



**COMMISSION EUROPÉENNE**  
DIRECTION GÉNÉRALE DE LA COMMUNICATION

Représentations de la Commission européenne  
**Représentation en France**

**ANNEXE I DE L'INVITATION À SOUMISSIONNER**

**CAHIER DES CHARGES**

**PRESTATIONS DE SERVICES RELATIVES A UNE CONSULTANCE EXTERNE  
EN MATIERE DE RELATIONS PRESSE**

**APPEL D'OFFRES OUVERT**

**PO/2016-09/PAR**

## Contents

1. OBJECTIF ET CONTEXTE .....	3
2. OBJET DU MARCHE .....	4
2.1. Services requis .....	4
2.2. Rapports .....	9
2.3. Droits d'auteur et propriété intellectuelle .....	9
3. VOLUME DU MARCHE .....	10
4. CADRE CONTRACTUEL .....	10
5. SOUMISSION DES OFFRES .....	11
6. OFFRE TECHNIQUE .....	11
7. OFFRE FINANCIERE .....	12
8. CRITERES D'EXCLUSION ET DE SELECTION .....	12
8.1. Critères d'exclusion .....	12
8.2. Critères de sélection .....	13
8.3. Exigences supplémentaires pour les offres conjointes et les offres prévoyant le recours à la sous-traitance .....	15
9. CRITERES D'ATTRIBUTION .....	16
9.1. Évaluation technique .....	16
9.2. Évaluation financière .....	17
9.3. Attribution du marché .....	17

## 1. OBJECTIF ET CONTEXTE

La Représentation en France de la Commission européenne, le bureau du Parlement européen à Paris et le Ministère des Affaires étrangères sont liés par un Partenariat de communication depuis 2009. A travers ce Partenariat, ils conçoivent, dessinent et mettent en œuvre, ou soutiennent, des actions ou campagnes de communication communes ("ci-après communication interinstitutionnelle") sur l'Europe en France.

Le Partenariat est piloté par un Comité de Pilotage (COPIL). Celui-ci a commissionné en 2014, par le biais de la Représentation en France de la Commission européenne, une étude pour obtenir des préconisations stratégiques pour relancer notre communication interinstitutionnelle. Les partenaires du COPIL souhaitaient voir leur approche traditionnelle de communication analysée et améliorée par un regard différent et une vraie prise en compte de l'impact des actions menées, tout en souhaitant néanmoins poursuivre la pédagogie sur l'UE et l'exercice de la citoyenneté européenne et contribuer à créer les conditions pour que le débat sur l'Europe (vivant et porté par de multiples acteurs) soit plus présent et plus régulier en France.

Les recommandations de l'étude sont doubles:

- (i) ne pas démultiplier les acteurs et les messages, et donc faire passer la communication interinstitutionnelle par une "marque mère" matérialisée par un espace web de référence unique<sup>1</sup>, et
- (ii) s'appuyer sur une agence de relations presse qui sensibilisera la presse nationale et régionale aux messages, dossiers et matériel de communication, le but étant que ce matériel soit repris dans la presse.

Le COPIL a accepté ces deux recommandations et travaille à leur mise en œuvre, afin de structurer ses activités de pédagogie sur l'Union européenne dès à présent, avec l'objectif des élections européennes de 2019 en ligne de mire.

Les résultats attendus sont:

- Une augmentation significative de la présence dans les médias français (notamment audiovisuels et régionaux) des politiques européennes et de leur impact concret en France;
- Une augmentation des connaissances des Français sur l'Union européenne.

---

<sup>1</sup> L'espace web de référence unique est en cours de mise en place. La Représentation en France de la Commission européenne sélectionne en parallèle au présent appel un prestataire qui proposera, animera et maintiendra un espace web, au moins jusqu'aux élections européennes, qui servira d'espace de référence unique pour la communication interinstitutionnelle des membres du COPIL. Afin de favoriser, avant les élections européennes de 2019, une meilleure connaissance en France des institutions européennes, de leur fonctionnement et des politiques menées par l'Union, cet espace de référence unique devra centraliser en un lieu principal et amplifier la communication interinstitutionnelle des acteurs du COPIL sur les politiques européennes et leur impact pratique en France. Les tâches de cet espace web seront de:

- Animer un site internet de référence en France sur l'Union européenne, son fonctionnement et ses politiques (cible grand public).
- Proposer des contenus qui serviront de référence à la presse dans la préparation de ses sujets sur les politiques européennes (cible presse).

