

## CAHIER DES CLAUSES TECHNIQUES PARTICULIÈRES (CCTP)

Numéro de la consultation : 2022/01

Intitulé de la consultation :

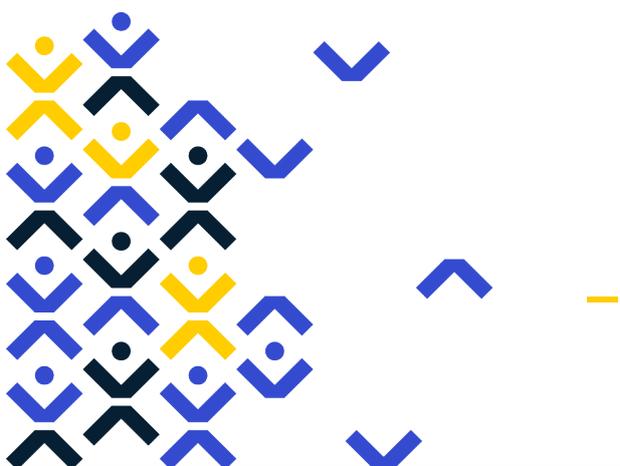
MARCHE A BONS DE COMMANDE POUR LA STRATEGIE ET LE PLAN DE  
COMMUNICATION INSTITUTIONNEL ET OPERATIONNEL DE LA FONCIERE DE LA  
VILLE DE PARIS

Procédure de passation : appel d'offres ouvert

### SOMMAIRE

PRÉAMBULE	3
I. LES OBJECTIFS DE LA FONCIERE DE LA VILLE DE PARIS	5
1. LES ENJEUX EN MATIERE DE COMMUNICATION	5
2. LES PRESTATIONS ATTENDUES	6
II. LA STRATEGIE ET LE PLAN DE COMMUNICATION INSTITUTIONNELLE	7
3. CATEGORIE 1 : ELABORATION D'UN PLAN DE COMMUNICATION PLURIANNUEL	7

<b>4. CATEGORIE 2 : OUTILS WEB</b>	<b>8</b>
<b>5. CATEGORIE 3 : EVENEMENTIEL</b>	<b>10</b>
<b>6. CATEGORIE 4 : RELATION PRESSE ET DIFFUSION</b>	<b>11</b>
<b>7. CATEGORIE 5 : IMAGES ET VIDEOS</b>	<b>12</b>
<b>8. CATEGORIE 6 : BESOINS PONCTUELS</b>	<b>13</b>
<b>III. LES OUTILS DE COMMUNICATION OPERATIONNELLE</b>	<b>13</b>
<b>9. CATEGORIE 1 : ELABORATION D'UN KIT DE COMMUNICATION OPERATIONNEL POUR LES COMMERCIALISATIONS</b>	<b>14</b>
<b>10. CATEGORIE 2 : IMAGES ET VIDEOS</b>	<b>16</b>
<b>11. CATEGORIE 3: OUTILS DE COMMUNICATION EN PHASE CHANTIER</b>	<b>16</b>
<b>IV. LA BASE HONORAIRE</b>	<b>17</b>



## PRÉAMBULE

### **Le contexte :**

La Ville de Paris, en application de la loi ALUR (LOI n° 2014-366 du 24 mars 2014 pour l'accès au logement et un urbanisme rénové), a décidé de se doter d'un nouvel outil dans le cadre de sa politique du logement : l'organisme de foncier solidaire (OFS).

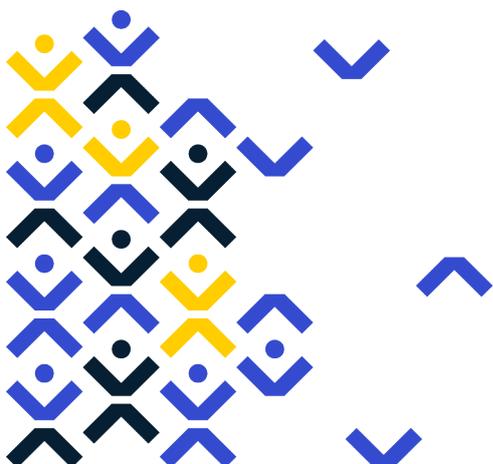
Créée en 2019 et opérationnelle depuis janvier 2020, la Foncière de la Ville de Paris (FDVP) est un OFS sans but lucratif, qui œuvre pour l'accès à la propriété des classes moyennes à Paris. En permettant de construire des logements à prix maîtrisés dans la durée, la Foncière de la Ville de Paris lutte contre la dynamique spéculative des marchés immobiliers et favorise le maintien de la mixité sociale dans la capitale.

Grâce au bail réel solidaire (BRS), les ménages (sous plafonds de ressources) achètent le bâti (les murs), tandis que la Foncière de la Ville de Paris reste propriétaire du foncier (le terrain). C'est cette dissociation économique de la propriété du foncier et de celle du bâti qui permet de réduire les prix de vente de moitié par rapport au marché privé de l'immobilier à Paris (environ 5 000 €/m<sup>2</sup> contre 10 000 €/m<sup>2</sup> en moyenne).

Créée à l'initiative de la Ville de Paris, la Foncière de la Ville de Paris regroupe également sous la forme d'un Groupement d'Intérêt Public (GIP) les 3 grands bailleurs sociaux parisiens (Paris Habitat, RIVP et Elogie-SIEMP), qui assurent la maîtrise d'ouvrage des principaux projets.

