

**SOCIETE PUBLIQUE LOCALE
DE BRIVE ET SON AGGLOMERATION**

Cahier des charges – Création de l'identité visuelle du guichet unique de l'entreprenariat dans l'Agglomération de Brive

SOMMAIRE

I. CONTEXTE ET TERRITOIRE

1. Brive et son Agglomération : le territoire et la compétence économique
2. La SPL de Brive et son Agglomération : pilote opérationnel du développement économique
3. Le guichet unique : pour quoi ? Les cibles de la communication

II. PRESTATIONS DEMANDEES

1. Création du logo
2. Réalisation d'une charte graphique
3. Dépôt à l'INPI
4. Cession des droits d'exploitation et de reproduction
5. Livrables

III. REGLEMENT DE LA CONSULTATION

1. Calendrier prévisionnel
2. Critères de sélection des offres
3. Dossier du candidat
4. Modalités de réponse

CONTACT et RENSEIGNEMENTS COMPLEMENTAIRES

Société Publique Locale de Brive et son Agglomération

2, boulevard du Salan – 19100 Brive-La-Gaillarde

Chargée de mission communication : Marion BAUDIN marion.baudin@territoires19.fr 05.55.23.07.27

Directeur Général Délégué : Nicolas FREIDA

Assistante de direction : Ghislaine PELEGRY

I. CONTEXTE ET TERRITOIRE

1. Brive et son Agglomération : le territoire et la compétence économique

👉 Le territoire

La Communauté d'Agglomération du Bassin de Brive est née le 14 janvier 2002. Depuis le 1er janvier 2014, 2 Corrèziens sur 5 sont des habitants de l'agglomération de Brive.

A l'extrémité sud-ouest de la Corrèze, l'agglomération de Brive dont le bassin de vie rayonne sur les départements du Lot et de la Dordogne se compose de 49 communes et rassemble à ce jour 1/3 des habitants de la Corrèze (près de 110 000 habitants¹ des 243 000 habitants du département). La ville de Brive compte 49 000 habitants.



👉 Un bassin économique et d'emploi dense et dynamique

1^{er} bassin économique du département avec plus de 10 000² établissements actifs, le territoire de l'agglomération de Brive est également le 1^{er} bassin d'emploi du département avec environ 47 000 emplois³. Par ailleurs, le territoire compte 1 750 étudiants - 14 établissements et écoles - 30 formations post bac.

Le tissu économique de l'Agglomération de Brive est structuré autour de l'agroalimentaire, de l'électronique, de la mécanique et du transport au travers de grands groupes et de nombreuses PME. D'autres entreprises aux savoir-faire et aux compétences reconnus se développent et offrent des perspectives sur le territoire à l'image de SILAB, 3^{ème} au palmarès 2014 des 150 plus belles PME indépendantes de France.

👉 La compétence développement économique

Dans ce contexte, l'Agglomération de Brive a pour compétence première et obligatoire le développement économique. Cette compétence est définie comme suit, dans ses statuts :

- « *Création, aménagement, entretien et gestion des zones d'activité industrielle, commerciale, tertiaire, artisanale, touristique, aéroportuaire qui sont d'intérêt communautaire* »,
- « *Actions de développement économique d'intérêt communautaire (y compris agricole) relevant notamment des domaines décrits ci-dessus* ».

Au début des années 2000, la compétence développement économique se limitait à la création et à la commercialisation de zones d'activités. Pendant 10 ans, l'Agglomération a créée et commercialisée une dizaine de zones d'activités économiques dont le Parc d'Activité Economique Brive-ouest (dit PEBO), la zone d'activités économiques du Fourneault, celle de Cosnac – Montplaisir, celle des Rivières à Allasac, celle de la Rivière à Malemort.

Pour mettre en œuvre sa politique et développer ses actions en faveur du développement économique, l'Agglomération du Bassin de Brive a fait le choix d'externaliser cette compétence en 2009 par le biais

¹ Selon l'INSEE, en 2009, les EPCI et les communes de la nouvelle agglomération de Brive comptaient 108 107 habitants.

² Selon l'INSEE, au 31/12/2010, les EPCI et les communes de la nouvelle agglomération de Brive comptaient 10 123 établissements actifs, soit 37,4 % des établissements actifs du département.

³ Selon l'INSEE, en 2009, les EPCI et les communes de la nouvelle agglomération de Brive comptaient 47 222 emplois au lieu de travail.

d'un contrat de prestations de services avec la Société Publique Locale de Brive et son Agglomération (SPL BA).

