusieurs lots.

II – CALENDRIER PREVISIONNEL

Lot	Date début	Rendu
1	1 ^{er} septembre 2022	15 décembre 2022
2	1 ^{er} septembre 2022	15 décembre 2022
3	1 ^{er} septembre 2022	15 décembre 2022

Parties communes à tous les lots – points III à IV :

III – ASPECTS TECHNIQUES DES PRISES DE VUE

▪ **Mise en scène**

Chaque intervention photographique sera préparée par le photographe qui la soumettra avant chaque session au Parc naturel régional Livradois-Forez (brief créatif, etc.).

La mise en scène et les recherches éventuelles nécessaires aux prises de vue (vêtements, objets, décors, etc.) seront assurées par le prestataire, et proposées au parc Livradois-Forez pour validation.

▪ **Rendu**

Les photos attendues seront renommées par le photographe en faisant mention du lieu, de l'activité, de la commune et de la thématique dédiée.

La campagne photo proposera des clichés en orientation « paysage » et « portrait ».

Les orientations « paysages » seront privilégiées notamment pour les usages Web (cadres panoramiques, Headers).

Les photographies seront livrées sur support numérique contenant les fichiers en haute résolution.

III – RECRUTEMENT ET DEFRAIEMENT DES FIGURANTS

Le cas échéant, le prestataire fait son affaire de « recruter » et « défrayer » les figurants. Les figurants devront être représentatifs de la diversité de la société, en rapport également avec le thème exploité de l'image

- famille avec enfants,
- grande tribu multigénérationnelles
- couple de jeunes urbains
- sportifs
- etc...

IV – CONDITIONS DE CESSION DES DROITS D'UTILISATION

Ce fonds d'images devra être cédé pour une période de 10 ans. L'autorisation sera donnée aux différents partenaires listés dans le tableau ci-dessous et pour les activités non commerciales cochées d'une croix (X)

	Support d'information	Support de promotion du Livradois-Forez et/ou du bénéficiaire de la marque
Partenaires institutionnels bénéficiaires de la marque territoriale LIVRADOIS-FOREZ (1)	X	X
Parc naturel régional Livradois-Forez	X	X
Maison du tourisme du Livradois-Forez	X	X
Collectivités adhérentes du syndicat mixte du Parc Livradois-Forez (2)	X	X

(1) usage non commercial uniquement

Voir statuts du syndicat mixte d'aménagement et de gestion du Parc naturel régional Livradois-Forez-- annexe 1 : [Les statuts - Parc naturel régional Livradois-Forez \(parc-livradois-forez.org\)](#)

Dans le respect du droit à l'image, le photographe veillera à obtenir le consentement des personnes photographiées.

V - CONTENU DE LA REPONSE POUR LA SELECTION – pour chaque lot

La réponse comprendra :

- un book numérique d'une dizaine de photos présentant un travail similaire à celui demandé, possibilité de lien vers book personnel sur site Internet,
- une sélection de 4 photos, accompagnées de leur légende, qui révèle la personnalité d'un territoire,
- un article de quelques signes décrivant la vision des prises de vues et des portraits que le photographe souhaite réaliser, ainsi qu'une description de son projet pour répondre à la commande,
- la liste des scènes qui seront photographiées,
- une note sur les conditions de cession des droits d'utilisation,
- un devis détaillé précisant le nombre de clichés réalisés.

5. Critères de sélection des offres

Les critères de sélection de l'offre pour les 3 lots seront :

- 30 % : capacités professionnelles (notamment compétences du photographe pour chaque thème choisi sur la base du « book » fourni).
- 30 % : capacités techniques (qualité des photos proposées dans la sélection)
- 40 % : prix par cliché

Note attribuée au critère prix = (prix du cliché du moins disant/prix du cliché de l'offre à noter) x coefficient de pondération.

Conformément aux dispositions de l'article R 2123-5 du code de la commande publique, le Syndicat mixte du Parc Naturel Régional pourra négocier avec les candidats ayant présenté une offre. Cette négociation pourra porter sur tous les éléments de l'offre, notamment le prix.

6. Durée du marché

Le contrat est conclu pour une durée de 1 année à réception de la lettre de notification.

7. Prix et variation dans les prix

Le budget prévisionnel pour chaque lot est de 5 800 € TTC (soit pour les 3 lots 17 400 € TTC) .
Les prix sont réputés comprendre toutes les charges fiscales, parafiscales ou autres frappant la prestation ainsi que tous les frais annexes.

Les prix sont réputés fermes pour la durée totale du marché.

8. Pièces constitutives de la consultation

La présente lettre valant règlement de consultation signée et le devis détaillé remis par l'entreprise.

9. Montant de la prestation et délai d'exécution (à renseigner par l'entreprise)

Pour le lot 1 : L'Attractivité économique et entrepreneuriale

Montant HT :

Taux de TVA :

Montant TTC :

Délai d'exécution :

Pour le lot 2 : Lot 2 : L'attractivité du cadre de vie

Montant HT :

Taux de TVA :

Montant TTC :

Délai d'exécution :



Pour le lot 3 : L'attractivité sociale et des loisirs

Montant HT :

Taux de TVA :

Montant TTC :

Délai d'exécution :

10. Délais de paiement et intérêts moratoires

Pour chaque lot, le paiement se fera sur présentation de la facture correspondante à remise des clichés.

Il n'y a pas d'acompte prévu.

Les factures seront établies en un original et mandatées après certification du service fait. Ces factures sont à transmettre par voie dématérialisée sur la plate-forme Chorus Pro mise en ligne par la Direction Générale des Finances Publiques (ordonnance n°2014-697 du 26 juin 2014).

Le délai de paiement est fixé à 30 jours à compter de la réception de la facture par la personne publique.

Le défaut de paiement dans le délai global précisé ci-dessus fait courir de plein droit des intérêts moratoires selon les modalités définies dans le décret n° 2008-1550 du 31 décembre 2008.

11. Modalités de la consultation

Offre à remettre pour le jeudi 28 juillet 2022– 12h00 (dernier délai).

A l'adresse du Parc Naturel Régional ou sur place contre récépissé, aux bureaux du Parc de 8h30 à 12h30 et de 13h30 à 17h30 (fermeture le vendredi à 16h30) ou par mail à l'adresse suivante achat.public@parc-livradois-forez.org avec accusé de réception.

12. Délai de validité de l'offre :

Le délai de validité de l'offre est fixé à 90 jours à compter de la date limite de réception des offres.

DOCUMENTS REMIS PAR LE CANDIDAT A L'APPUI DE SON OFFRE

- ✓ Le présent document renseigné et signé
- ✓ Son délai d'intervention à réception de la commande
- ✓ Les documents demandé à l'article 4 - V
- ✓ Le devis
- ✓ Le RIB

Le.....

Le.....

Signature et Cachet de l'entreprise

Signature et Cachet du Directeur
du syndicat mixte du Parc naturel
régional Livradois-Forez