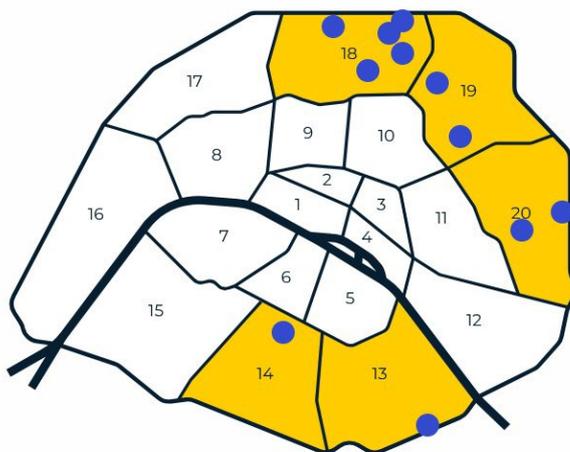
### **Les missions de la Foncière de la Ville de Paris sont notamment :**

- D'un point de vue opérationnel :
  - Procéder au montage de toute opération de construction, ledit montage s'entendant de la recherche du foncier à la commercialisation des ouvrages réalisés
  - Réaliser toutes opérations immobilières concourant à son objet
  - Gérer les baux passés avec les ménages et le parc de logement créé en BRS sur le long terme



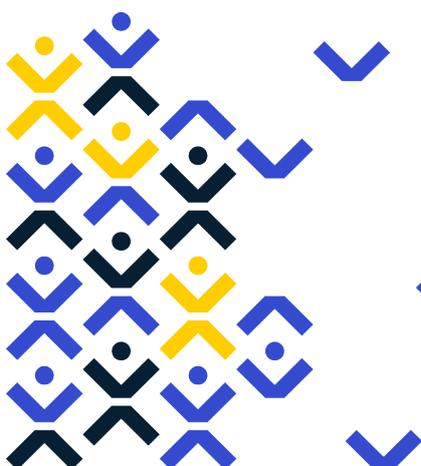
- Du point de vue de la gestion interne :
  - Assurer le fonctionnement interne de la structure du GIP
  - Recruter le personnel nécessaire à son bon fonctionnement, et/ou la sous-traitance éventuelle à un ou des tiers

L'OFS intervient sur l'ensemble du territoire parisien. 11 opérations, correspondant à près de 1000 logements sont actuellement programmés.



La Foncière de la Ville de Paris est un outil anti-spéculatif : les propriétaires pourront non seulement acheter leur bien à un prix plafonné, mais aussi le revendre si besoin - à un prix plafonné au prix d'acquisition initial majoré de l'indice des coûts de la construction, pour qu'il reste abordable. Le nouveau propriétaire, qui devra également respecter les plafonds de ressources, signera un nouveau bail d'une durée égale au bail initial.

Cet organisme de foncier solidaire (OFS) ouvre de nouvelles possibilités pour le développement de l'accession sociale à la propriété et la fluidification des parcours résidentiels des ménages. La Foncière permettra de produire de nouveaux logements à prix maîtrisés dans la durée, en complément du développement de l'offre de logement social, pour assurer le maintien de la mixité sociale à Paris.



### Dates structurantes pour la Foncière de la Ville de Paris :

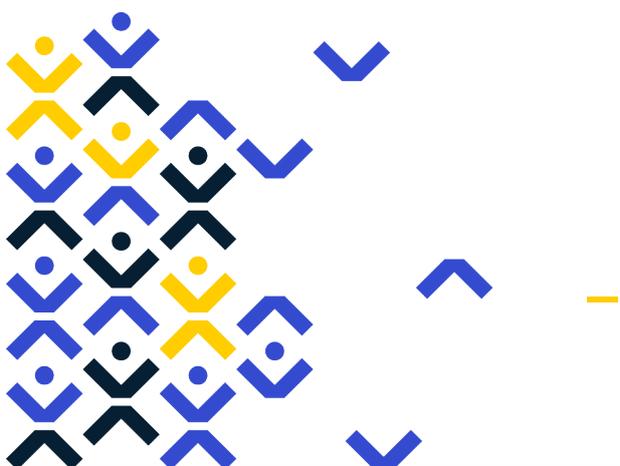
- ✓ 2019 : création de l'OFS et choix du nom
- ✓ Début 2020 : création de l'identité visuelle et du logotype
- ✓ 2021 : lancement de l'offre (promesses de vente de terrain signées, etc) et première commercialisation de logements à Paris 14<sup>ème</sup> (ZAC Saint-Vincent-de-Paul)
- ✓ 2022 : organisation des journées nationales du réseau à Paris
- ✓ 2023-2024 : poursuite du lancement des opérations
- ✓ 2025 : premières livraisons de logements attendues

## **I. LES OBJECTIFS DE LA FONCIERE DE LA VILLE DE PARIS**

### 1. Les enjeux en matière de communication

Jusqu'à présent, la Foncière de la Ville de Paris (FDVP) a mis en œuvre une communication de court terme et opérationnelle pour répondre aux enjeux de sa création, ainsi qu'au lancement de sa 1<sup>ère</sup> commercialisation de logements au printemps 2021 (au sein de la ZAC Saint-Vincent-de-Paul à Paris 14<sup>ème</sup>).