En 2014, le Président de l'Agglomération et Maire de Brive a souhaité conforter et accentuer ce partenariat public/privé et cette recherche d'efficacité en fusionnant la direction de la SPL avec la Direction du Développement Economique de l'agglomération.

2. La SPL de Brive et son Agglomération : pilote opérationnel du développement économique

La Société Publique Locale de Brive et son Agglomération (SPL BA) est une société de droit commun (société anonyme à conseil d'administration) soumise à la comptabilité privée, les salariés relèvent d'une gestion de droit privé et le GIE Corrèze Limousin gère les fonctions supports (RH, comptabilité, finances) de la société depuis janvier 2014.

Composée exclusivement d'actionnaires publics, la Ville de Brive (67%) et l'Agglomération de Brive (33%), la société ne peut travailler que pour ses actionnaires, dans leurs domaines de compétences et uniquement sur leur territoire. Le contrôle analogue de la société est exercé par les collectivités locales actionnaires. La société fonctionne comme une régie externalisée sous forme de société commerciale.

La SPL assiste l'Agglomération du Bassin de Brive dans sa politique de développement économique à travers un programme d'actions en relation étroite avec les autres services de l'Agglomération. Les missions sont les suivantes :

- Développer une offre immobilière et foncière adaptée aux besoins des entreprises grâce à une activité d'aménageur et de promoteur à vocation économique
- Gérer et animer les zones d'activités existantes
- Proposer une offre de services couvrant la totalité des besoins et de la vie de l'entreprise : solutions administratives, financières et techniques, partenariats, etc.
- Soutenir tous les entrepreneurs : apporter des solutions financières, techniques, mise en réseau...
- Développer l'ingénierie de la connaissance du territoire : observatoires, SIG, études, intelligence économique (cibles collectivités locales)

3. Le guichet unique : pour quoi ? Les cibles de la communication

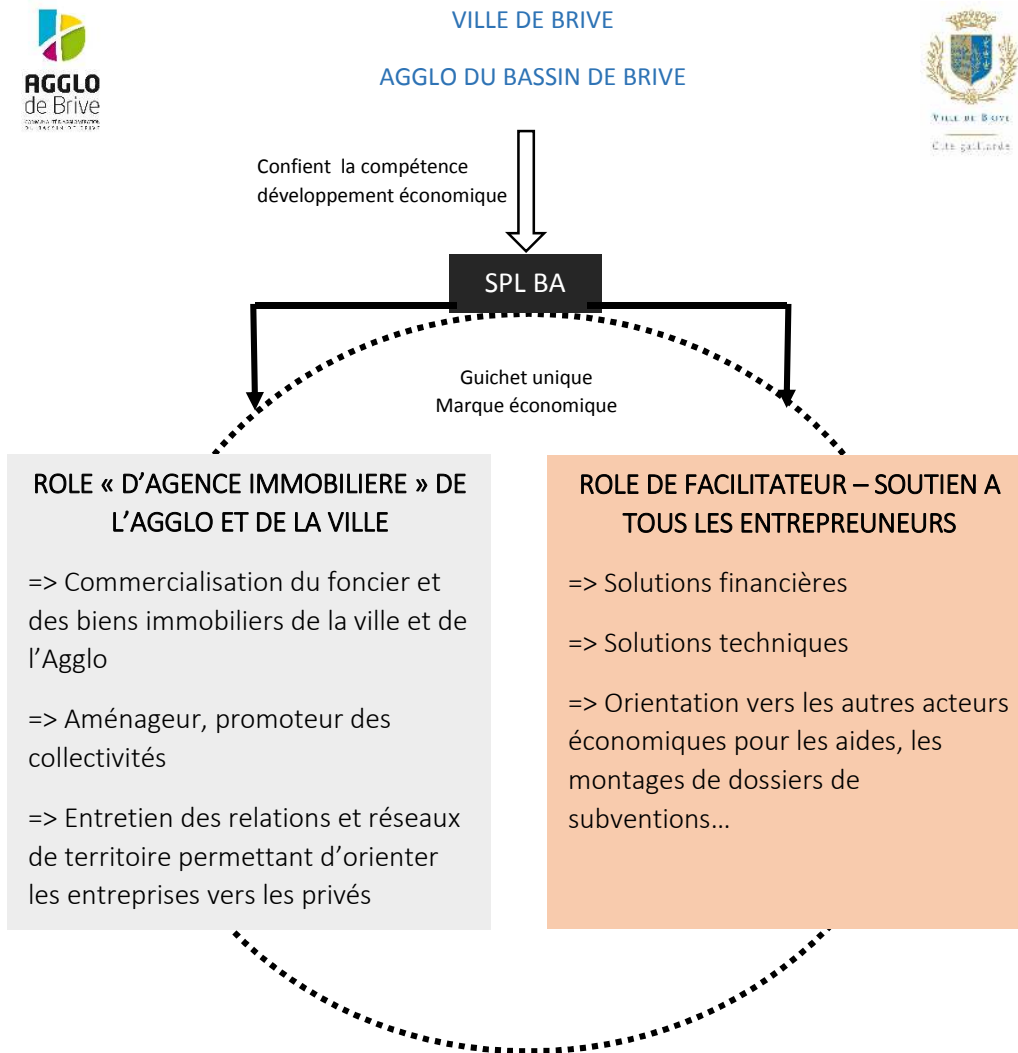
Avec une concurrence de plus en plus accrue entre les territoires, les collectivités doivent se donner les moyens d'être plus attractives pour les entrepreneurs.