## 2. OBJET DU MARCHÉ

### 2.1. Services requis

L'objectif du présent appel est de sélectionner une agence de relations médias afin de nous accompagner dans la médiatisation des grands enjeux de la communication interinstitutionnelle et de projets liés à l'Europe, auprès des médias grand public en général, et dans les médias audiovisuels et régionaux en particulier, au moins jusqu'aux élections européennes de 2019. Il s'agit notamment de:

- Favoriser une meilleure connaissance en France des institutions européennes, de leur fonctionnement et des politiques menées par l'Union;
- Médiatiser les opérations de type événementiel (par exemple, la Fête de l'Europe, nos Dialogues Citoyens, etc.) et les projets financés ou cofinancés par l'Europe;
- Créer ou identifier des opportunités médiatiques susceptibles de valoriser les bénéfices concrets de l'action de l'Europe pour les citoyens en France;
- Collaborer dans une campagne relations publiques (RP) d'incitation au vote, en vue des élections européennes de 2019.

Les axes de communication ou les thèmes sur lesquels le prestataire sélectionné sera amené à travailler, sont :

1. La médiatisation d'opérations de type événementiel (La Fête de l'Europe, le(s) Dialogue(s) Citoyen, l'initiative « Back to School », etc.). La médiatisation de projets financés ou cofinancés par l'Europe (lancement ou inauguration de projets publics ou entreprises bénéficiant de fonds européens, initiatives de la société civile soutenues par le partenariat stratégique, etc.);
2. La création ou l'identification d'opportunités médiatiques susceptibles de valoriser les bénéfices concrets de l'action de l'Europe pour les citoyens en France (notamment en fonction de l'agenda médiatique ou de l'agenda politique européen);
3. Une campagne RP d'incitation au vote, en vue des élections européennes de 2019. Le prestataire aura également un rôle de conseil pour la recommandation régulière de nouvelles actions RP. L'établissement des contacts réguliers entre le COPIL et les médias français afin de mieux adapter les activités de communication du COPIL aux besoins des médias.

L'agence intervient sur la base de trois piliers suivants :

**1) Faire passer les grands messages sur l'Europe** : Organisation de une à deux grandes campagnes RP interinstitutionnelles dans l'année. Le prestataire sera amené à identifier de manière anticipée les sujets susceptibles de donner lieu à des plateaux, des articles et des reportages thématiques de fond dans les supports à « longs délais de bouclage ». Il assurera, le cas échéant, un focus sur des événements nationaux ou régionaux, avec envoi de communiqués, conférences de presse thématiques, etc.

**2) Mobiliser des porte-parole** en établissant une cellule de veille. Le prestataire sera amené à identifier les opportunités de prise de parole et

reportages en fonction de l'agenda politique et médiatique, dans les médias audiovisuels en priorité, en mobilisant et en favorisant l'intervention des porte-parole (politiques, experts issus des différentes institutions, personnalités diverses, etc.).

**3) Faire vivre le débat européen** : Montage de trois à quatre actions presse complémentaires avec un accompagnement RP des initiatives institutionnelles européennes tels que les projets bénéficiant de financements européens, les projets de la société civile soutenus par le partenariat stratégique, ou des actions particulières (Back to School, Dialogue Citoyen, etc.). Ces actions pourront également relayer des sujets d'actualité particulièrement porteurs identifiés sur l'espace web de référence unique.

Les prestations détaillées attendues sont les suivantes :

N°	DESCRIPTION
<b>A</b>	<b>CONSEIL</b>
A.1.	<p><b>Conception de la stratégie de relations média</b> Elaboration d'une recommandation annuelle, par exemple :</p> <p><b>1 présentation powerpoint de + ou - 50 slides comprenant :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- les axes de communication et les angles associés avec les porte-parole correspondants</li> <li>- un plan d'actions à 6 mois avec un calendrier de marronniers et événements identifiés comme prises de parole potentielles</li> <li>- la définition des cibles médias</li> <li>- etc</li> </ul>
A.2.	<p><b>Conseil continu</b> Par exemple, <b>1 note stratégique</b> de 1 à 4 pages pour une action particulière comprenant :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- les objectifs,</li> <li>- les messages clés,</li> <li>- les cibles,</li> <li>- la mécanique proposée</li> <li>- un calendrier</li> <li>- etc</li> </ul>
<b>B</b>	<b>COORDINATION DE LA COLLABORATION</b>
B.1	<p>Elaboration et suivi d'<b>1 tableau de rétroplanning d'actions</b> sur 6 mois Par exemple, 1 tableau Excel avec :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- les CPs planifiés et les étapes de mise en œuvre "timées" : remise des éléments d'information, rédaction, validations, mise en page, diffusion, relances...</li> <li>- la conférence de presse et les étapes d'organisation, de production de contenus...</li> <li>- le dossier de presse et les étapes de mise en œuvre</li> <li>- les réunions de coordination mensuelles</li> <li>- les conférences téléphoniques hebdomadaires par "action remarquable"</li> <li>- etc</li> </ul>