Aujourd'hui, il convient non seulement de définir une stratégie de communication, assortie d'un plan de communication, afin d'ancrer durablement et de façon structurée la FDVP dans le paysage institutionnel, mais également de mettre en place des outils de communication opérationnelle compte tenu du nombre important de commercialisations à venir à compter de 2023 (soit 11 opérations connues à ce jour, représentant 926 logements entre 2023 et 2026) :



Arrt	Adresses	Nombre de logements prévisionnels	Date prévisionnelle de commercialisation
18	Ilot Croisset - 100 Blvd Ney	70	2023
18	28-30 rue Cavé	12	
19	77 rue Rébeval	10	
19	42 avenue Jean JAURES	10	
20	4 rue de la Mare	4	
20	145 rue des Pyrénées/ 92 rue de Bagnole	10	
18	ZAC Hébert	40	2024
18	ZAC Chapelle Charbon	80	
20	ZAC Python Duvernois	150	
13	ZAC Bédier Oudiné	310	2025
18	ZAC Gare des Mines	230	2026

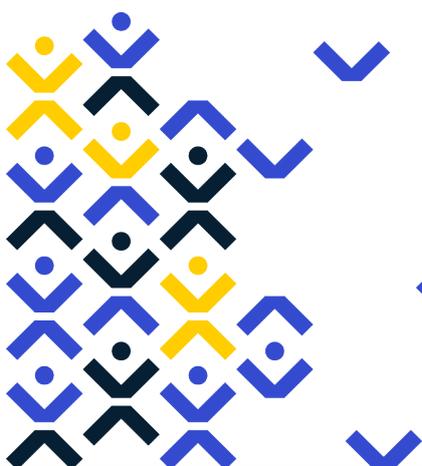
Ainsi le présent cahier des charges a pour vocation de permettre une grande visibilité sur les modes d'actions possibles et leurs coûts afin d'établir pour les 4 années à venir une communication structurée, anticipée et maîtrisée.

## 2. Les prestations attendues

La Foncière de la Ville de Paris (FDVP) attend du futur titulaire du présent marché qu'il apporte un rôle de conseil stratégique mais également assure la réalisation d'actions de communication pour son compte, en tant que prestataire.

En effet, la FDVP ne dispose pas de service de communication structuré en interne (un.e chargé.e de communication en cours de recrutement), aussi le futur titulaire devra être force de proposition et garant d'une grande qualité dans l'exécution des missions.

Un certain nombre de missions susceptibles d'être mises en place ont été répertoriées, que l'on peut distinguer en deux grands axes :



- ✓ La stratégie et le plan de communication institutionnelle
- ✓ Les outils de communication opérationnelle

## II. LA STRATEGIE ET LE PLAN DE COMMUNICATION INSTITUTIONNELLE

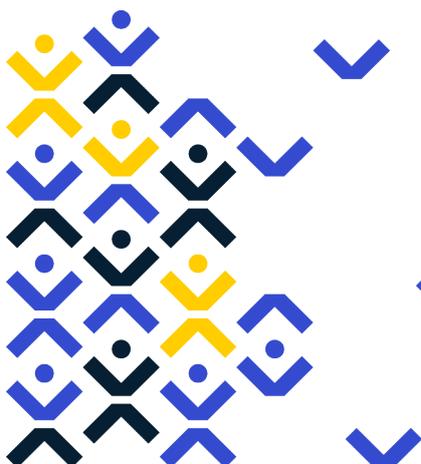
### 3. Catégorie 1 : élaboration d'un plan de communication pluriannuel

- **Actualisation de la stratégie et du plan de communication actuels, et propositions complémentaires jusqu'à 2026**

Une stratégie de communication a déjà été établie en 2021 pour le compte de la structure, assortie d'un plan de communication de court terme allant jusqu'à fin 2022. Toutefois ce plan de communication n'a finalement pas été mis entièrement en œuvre ensuite, dans la mesure où les équipes de la Foncière de la Ville de Paris ont été largement mobilisées sur le développement des opérations.

Ainsi, le déploiement des actions préconisées pour 2022 n'a pas été fait, ce qui n'a pas été problématique à court terme dans la mesure où aucune campagne de commercialisation publique n'a été lancée. Toutefois les différentes sollicitations professionnelles et partenariales durant ce temps ont bien fait émerger le besoin d'être plus proactif en matière de communication afin de disposer d'outils institutionnels (dans le cadre de prise de contact avec des nouveaux partenaires par exemple) et occuper la champ médiatique et opérationnel de façon continue, et non pas seulement à l'aune des commercialisations (ex : réponse à des sollicitations uniquement, manque de visibilité sur les événements phares de la profession, ect...)

Aussi, la Foncière de la Ville de Paris attend du futur prestataire qu'il élabore une note stratégique – en s'appuyant sur celle déjà réalisée – définissant les grands objectifs et temps de la communication, assortie d'un calendrier prévisionnel d'actions à mener entre 2022 et 2026. Il détaillera également la méthode de pilotage et suivi annualisé (comitologie, planning, moyens humains dédiés). Pour ce faire, la stratégie et le plan de communication établi en 2021 seront communiqués au futur prestataire afin de pouvoir établir un bilan et ajuster/proposer les choses en conséquence.



Cette prestation fera l'objet d'une commande ferme, à l'occasion du lancement du marché. A ce stade, il n'est pas prévu qu'elle soit remise en place durant le déroulement du marché.

- **Conception et exécution de supports de communication**

La Foncière de la Ville de Paris a ainsi répertorié un certain nombre d'actions de communication susceptibles d'être mises en place :

- Une plaquette institutionnelle
- Un rapport d'activité
- Une carte de vœux dématérialisée
- Des affiches de campagne publicitaire

D'autres actions pourront bien sûr être proposées et prises en charge dans le cadre d'honoraires dédiés dès lors qu'elles auront fait l'objet d'une validation.