En plus d'une offre foncière et immobilière, adaptées aux attentes et aux capacités des entreprises, l'attractivité du territoire doit s'appuyer sur une offre en services facilitant leur quotidien.

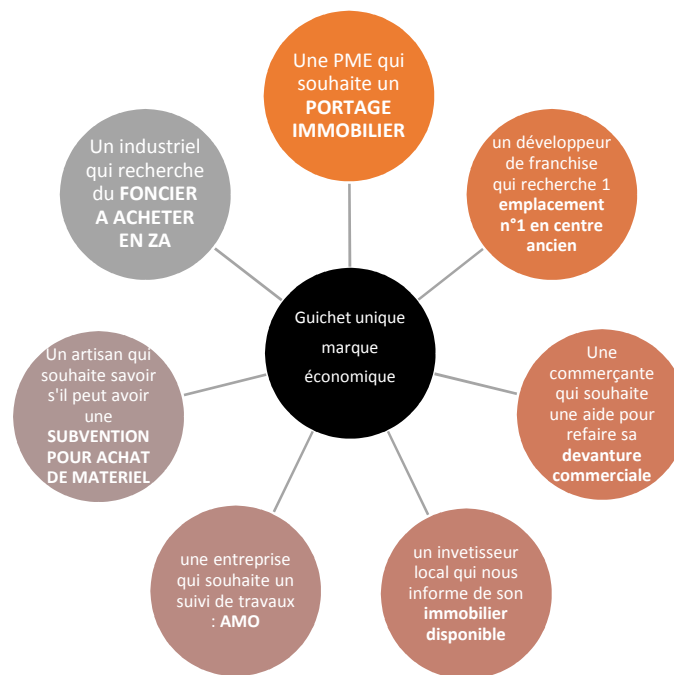
Les entreprises ont face à elles une multitude d'acteurs pour les accompagner (administrations, institutionnels, associations, etc.) La création d'un guichet unique a pour objectif de clarifier ce « mille-feuille » pour un accompagnement adapté, réactif et efficient.

Les clients finaux sont les entreprises. La marque du guichet unique devra s'adresser à l'ensemble des acteurs de l'entrepreneuriat. Les demandes des entreprises s'articulent principalement autour de la recherche de solutions foncières ou immobilière et de solutions administratives et financières.

C'est la marque du **guichet unique de l'entrepreneuriat sur l'agglomération** qui s'articulera autour des termes : Brive et entreprendre (exemple : *Entreprendre à Brive ; Brive Entreprendre ; e^{brive}*). **C'est l'écriture graphique et son équilibre qui nous permettront de décider de l'ordre des termes.**



Exemples de cibles



II. PRESTATIONS DEMANDEES

Il s'agit, pour le prestataire, de :

- Créer un logo pour le guichet unique de l'entrepreneuriat dans l'agglomération de Brive
- Réaliser une charte graphique

1. Création d'un logo

Image et positionnement

L'identité visuelle de la marque doit permettre de comprendre qu'elle s'adresse à tous les entrepreneurs (toutes tailles, tous domaines d'activités, tous âges, de la création à la transmission) qui recherchent des solutions foncières, immobilières, financières, techniques et administratives.

Ce que doit véhiculer la marque :

- Les valeurs intrinsèques du guichet unique : réactivité, adaptabilité, efficacité, professionnalisme
- Les atouts et les ambitions de ce territoire : un territoire entrepreneurial en développement

Les champs d'actions que doivent représenter la marque :

- Des solutions foncières et immobilières : rôle d'agence immobilière de la collectivité locale
- Des solutions administratives, financières et techniques : rôle de facilitateur

Données techniques

L'idée est de trancher avec l'image administrative, il n'est donc pas opportun de prendre en compte les logos et couleurs de ceux de la ville de Brive et de l'Agglomération du Bassin de Brive.