B.2	Prise en charge de la préparation et de l'animation d'1 réunion physique ou 1 conférence téléphonique de collaboration avec l'élaboration par exemple : - d'1 <b>ordre du jour</b> - d'1 <b>compte-rendu de réunion</b> avec les "next steps" et la répartition de l'attribution des actions
<b>C</b>	<b>OUTILS DE RELATIONS MEDIAS</b>
C.1	<b>Dossier de presse (+ ou - 8 pages)</b> La prestation inclut : - Rédaction des contenus seuls - Option : Création/design original (soit pdf HD pour impression soit html pour diffusion par courriel) - Coordination des opérations de création, impression, reliure et routage des dossiers de presse (hors frais technique)
	<b>Accompagnement à la qualité des Bases de données médias déjà existantes</b>
C.2	<b>1 fichier global</b> de + ou – 400 journalistes
C.3	<b>1 fichier ciblé</b> par opération
C.4	<b>Communiqué(s) de presse (1 à 2 pages)</b> La prestation inclut : - Rédaction du contenu seul - Option : Création/design original (soit pdf HD pour impression soit html pour diffusion par courriel) - Diffusion par courriel et relances post-envoi du CP et/ou DP
<b>D</b>	<b>CONFERENCE DE PRESSE (30-50 journalistes)</b>
D.1	La prestation inclut : - Rédaction et diffusion d'1 « <b>save the date</b> » par courriel - Rédaction et diffusion d'1 invitation par courriel - Option : Création/design original (soit pdf HD pour impression soit html pour diffusion par courriel) - Relances des journalistes, gestion des inscriptions et calage d'interviews
D.2	Option : Coordination des opérations de création, impression et routage de <b>300 invitations</b> (hors frais technique)
	<b>Contenus</b>
D.3	<b>1 support/conducteur de prise de parole</b> durant la conférence (data, chiffres, visuels...)
D.4	Préparation à la prise de parole et aux questions-réponses des journalistes, par exemple : <b>1 document</b> contenant les messages clés et les questions-réponses
	<b>Logistique</b>
D.5	Proposition de lieux, par exemple : 1 note contenant une proposition de 5 lieu(x) avec pour chacun : - une présentation du lieu et des prestations - des visuels - points forts / points faibles

	- un devis
D.6	Coordination des opérations logistique en lien avec le lieu choisi (catering, montage-démontage)
D.7	Présence sur place d'un ou deux consultants pour par exemple : - le pointage et l'accueil des journalistes - la mise en relation des journalistes avec les personnes ressources/porte-parole en fonction des centres d'intérêt et des attentes des journalistes présents
	<b>Signalétique</b>
D.8	La gestion de la création d' <b>1 kakémono</b> et de <b>50 badges</b> journalistes + 10 badges porte-parole et agence
<b>E</b>	<b>INTERVIEWS</b>
E.1	<b>1 pack "préparation à l'interview"</b> comprenant par exemple : - <b>1 fiche "d'identité"</b> journaliste (centres d'intérêts, des exemples d'articles, des informations clés à connaître à son sujet) - <b>1 document de qualification du sujet</b> et des questions potentielles du journaliste - <b>1 document de préparation</b> / briefing porte-parole : un question-réponse, des messages clés - <b>1 session de briefing</b> du porte-parole (par téléphone) - <b>1 courriel récapitulatif</b> d'organisation de l'interview : jour, horaire, numéro de téléphone ou lieu si rendez-vous physique - Suivi de l'interview : validation des verbatim, complément d'informations éventuel, suivi de la parution
<b>F</b>	<b>PIGE PRESSE</b>
F.1	Gestion des modalités du contrat avec l'organisme de pige ; mots clés, médias à piger, récupération des retombées, récupération des scripts audiovisuels...
<b>G</b>	<b>PREPARATION PRISE DE PAROLE TV-RADIO</b>
G.1	Préparation et coordination d' <b>1 session de médiatraining</b> avec un journaliste audiovisuel - recommandation d'un formateur - organisation du médiatraining en lien avec le formateur choisi - création des contenus: thématiques, messages clés, conducteur... - compte-rendu de médiatraining
<b>H</b>	<b>ETUDES / SONDAGES</b>
H.1	Préparation et coordination d' <b>1 étude ad hoc</b> avec un institut de sondage reconnu : - Elaboration de <b>5 questions</b>