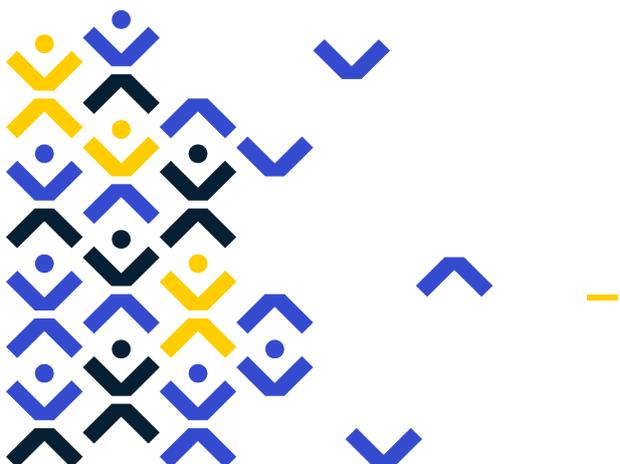
Une prise en charge globale de ces supports est attendue : création et adaptation, réalisation et exécution (définition des modes de diffusion : web et/ou papier, des volumes d'impression le cas échéant et de leur mise en production jusqu'à la livraison)

Cette prestation fera l'objet d'une commande ferme la première année du marché afin de mettre en place des prototypes (à l'exception de la carte de vœux qui par nature est annualisée). Au cours des 3 années suivantes du marché, ces prestations seront éventuellement commandées selon les besoins opérationnels (ex : affiches de campagnes publicitaires) ou le retour d'expérience de certains d'entre eux (ex : diffusion du rapport d'activité).

#### 4. Catégorie 2 : outils web

- **Site internet de la Foncière de la Ville de Paris**

Un site internet existe déjà et représente l'unique lieu de visibilité de la structure, et devient par ailleurs un outil opérationnel à l'occasion des commercialisations. En effet, un module de candidature est alors ouvert sur le site le temps de la commercialisation pour que les ménages souhaitant se porter candidat à l'acquisition d'un logement puissent y trouver les informations utiles et déposer leur dossier en ligne.



Sur le volet généraliste du site, une gestion globale est attendue de la part du futur prestataire : que ce soit de l'hébergement du site à sa mise à jour, et surtout à son enrichissement. Au fur et à mesure, il faudrait que le site puisse devenir un outil ressource sur le Bail Réel Solidaire à Paris.

Cette prestation fera l'objet d'une commande ferme la première année du marché. Dans l'hypothèse où le/la future chargé.e de communication de la FDVP (en cours de recrutement) dispose des compétences adéquates pour ce type de mission, cette prestation pourra être ré internalisée à compter de la deuxième année du marché. Le futur prestataire du présent marché proposera donc 2 modes opératoires avec des chiffrages budgétaires corolaires :

- La gestion du site annualisée durant toute la durée du marché
- La gestion du site en année 1, et l'hypothèse de transfert de gestion à la FDVP

#### • **Création et animation des réseaux sociaux**

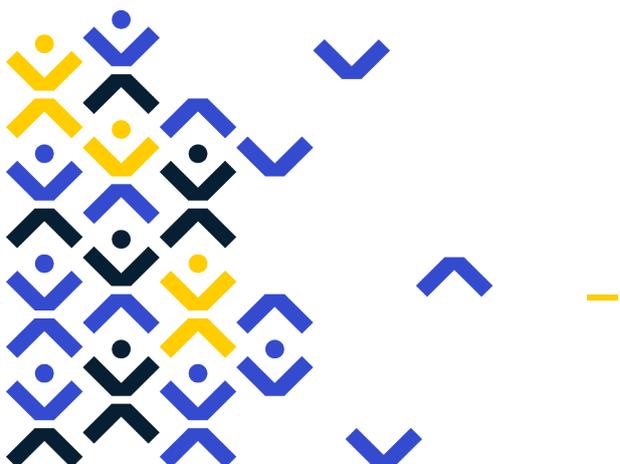
Consciente de l'importance des réseaux sociaux comme vecteurs d'information aujourd'hui, la Foncière de la Ville de Paris ne dispose cependant pas encore des moyens nécessaires à leur bonne utilisation. Dans l'objectif de la mise en place d'une communication institutionnelle pro-active et réactive de la structure, l'élaboration d'une stratégie dédiée semble nécessaire ainsi que l'animation continue des réseaux sociaux.

Cette prestation sera mise en œuvre dans l'hypothèse où la prise de fonction du/de la futur.e chargé.e de communication interne à la FDVP ne permette pas d'assurer ce volet rapidement en interne.

#### • **Formation "express" à l'animation des réseaux sociaux auprès de la direction**

Afin de pouvoir concourir au mieux à l'animation des réseaux sociaux (cf point 3 supra), un accompagnement à la maîtrise et aux bons usages de ces réseaux est attendu du futur prestataire, auprès de la direction de la structure. L'objectif est de pouvoir autonomiser chacun des membres de la direction sur leurs utilisations.

Cette prestation sera mise en œuvre dans l'hypothèse où la prise de fonction du/de la futur.e chargé.e de communication interne à la FDVP ne permette pas d'assurer ce volet rapidement en interne.



## 5. Catégorie 3 : évènementiel

- **Un évènement annuel Foncière de la Ville de Paris**

Afin de pouvoir créer une communication ambitieuse, l'organisation d'un évènement « phare » annuel sous l'égide de la Foncière de la Ville de Paris semble incontournable. Aussi, une proposition annuelle comportant une thématique, un format (date, durée, lieu, animation) et les moyens (humains, matériels, budgétaires) sera établie afin de pouvoir anticiper au mieux.