Le choix d'un logo en bichromie est souhaité.

Il est demandé de mettre au point au moins trois pistes de logos. Pour chacune des pistes, il est demandé de mettre au point deux variantes :

- Un logo sur lequel les termes Brive et Entreprendre sont écrits en entier
- Un logo abrégé

Le logo et la charte graphique sont destinés à être utilisés sur tous les supports de communication interne et externe du guichet. De nombreux documents qui ont une faible diffusion seront imprimés en interne sur des imprimantes couleur.

2. Réalisation d'une charte graphique

La charte graphique doit exprimer le même message que le logo. Elle doit présenter les éléments essentiels à l'application de la nouvelle identité visuelle du guichet unique. Elle a pour but de créer une cohérence entre les différentes publications et supports de communication. La charte graphique devra comprendre :

- Les logos et ses variantes : couleurs et logos abrégés
- Définition des couleurs qui pourront être appliquées pour le logo et pour les fonds
- Les règles d'utilisation du logo et les interdits
- La ou les typographies utilisées
- Papeterie et documents internes : fournitures des gabarits pour cartes de visite horizontales (55X85 mm), cartes de correspondance (210 x100 m), chemises (215x305mm)
- Documents internes : fournitures des gabarits word, powerpoint, affiches A3

3. Dépôt à l'INPI

L'intégralité de la prestation doit être réalisée et livrée de façon à ce que le nouveau logo puisse faire l'objet d'un dépôt à l'Institut National de la Propriété Industrielle.

4. Cession des droits d'exploitation et de reproduction

Le prestataire cède, à titre exclusif, l'intégralité des droits ou titres de toute nature afférents aux résultats permettant à la SPL de Brive et son Agglomération de les exploiter librement, y compris à des fins commerciales pour tous les territoires et pour toute la durée légale de protection des droits d'auteurs.

5. Livrables

Le prestataire retenu devra fournir, pour les deux variantes du logo :

- version couleur quadrichromie / monochrome noir / noir et blanc, niveau de gris du logo
- version couleur pantone et quadrichromie pour différents fonds
- Fourniture des fichiers de chaque version du logo des points précédents sur CD pour PC sous formats numériques eps, jpeg, png en 72 et 300 DPI (logiciels de référence : adobe illustrator, Gimp) pour toutes exploitations
- Références couleurs : pantone, CMJN, RVB, HTML
- Charte graphique avec tous les éléments cités dans le paragraphe II. 2

III. REGLEMENT DE LA CONSULTATION

1. Calendrier prévisionnel

La SPL déménage en janvier 2015. Elle a besoin d'utiliser cette nouvelle marque pour son déménagement. Nous alertons sur le temps très court et sur la capacité du prestataire à mobiliser le temps nécessaire pour la réalisation de la mission.

- Lundi 3 novembre 2014 : publication du cahier des charges
- Vendredi 21 novembre 2014 : réponse au plus tard des prestataires par email
- Lundi 1^{er} décembre 2014 : Démarrage de la mission
- Lundi 26 janvier 2014 : livraison des éléments demandés

2. Critères de sélections des offres

L'offre la plus avantageuse pour répondre au cahier des charges techniques sera retenue et appréciée en fonction des critères suivants :

- Valeur technique de l'offre et calendrier : 20 %
(Qualité, originalité et pertinence au travers de la compréhension des objectifs, animation et suivi proposés, clarté de la proposition)
- Coût de la prestation : 30 %
- Références du candidat : 50 %

3. Dossier du candidat

Les candidats devront fournir les informations, références et éléments suivants :

- Une présentation de la société et / ou du graphiste free-lance : métiers, stratégie, chiffres d'affaires
- Un dossier technique comportant 3 parties :
 - 1/ Les références du candidat sur une prestation comparable à celle de l'objet de l'appel à candidature (dont un exemple détaillé de développement graphique comparable à la prestation souhaitée) ainsi que la composition de l'équipe et CV des membres.
 - 2/ La proposition technique intégrant la méthodologie de conduite de la mission, le calendrier, les phases, le nombre de réunions, les moyens dédiés (nombre de jours d'intervention par niveau de compétence pour chaque phase)
 - 3/ La proposition tarifaire avec le coût détaillé et global de la mission pour chacune des phases et reprenant le nombre de jours d'intervention par niveaux de compétence.

4. Modalités de réponse

Les offres sont envoyées par email à marion.baudin@territoires19.fr et copie à gislaine.pelegry@territoires19.fr