H.2	Commande auprès de l'institut de sondage : <b>pour 1 question</b> pour une étude menée sur Internet auprès d'un échantillon représentatif de la population française
<b>I</b>	<b>REPORTING &amp; BILANS</b>
I.1	<b>1 reporting d'activités hebdomadaire</b>
I.2	<b>1 bilan pour 1 action remarquable</b> Par exemple, un document powerpoint pour chaque action remarquable (conférence, événement...), comprenant : <ul style="list-style-type: none"> <li>- un récapitulatif des actions prises en charge, des outils créés, des interviews calées...</li> <li>- les résultats : nombre de retombées – qualification des retombées (proactives, réactives, dédiées, citations...)</li> <li>- un pressbook des retombées</li> </ul>
I.3	<b>1 reporting d'activités mensuel</b> contenant une compilation des reporting hebdomadaires (activités effectuées, interviews, retombées du mois...) avec en plus le détail des temps passés pour chaque consultant
I.4	<b>1 bilan annuel</b> Par exemple, un document powerpoint: <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; récapitulant l'ensemble des actions prises en charge: <ul style="list-style-type: none"> <li>- les outils créés,</li> <li>- les interviews calées</li> </ul> </li> <li>&gt; analysant les résultats : <ul style="list-style-type: none"> <li>- le nombre de retombées</li> <li>- la qualification des retombées (proactives, réactives, dédiées, citations...)</li> </ul> </li> <li>&gt; un pressbook des retombées</li> <li>&gt; les réflexions et pistes de recommandation pour l'année suivant</li> </ul>



## **2.2. Rapports**

Le contractant soumet à la Commission européenne des rapports opérationnels en français sur l'exécution du contrat-cadre conformément aux services commandés.

Les rapports décriront les travaux effectués et les résultats obtenus au cours de chaque période ou phase, et donneront des informations détaillées en particulier sur:

- les travaux réalisés et les résultats obtenus concernant les actions prévues dans le contrat, le plan de travail, le plan média et la stratégie publicitaire;
- une analyse précise des coûts par contact;
- une preuve documentée pour chaque achat d'espace (comme des exemplaires de journaux dans lesquels la publicité est parue, des captures d'écran pour les publicités en ligne, des photos pour les panneaux d'affichage extérieurs, etc.)
- une analyse des points forts et des points faibles de l'action
- des recommandations pour des futures actions similaires.

Le contractant présentera le rapport final en mettant l'accent sur:

- les chiffres pertinents définis en accord avec la Représentation;
- la comparaison par rapport aux objectifs fixés initialement et les raisons à l'origine des lacunes manifestes;
- l'analyse d'impact;
- les recommandations opérationnelles et stratégiques pour l'avenir.

Les frais occasionnés par la production des rapports doivent être compris dans le prix forfaitaire.

Ces rapports sont soumis sous format libre (PDF ou Word).

## **2.3. Droits d'auteur et propriété intellectuelle**

Le respect de la législation relative au droit d'auteur et aux autres droits de propriété intellectuelle revêt la plus grande importance pour la Commission. Lors de la prestation des services, le contractant doit garantir le respect des droits d'auteur applicables et de la législation relative aux autres droits de propriété intellectuelle, ainsi que des conditions décrites dans le présent cahier des charges.

Le contractant cédera à la Commission tous les droits relatifs aux textes rédigés par lui-même dans l'exécution du contrat-cadre et garantira qu'elle est en droit de les utiliser librement à des fins de copie et de distribution, sur papier ou sur format numérique, et de les stocker pour une durée illimitée. La Commission pourra également modifier ou traduire les textes de sa propre initiative et les utiliser aux fins établies aux articles II.13 et I.10 du contrat-cadre.

Concernant les articles de presse à reproduire pour intégration p.ex. dans un pressbook ou une fiche de journaliste, le contractant doit obtenir tous les droits requis pour réaliser une reproduction sur support papier des articles de presse et

la partager avec la Commission. De même, la Commission doit pouvoir stocker ces reproductions pour une durée illimitée.

Lorsque le contenu et les paquets du résumé et des photos incluent l'utilisation des ressources naturelles, de la voix ou de l'image des personnes identifiables, l'entrepreneur doit obtenir les déclarations nécessaires de ces personnes (ou des deux parents ou des personnes exerçant l'autorité parentale dans le cas des mineurs) où ils donnent leur autorisation pour l'utilisation décrite de leur image ou de la voix, tel que prévu dans les conditions du contrat, le cas échéant. Pour les mineurs qui ont atteint l'âge du jugement la signature de l'enfant est également requis si cela est prévu dans les dispositions légales de leur pays.

Lorsque les participants d'événements seront photographiés, filmés, ou ont leur voix enregistrée, le contractant veillera à ce que les formulaires d'autorisation appropriés sont signés à l'avance.

Le contrat-cadre prévoit des dispositions détaillées sur la cession ou la licence de droits (voir articles II.13 et I.10) ainsi que les obligations du contractant de respecter les droits de propriété intellectuelle.