Pour 2022, il est d'ores et déjà acté que les journées nationales du réseau des OFS (« Foncier Solidaire France ») se dérouleront à Paris. Cette décision de principe a été prise lors du conseil d'administration du réseau des OFS de France auquel la Foncière de la Ville de Paris adhère, début juin. Toutefois, l'organisation de cet évènement demeure à élaborer en lien avec les différents partenaires du projet (réseau des OFS, cabinet du Président de la FDVP – Ian BROSSAT, services de la Ville de Paris, ect...). Cet évènement devrait se dérouler sur 2 jours, durant la seconde quinzaine du mois de novembre a priori. Le futur prestataire sera donc mobilisé aux côtés de tous sur la préparation de cet évènement.

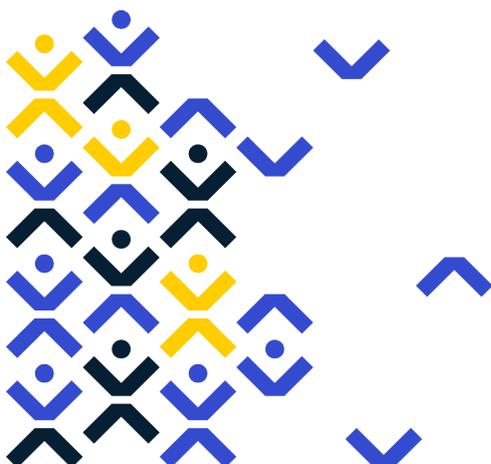
- *Création, organisation et gestion de l'évènement annuel*

De façon générale, la prise en charge de chaque évènement annuel sera assurée par le futur prestataire (préparation de la ligne éditoriale de l'évènement, proposition et gestion des invitations, animation de l'évènement, captation et suivi de contacts, fournitures logistiques, ...)

Cette prestation fera l'objet d'une commande ferme annuelle. Pour 2022 et compte du caractère politique de l'évènement précité, la prise en charge de l'évènement pourra être moins globale et restera à définir. En effet, des contributions (financières ou en nature) pourront être faites de la part des partenaires, minimisant ainsi de fait l'impact opérationnel pour la Foncière de la Ville de Paris et le futur prestataire (ex : accueil de l'évènement dans les locaux de l'hôtel de Ville et à titre gracieux, financement des frais de bouche par le réseau des OFS mais prestataire à trouver éventuellement, ect...). Le cadrage organisationnel de cet évènement sera donc singulier.

- **Une cérémonie des vœux pour 200 personnes environ**

Créée en 2020 dans le contexte de pandémie du COVID-19, la Foncière de la Ville de Paris n'a pas réalisé de cérémonie de vœux. Jusqu'alors ce type d'évènement était une action de communication incontournable à destination des partenaires. Aussi, dans l'hypothèse où il se remette en place, la



Foncière de la Ville de Paris pourra organiser une cérémonie à chaque début d'année. Une prise en charge globale serait alors attendue de la part du futur prestataire (conception, gestion et logistique)

- **Participation à des événements partenariaux**

En complément de ses propres actions, la Foncière de la Ville de Paris doit pouvoir participer de façon opportune aux événements clés intervenants dans son champ d'action (logement, aménagement, immobilier, financement, social). Aussi, l'élaboration d'un fichier événementiel « ressource » sera proposé afin que la direction puisse anticiper et prioriser ses interventions.

Cette prestation fera l'objet d'une commande ferme la première année du marché, puis sera repris en gestion au sein de la FDVP.

- **Création de supports de présentation et de goodies pour des forums/salons**

Dans une approche « marketing », différents objets de communication seront proposés au logo de la FDVP, que ce soit des supports de présentation (ex : kakémono) ou des objets contribuant à l'ancrage de la structure au cours des événements précités (ex : totebag, carnets, stylos, gobelets, ect..).

Une prise en charge globale sera alors attendue de la part du futur prestataire (conception, gestion et logistique).

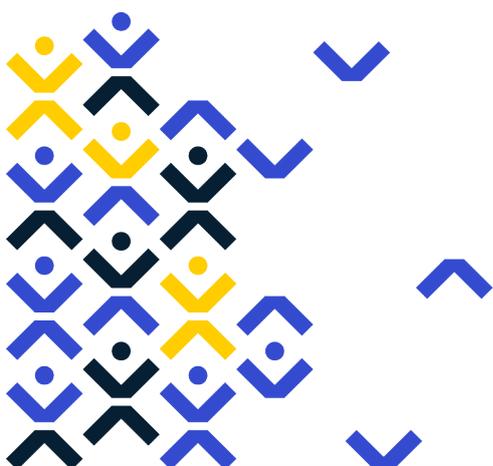
## 6. Catégorie 4 : relation presse et diffusion

- **Conseil stratégique**

En tant que de besoin, et sans doute à l'appui des différents événements précités qui pourront être organisés par la Foncière de la Ville de Paris ou auxquels elle participera, un conseil stratégique pourra être apporté par le futur prestataire auprès de la direction. A ce titre, des liens éventuels avec le cabinet du Président de la structure pourront être faits.

- **Rédaction de communiqués et dossiers de presse, organisation d'évènement presse et relance média**

Le futur prestataire pourra être amené à rédiger et élaborer des communiqués et dossiers de presse, voire organiser un événement presse et les relances média nécessaire.



Les deux prestations ci-dessus feront l'objet de commande éventuelle. L'objectif est donc de pouvoir en estimer le coût, et les mettre en place en cas de nécessité, notamment pour couvrir des événements à portée politique.