### **3. VOLUME DU MARCHÉ**

Le budget pour le présent appel d'offres est d'un maximum de **1,000,000.00 EUR** sur quatre ans, indexation estimée incluse et hors TVA.

En vertu de l'article 134, paragraphe 1, point e), et de l'article 134, paragraphe 4, du règlement délégué (UE) 2015/2462 de la Commission du 30 octobre 2015 modifiant le règlement délégué (UE) n° 1268/2012 relatif aux règles d'application du règlement (UE, Euratom) n° 966/2012 du Parlement européen et du Conseil relatif aux règles financières applicables au budget général de l'Union, le pouvoir adjudicateur peut recourir à une procédure négociée pour l'attribution de nouveaux services consistant en la répétition de services similaires confiés au titulaire du marché initial. Cette procédure ne peut être appliquée que pendant les trois ans qui suivent la conclusion du marché initial.

### **4. CADRE CONTRACTUEL**

Les services décrits précédemment font l'objet d'un contrat-cadre conclu entre la Commission européenne (Représentation en France) et l'attributaire du marché. Le projet de contrat-cadre est joint à l'annexe II de l'invitation à soumissionner.

Le soumissionnaire rédigera son offre en tenant compte des dispositions de ce projet de contrat-cadre, et notamment des points suivants:

Article I.5	Prix
Article I.6	Modalités de paiement
Article I.10	Exploitation des résultats du contrat-cadre
Article II.4	Exécution du contrat-cadre
Article II.4.2	Respect des exigences minimales, parmi lesquelles les obligations applicables en vertu du droit environnemental, social et du travail
Article II.13	Droits de propriété intellectuelle
Article II.21	Paielements et garanties

## **5. SOUMISSION DES OFFRES**

L'offre du soumissionnaire doit comprendre tous les documents requis dans la liste figurant à l'annexe IV, partie A. La partie B de l'annexe IV dresse la liste des éléments à fournir sur demande ultérieurement.

## **6. OFFRE TECHNIQUE**

Les soumissionnaires incluront dans leur dossier une offre technique détaillant la manière dont ils entendent exécuter toutes les tâches qui font l'objet du marché, en respectant toutes les obligations imposées par le cahier des charges.

La structure de l'offre technique doit suivre celle de l'objet du marché (cf. point 2 du présent cahier des charges).

L'offre technique du soumissionnaire devra comprendre:

1. Une description de l'approche méthodologique proposée pour mener à bien les tâches décrites dans le contrat-cadre et le cahier des charges du présent appel, y compris des mesures qui seront mises en œuvre pour une exécution efficace et rentable tout au long du contrat-cadre et mesures de contrôle de qualité (analyse SWOT des messages, contenus, outils et canaux de communication);
2. la composition de l'équipe projet avec notamment, une présentation explicite des collaborateurs qui seront impliqués directement et régulièrement sur le compte, leurs rôles précis, leurs degrés d'intervention respectifs (jours hommes / mois) selon le niveau de responsabilité;
3. Les méthodes et outils de travail envisagés pour le travail de relations médias en général, et de relations avec les médias audiovisuels en particulier. Le candidat précisera les prestations qui seront sous-traitées.
4. Les modalités d'échanges et de rencontres envisagées dans le cadre de la collaboration.
5. Trois recommandations stratégiques pour valider la force de conseil et la créativité, en accord avec les enjeux sur la table (cf. point 1 et 2 du présent cahier de charges), qui prendra la forme de trois études de cas sur deux thèmes précis (cf Annexe 1bis)

Seules les offres techniques répondant à toutes les exigences techniques minimales, figurant dans le cahier des charges, seront considérées comme conformes et seront donc évaluées.

En participant à cet appel, le soumissionnaire déclare que son offre est conforme aux obligations applicables en vertu du droit environnemental, social et du travail définies par la législation de l'Union, les législations nationales et les conventions collectives, ainsi que par les dispositions internationales en matière de droit environnemental, de droit social et de droit du travail énumérées à l'annexe X de la directive 2014/24/UE (obligatoire).

L'offre technique sera évaluée en fonction des critères d'attribution relatifs à la qualité exposés au point 9 du présent cahier des charges.

## **7. OFFRE FINANCIÈRE**

L'offre financière doit être présentée sur le formulaire joint à l'annexe V, qui doit être dûment daté et signé. Les tableaux de prix longs et/ou complexes doivent être établis au format Excel et les soumissionnaires devront également les fournir sur CD, DVD ou clé USB.

Le prix doit être fixe et exprimé en euros, y compris pour les pays qui ne font pas partie de la zone euro.

Le prix doit être forfaitaire et couvrir tous les coûts liés à l'exécution du marché tel que décrit plus haut.

## **8. CRITÈRES D'EXCLUSION ET DE SÉLECTION**

Le respect des critères d'exclusion et de sélection sera évalué de la manière suivante:

Lors de la phase de soumission des offres, les soumissionnaires devront fournir les documents suivants:

- la déclaration sur l'honneur, dûment datée et signée, relative aux critères d'exclusion et de sélection définis à l'annexe III, ainsi que les pièces justificatives correspondant aux mesures correctrices, le cas échéant.

Dans le cas des offres conjointes, tous les opérateurs économiques participant à l'offre doivent fournir une déclaration sur l'honneur relative aux critères d'exclusion et de sélection.

Lorsqu'une offre prévoit le recours à la sous-traitance, le soumissionnaire présente une déclaration sur l'honneur séparée relative aux critères d'exclusion et de sélection, dûment datée et signée par chaque sous-traitant connu dont les tâches représentent plus de 30 % des tâches du contrat-cadre ou qui aide à répondre aux critères de sélection.

- la liste de contrôle des documents à fournir à l'annexe IV dûment complétée, accompagnée des pièces justificatives requises en réponse aux questions figurant dans la partie A (voir les mesures correctrices).

Les autres pièces justificatives figurant dans la partie B de l'annexe IV pourront être requises ultérieurement par le pouvoir adjudicateur.

### **8.1. Critères d'exclusion**

Les offres présentées par les soumissionnaires ne remplissant pas les conditions relatives aux critères d'exclusion énoncés aux articles 106 et 107 du règlement financier<sup>2</sup> ne seront pas prises en considération pour l'attribution du marché.

Après l'attribution du contrat, l'attributaire sera tenu de fournir les justificatifs repris à la Section VI de la déclaration sur l'honneur (Justificatifs sur demande) avant la signature du contrat et dans le délai fixé par le pouvoir adjudicateur. Cette obligation s'applique à chaque membre du groupe en cas d'offre conjointe et à tous les sous-traitants connus dont les tâches représentent plus de 30 % des tâches du contrat ou qui aident à répondre aux critères de sélection.

<sup>2</sup> Règlement (UE, Euratom) 2015/1929 du Parlement européen et du Conseil du 28 octobre 2015 modifiant le règlement (UE, Euratom) n° 966/2012 relatif aux règles financières applicables au budget général de l'Union - <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/HTML/?uri=CELEX:32015R1929&from=FR>

## 8.2. Critères de sélection

Le soumissionnaire doit démontrer qu'il dispose de capacités juridiques, réglementaires, économiques, financières, techniques et professionnelles suffisantes pour exécuter les tâches décrites au point 2 du présent cahier des charges.

Un opérateur économique peut, si nécessaire et pour un marché déterminé, recourir aux capacités d'autres entités pour satisfaire aux exigences requises en matière de capacité économique, financière et technique, quelle que soit la nature juridique de ses rapports avec elles (sous-traitant, société parente, tiers). Dans ce cas, il doit prouver au pouvoir adjudicateur qu'il disposera des moyens nécessaires à l'exécution du marché, par exemple en produisant un engagement de ces entités de mettre leurs ressources à sa disposition (voir point 8.3 ci-dessous).

Si les moyens financiers sont fournis en totalité ou en majeure partie par un tiers, le pouvoir adjudicateur peut exiger que cette entité signe le contrat-cadre ou qu'elle constitue un cautionnement solidaire appelable à première demande, au cas où l'offre concernée remporterait le marché.

Le pouvoir adjudicateur peut exonérer un soumissionnaire de l'obligation de produire les preuves documentaires, si ces preuves ont déjà été présentées aux fins d'une autre procédure de passation de marché, et pour autant que les documents en question n'aient pas été délivrés plus d'un an auparavant et qu'ils soient toujours valables à la date de leur demande. Dans ce cas, la date et la référence de la procédure doivent être indiquées.

### a) Capacité légale et réglementaire

Le soumissionnaire fournira un formulaire «Entité légale» (FEL) et un formulaire «Compte bancaire» (FCB) dûment complétés et signés, accompagnés des annexes requises. Ces formulaires sont disponibles aux adresses suivantes:

[http://ec.europa.eu/budget/contracts\\_grants/info\\_contracts/legal\\_entities/legal\\_entities\\_fr.cfm](http://ec.europa.eu/budget/contracts_grants/info_contracts/legal_entities/legal_entities_fr.cfm)

[http://ec.europa.eu/budget/contracts\\_grants/info\\_contracts/financial\\_id/financial\\_id\\_fr.cfm](http://ec.europa.eu/budget/contracts_grants/info_contracts/financial_id/financial_id_fr.cfm)

Pour les offres conjointes, le FEL doit être fourni par chaque entité participante, alors que le FCB n'est requis que pour le chef de file.