## 7. Catégorie 5 : images et vidéos

Afin de couvrir les différentes actions de communication, la mise en place de moyens visuels semble incontournable. La Foncière de la Ville de Paris a ainsi répertorié un certain nombre d'actions de communication susceptibles d'être déployées :

- **Prise de vue photo**

L'intervention d'un photographe pour couvrir un événement, un déplacement ou tout autre moment important dans la vie de la structure pourra être proposée par le futur prestataire.

- **Prise de vue vidéo**

L'intervention d'un vidéaste pour couvrir un événement, un déplacement ou tout autre moment important dans la vie de la structure pourra être proposée par le futur prestataire.

Ces 2 prestations (photo et vidéo) seront mises en œuvre, dès lors que les moyens internes à la Foncière de la Ville de Paris ne seraient suffisants pour les objectifs recherchés.

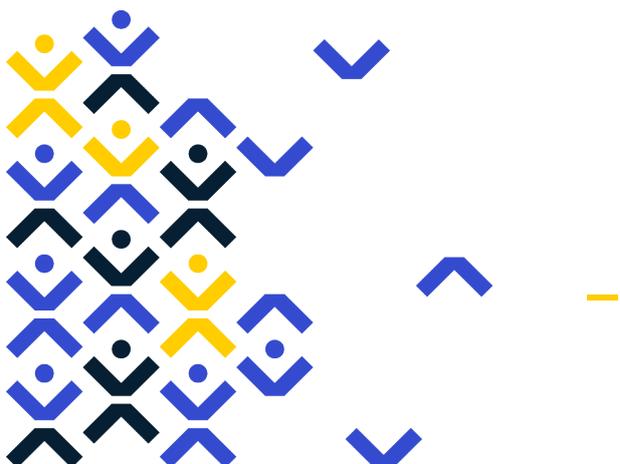
- **Film promotionnel – de type reportage/montage vidéo**

La réalisation d'un film promotionnel de la structure pourra être faite, dont la diffusion et la portée restera à définir en parallèle (ex : présentation générique lors de salons). A ce titre, l'articulation avec la direction de la communication de la Ville de Paris (et ses moyens) pourra être envisagée, dès lors que des enjeux politiques seront identifiés.

- **Film d'animation – de type motion design**

La réalisation d'un film d'animation pourra être proposée à la place du film promotionnel (cf supra) ou en complément dès lors que l'objet de celui-ci sera bien distinct et précis. Ainsi, un conseil sur le ou les outils sera fait préalablement à la direction de la Foncière de la Ville de Paris.

Il est envisagé qu'un motion design puisse être réalisé d'ici la fin 2022 sur les grandes étapes d'un projet d'acquisition en BRS à destination des ménages. En effet, le dispositif du BRS étant destiné en majeure partie à des primo-accédants, la présentation des différents acteurs et moments clés du



dispositif semble nécessaire (ex : « devenir acquéreur en BRS » : les grandes étapes d'un achat en BRS/VEFA à diffuser lors de la signature des contrats de réservation chez le notaire).

## 8. Catégorie 6 : besoins ponctuels

- **Rewriting pour le grand public**

Dans le cadre de support de communication institutionnelle, une prestation de relecture voire de réécriture de supports relatifs au dispositif BRS/OFS pourra être sollicitée le cas échéant afin de rendre le dispositif accessible au plus grand nombre. En effet, certains partenaires pourront proposer dans le cadre de leur propre communication des outils de communication auxquelles la Foncière de la Ville de Paris pourra être associée. Un effort de pédagogie voire vulgarisation pourra être nécessaire (ex : outils de communication émanant des notaires, des aménageurs, des financeurs, ect...)

- **Coordination de partenaires opérationnels sur le volet communication**

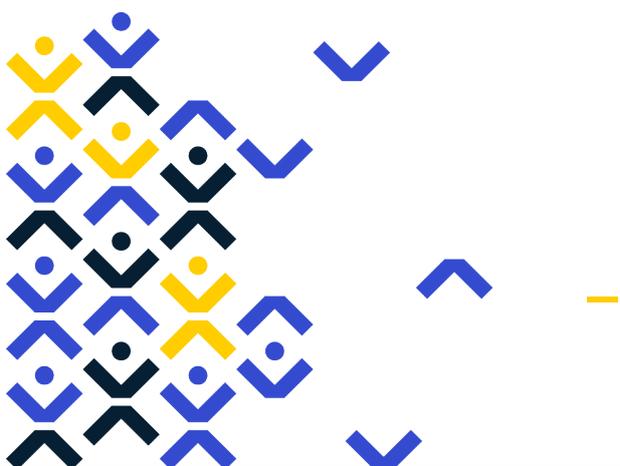
La Foncière de la Ville de Paris exerce une activité qui l'amène à collaborer de façon permanente avec de multiples partenaires (Ville de Paris, aménageurs, promoteurs, banques, ect...). Elle peut donc être amenée à participer à la communication de ceux-ci. Dès lors, et de façon ponctuelle, un appui pourra être sollicité auprès du futur prestataire sur des outils, des actions, des éléments de langage que des partenaires pourraient mettre en œuvre, impactant la structure.

## III. LES OUTILS DE COMMUNICATION OPERATIONNELLE

L'ensemble des prestations décrites ci-dessous feront l'objet d'une commande ferme (à l'exception des prises de vues photos et vidéos).

En ce qui concerne la catégorie 1, il est attendu que chaque prestation fasse l'objet d'un chiffrage budgétaire initial (pour la première année de mise en œuvre), puis d'un coût d'actualisation pour chacune d'entre elles.

Pour les prestations des catégories 2, 3 et 4, un chiffrage forfaitaire est attendu, étant entendu qu'elles seront mise en œuvre au fur et à mesure des besoins opérationnels.



## 9. Catégorie 1 : élaboration d'un kit de communication opérationnel pour les commercialisations

- **Création d'un appel à candidature dans le cadre de la commercialisation d'un programme de logements en BRS**

Le processus de commercialisation des logements défini par la Foncière de la Ville repose à ce jour sur une campagne d'information (site internet de la FDVP, presse locale, site de la Ville de Paris, journal d'arrondissement) et est dans un premier temps mis en œuvre de façon dématérialisée au travers de son site internet (information sur l'opération/les logements, dossier de candidature en ligne, simulateur d'éligibilité, ect...), puis repose, dans un second temps, sur le recours à un prestataire extérieur qui instruit l'ensemble des demandes pour son compte (par un transfert de données) avant qu'un processus de cotation soit réalisé et qu'enfin une commission de sélection statue sur les demandes.

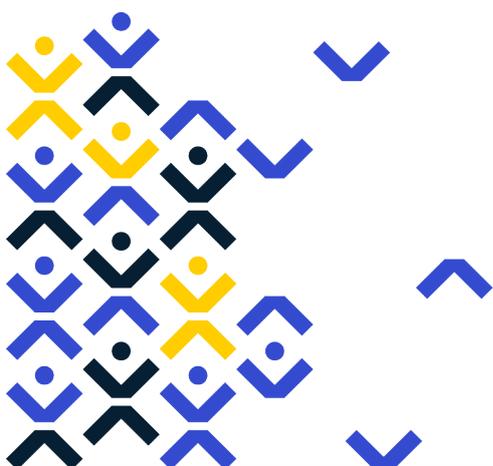
De façon générale, ce processus a vocation à perdurer, mais fait actuellement l'objet d'ajustements (suite au retour d'expérience 2021) qui pourra induire des évolutions sur les outils d'information et l'architecture du site internet (tout comme son contenu). En effet, des informations diffusées lors de la campagne de 2021 mériteraient d'être accessibles de façon constante (ex : simulateur d'éligibilité), quand d'autres pourraient être plus ponctuelles (ex : grille de cotation). Une meilleure articulation est donc attendue quant au volet opérationnel du site, c'est à-dire entre la page « *opération en cours* » et la FAQ « *nos réponses à vos questions* ».

Il est donc attendu du futur prestataire qu'il participe aux côtés des équipes de la Foncière de la Ville de Paris à l'optimisation du processus de sélection en étant force de propositions, et en mettant en place les actions nécessaire, relevant de son champ de compétence.

- **Module type de candidature des ménages**

Dans la perspective des prochaines commercialisations, la production des différents outils devra être aboutie et opérante. Pour ce faire, une analyse de ceux déployés lors de la commercialisation des logements au sein de la ZAC Saint-Vincent-de-Paul à Paris 14ème sera faite, sur la base de celui qui sera transmis au futur prestataire.

Des propositions d'adaptation éventuelles pourront être faites et devront être opérationnelles d'ici au lancement de la prochaine commercialisation qui interviendra au cours du 1<sup>er</sup> trimestre 2023



(date précise à confirmer). Il convient de noter que dans un souci d'efficacité et de bonne gestion, une adaptation des outils actuels est préférée, et la refonte complète n'est pas la piste privilégiée.

Le travail à mener sur le module de gestion des candidatures repose sur 3 leviers complémentaires :

- *La mise en forme du dossier de candidature et du processus de candidature :*

Un formulaire en ligne doit être développé pour que les ménages puissent déposer leur dossier. Il est donc attendu du futur prestataire que la grille technique d'indicateurs sous-jacente au formulaire soit mise en forme de façon ergonomique et accessible au grand public, sur le site internet (ex : civilité, situation au regard du logement, éléments financiers à renseigner, pièces à joindre au dossier, ect...). Pour ce faire, les éléments de fond (cf grille technique) seront livrés au futur prestataire. Enfin l'actualisation du processus de candidature sera mise en forme au travers d'un schéma type qui pourra être utilisé comme outil pédagogique.

- *L'interface avec le prestataire informatique :*

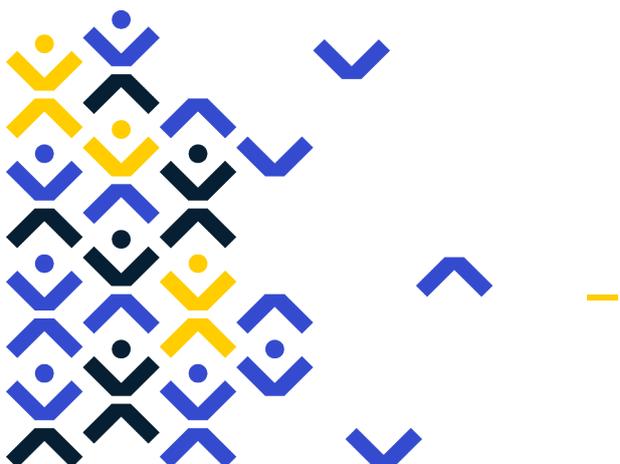
À ce jour, le recours à un prestataire de communication (objet du présent dossier de consultation) et à un prestataire informatique (consultation parallèle à venir) est envisagé, compte tenu des compétences techniques attendues de chacun. Toutefois, dans le cadre de la mise en place des appels à candidature, il est attendu du futur prestataire qu'il puisse jouer le rôle d'interface avec le prestataire informatique, pour s'assurer que les besoins et les outils de communication sont bien mis en œuvre par celui-ci.