Les soumissionnaires qui sont déjà enregistrés dans le système comptable du pouvoir adjudicateur (càd qu'ils ont déjà été contractants directs) doivent fournir les formulaires "Entité légale" et "Compte bancaire" mais pas les documents justificatifs.

### b) Capacité financière et économique

La preuve de la capacité économique et financière doit être apportée au moyen des documents suivants:

- une déclaration concernant le chiffre d'affaires global des deux derniers exercices financiers, avec un minimum de 300.000 euros par an. Cette déclaration peut reprendre le chiffre d'affaires global des partenaires en cas d'offre conjointe ou offre avec sous-traitance
- bilans ou extraits de bilans des deux derniers clos, si la publication des bilans est prescrite par le droit des sociétés du pays où l'opérateur économique est établi.

Si, pour une raison exceptionnelle que le pouvoir adjudicateur estime justifiée, le soumissionnaire n'est pas en mesure de produire les références demandées, il est autorisé à prouver sa capacité économique et financière par tout autre moyen jugé approprié par le pouvoir adjudicateur (attestation d'assurance couvrant les risques professionnels, plan d'affaires pour les entités récemment créées, etc.).

En tout état de cause, cette raison exceptionnelle et sa justification doivent, au minimum, être portées dans l'offre à la connaissance du pouvoir adjudicateur. La Commission se réserve le droit de demander tout autre document lui permettant de vérifier la capacité économique et financière du soumissionnaire.

Tout soumissionnaire présentant un conflit d'intérêt professionnel qui risquerait d'influencer l'exécution du contrat-cadre peut être exclu au motif qu'il ne satisfait pas aux critères de sélection relatifs à la capacité professionnelle.

- Critère n° 1:

Expérience professionnelle pour des services analogues: le soumissionnaire doit prouver son expertise reconnue dans le métier spécifique du conseil en relations médias et de l'influence dans le secteur institutionnel (public et/ou parapublic).

En guise de preuve, le soumissionnaire doit fournir au moins deux exemples de projets récents en matière de relations médias (action ponctuelle ou campagne RP), qu'il a réalisés pour le compte de client(s) du secteur institutionnel (public ou parapublic), démontrant sa capacité à mener à bien des projets d'envergure similaire dans ledit domaine. Les exemples devront être présentés sur support libre, intégrant notamment:

- Une brève description du contexte
- Un résumé du dispositif recommandé et du plan d'action déployé
- Un résumé des ressources humaines affectées au projet
- Un bilan synthétique des résultats obtenus
- Une courte synthèse des difficultés rencontrées

- Critère n° 2:

Ressources humaines nécessaires pour exécuter le marché en France, conformément aux bonnes pratiques professionnelles:

- Excellentes connaissances du fonctionnement des institutions européennes et du milieu européen (médias, associations, think tank etc.)
- Langues : français et compréhension au moins passive de l'anglais oral et écrit, niveau C1, voir <https://europass.cedefop.europa.eu/fr/resources/european-language-levels-cefr>

Au minimum, l'équipe en charge du projet sera constituée des profils chargés des fonctions suivantes:

- Consultant senior ou Directeur de clientèle, avec une expérience d'au moins 5 années dans la pratique des relations médias, chargé(e) de pilotage quotidien de la relation client, de la coordination et gestion de l'équipe de consultants, de l'établissement des mémos stratégiques et des plans d'action (force de proposition), de la participation aux réunions COPIL,

- Consultant(s) RP/influence et/ou dédié(e)(s) aux médias audiovisuels, avec une expérience d'au moins 5 années dans la pratique des relations médias, chargé(e)(s) de la rédaction des communiqués / dossiers de presse, de la conception des fichiers presse et fiches journalistes, de l'identification ou éveil des opportunités de prise de parole, de l'organisation des conférences de presse (recherche de lieux, logistique) et l'accompagnement des speakers si nécessaire; assurer le contact journalistes / influenceurs et les relances; tenir un reporting, créer des press books, etc.; assurer une veille média et institutionnelle,
- Directeur/Directrice conseil, chargé(e) des tâches suivantes : accompagner le lancement de la collaboration; intervenir en conseil stratégique sur des campagnes et événements clés, ou sur des sujets sensibles/ gestion de crise; participer aux réunions COPIL.

À titre de preuve, le soumissionnaire précisera le niveau d'étude et les qualifications des personnes responsables de la prestation des services demandés dans le cadre du présent appel d'offres (CV), ainsi que du personnel de gestion. Chaque CV joint doit mentionner la fonction envisagée aux fins de la prestation des services et indiquer le niveau de langue de la personne (voir <https://europass.cedefop.europa.eu/fr/resources/european-language-levels-cefr>)

- Critère n° 3:

Ressources techniques nécessaires pour exécuter le marché, conformément aux bonnes pratiques professionnelles:

Les infrastructures et les équipements disponibles doivent inclure, au minimum, les éléments suivants:

- l'infrastructure nécessaire au bon fonctionnement d'une agence de presse

En guise de preuve, le soumissionnaire fournira une description détaillée de l'agence.