- *L'adaptation éventuelle du module type pour une adresse/commercialisation :*

Par souci d'homogénéité entre les différentes commercialisations et d'économie d'échelle, un module type de candidature sera proposé. Néanmoins, dans l'hypothèse où l'une des opérations devrait comporter un volet spécifique et non connu à ce jour (ex : opération en habitat participatif ; processus de revente d'un logement), l'estimation du coût nécessaire à l'adaptation de ce module est nécessaire.

- **Conception de supports type de communication opérationnelle**

Dans le cadre des campagnes d'information relatives au lancement des commercialisations, la Foncière de la Ville de Paris souhaite que des éléments généraux soient communs à tous les



supports qui seront déployés dans l'objectif d'ancrer sa communication, et par souci d'économie d'échelle. A ce stade, les supports déjà mis en œuvre sont :

- flyer et visuels réseaux sociaux
- motion design
- communiqué de presse
- éléments de langage sur l'opération pour les partenaires
- réunion publique d'information et de lancement
- campagne d'affichage

L'ensemble de ces éléments méritent d'être évalués aujourd'hui avant d'être éventuellement adaptés par le futur prestataire. Certains supports sont transmis en annexe pour information.

Ensuite, et sur la base des supports généraux communs (cf ci-dessus), un encart spécifique à chaque adresse sera proposé et adapté à chaque commercialisation.

Il est attendu du futur prestataire une déclinaison des outils types à chaque commercialisation et la prise en charge de l'exécution des différents supports (définition des modes de diffusion : web et/ou papier, des volumes d'impression le cas échéant et de leur mise en production jusqu'à la livraison)

## 10. Catégorie 2 : images et vidéos

### • **Prise de vue photo**

La constitution d'une photothèque de chaque opération est souhaitée. Le futur prestataire réalisera des reportages photographiques aux moments clés. Ces photographies seront ensuite utilisées pour l'ensemble des supports de la Foncière de la Ville de Paris.

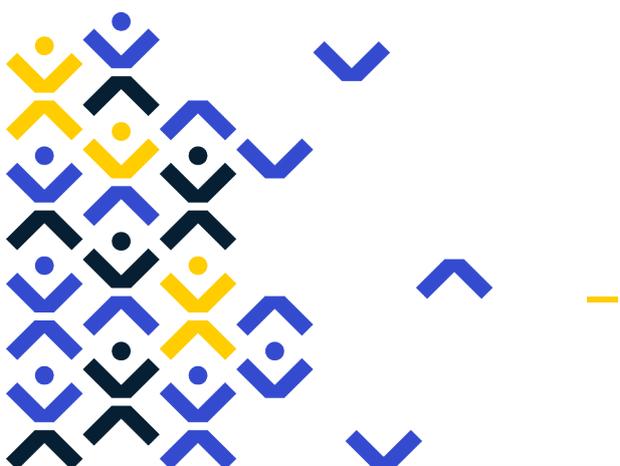
### • **Prise de vue vidéo**

A l'occasion d'une commercialisation, de l'avancement d'un chantier ou d'un évènement localisé, il est attendu que des prises vidéo puissent être réalisées en tant que de besoin.

Ces 2 prestations (photo et vidéo) seront mises en œuvre, dès lors que les moyens internes à la Foncière de la Ville de Paris ne seraient suffisants pour les objectifs recherchés.

## 11. Catégorie 3: outils de communication en phase chantier

### • **Panneaux de chantier**



Sur l'emprise des opérations, de grands panneaux d'information pourront être posés en fonction des étapes clés de l'opération. Des palissades de protection de chantier pourront être installées par les opérateurs en charge de la construction des futurs immeubles, mais «habillées» d'éléments de langage et visuels de la part de la Foncière de la Ville de Paris afin de donner de l'information aux riverains. Dans certains cas, la réalisation, pose et dépose de ces panneaux pourra être demandée. Il est donc attendu du futur prestataire la conception et l'exécution de modèles types. La pose et la dépose de ces supports sera a priori assurée par les opérateurs, mais doit pouvoir être mise en œuvre en tant que de besoin. Pour ce faire, un travail partenarial avec les services communication des maîtres d'ouvrage de la Foncière de la Ville de Paris sera nécessaire.

- **Visite de chantier**

- *organisation d'une visite*

Le futur prestataire procédera à la préparation et l'organisation de l'événement, la conception et l'exécution graphique des affichages sur site, le montage et démontage des installations et préparera au besoin les documents de présentation de la visite. La protection des invités étant importante, bottes et casques de sécurité pour tous les invités devront être prévus.

- *organisation d'une inauguration avec cocktail*

Le format d'une visite de chantier pourra être repris et adapté dans le cadre d'une inauguration, mais complété d'un volet « évènementiel » tel que la conception et la diffusion des cartons d'invitation, la conception graphique des affiches et leur diffusion, la logistique et du choix du traiteur.

Si un cocktail doit être organisé, le futur prestataire devra proposer un traiteur employant des produits bio de préférence et/ou issu d'une agriculture raisonnée et/ou relevant du commerce équitable et/ou faisant travailler des personnes en insertion.

Une prestation globale est donc attendue au titre des visites de chantier : préparation et organisation de l'évènement, conception graphique, montage et démontage des divers affichages.

## **IV. LA BASE HONORAIRE**

Dans l'éventualité où une ou plusieurs prestations - en plus de celles d'ores et déjà listées dans le présent document - devaient être mise en place, le recours à des honoraires pourra être possible, sur la base d'un devis chiffré comportant le taux horaire par type d'intervention (ex : consultant, graphiste, ect...)