### **8.3.Exigences supplémentaires pour les offres conjointes et les offres prévoyant le recours à la sous-traitance**

Veuillez-vous reporter à la liste de contrôle des documents à fournir (voir annexe IV).

Tout changement dans la composition du groupe d'opérateurs économiques au cours du processus de passation de marché (après soumission de l'offre) est limité à des circonstances exceptionnelles (par exemple, une prise de contrôle) et doit être approuvé par la Commission.

Tout changement de sous-traitant au cours du processus de passation de marché (après soumission de l'offre) sera soumis à l'accord de la Commission.

La Commission demandera le changement d'un membre du groupement ou d'un sous-traitant si celui-ci se trouve dans une situation d'exclusion ou ne répond pas à un critère de sélection spécifique.

## 9. CRITÈRES D'ATTRIBUTION

Les offres présentées par des soumissionnaires ne satisfaisant pas les critères d'exclusion ou de sélection ne seront pas prises en considération pour l'attribution du marché.

*Les aspects relevant des critères d'exclusion ou de sélection ne peuvent en aucun cas être examinés dans le cadre des critères d'attribution. Par exemple, les critères d'attribution ne peuvent pas traiter des compétences, des ressources, de l'expertise, de l'expérience et des connaissances, qui relèvent tous des critères de sélection.*

Le contrat-cadre sera attribué au soumissionnaire qui aura présenté l'offre économiquement la plus avantageuse.

### 9.1.Évaluation technique

L'offre technique qui doit figurer dans la soumission (voir point 6) sera évaluée de la manière suivante:

Critère d'attribution relatif à la qualité	Explication de la portée du critère	Nombre de points maximal par critère (pondération)	Minimum à atteindre (au moins 50 % par critère et 60 points au total)
Critère d'attribution n° 1 : Qualité de l'approche méthodologique	Ce critère évalue la pertinence des outils et de la procédure, notamment en matière de gestion de la collaboration, de relations avec les journalistes (en particulier pour les médias audiovisuels), des rapports et de l'évaluation des résultats, ainsi que l'efficacité de la méthodologie proposée et la clarté et le niveau de détail de l'offre ainsi que la couverture de tous les services repris dans le cahier des charges.	50	25
Critère d'attribution n°2: Qualité et pertinence des "études de cas" de l'annexe VI	Ce critère évalue la qualité et la pertinence du traitement, par le soumissionnaire, des études de cas (voir annexe VI) au regard des services à fournir; ainsi que la pertinence et la crédibilité du calendrier et du plan de travail proposé.	30	15
Critère d'attribution n°3: Qualité des mesures prises pour assurer un niveau de performance élevé et continu tout au long de la durée du contrat, y compris organisation du travail et des mesures de contrôle de qualité.	Ce critère évalue - la répartition des tâches entre les membres de l'équipe: rôle et responsabilités de chacun des membres, continuité du service, dialogue avec les institutions du Partenariat stratégique (COPIL) et les personnes chargées des relations presse, calendrier et modalités de livraison, avec indication des étapes de validation par les membres du COPIL - le système de contrôle de qualité effectué vis-à-vis du service visé dans le présent cahier des charges en matière de qualité des résultats et de continuité du service. Le système de qualité doit être détaillé et adapté aux tâches à accomplir. Un système de qualité trop général obtiendra une note faible. -L'offre technique doit être conforme aux plus récentes normes de qualité professionnels dans le domaine et doit décrire les mesures que les soumissionnaires entendent appliquer afin d'assurer que leurs pratiques de travail soient en ligne avec les progrès technologiques normaux dans le domaine.	20	10
<b>Total</b>		100	60



Le résultat de l'évaluation technique est la somme des points obtenus lors de l'évaluation de chaque critère. Seules les offres ayant obtenu au moins 50 % pour chaque critère et une note totale d'au moins 60 points seront prises en considération pour l'attribution du marché.

## 9.2.Évaluation financière

Aux fins de l'évaluation financière, le soumissionnaire doit utiliser le(s) tableau(x) type(s) figurant à l'annexe V.

Toute omission ou modification apportée au(x) tableau(x) original/aux peut entraîner la nullité de l'offre.

Aux fins de l'évaluation et de la comparaison des offres financières, la Commission utilise un prix de référence: un prix de référence des différents services tel que calculé dans le tableau prévu à cet effet de l'annexe V.

## 9.3.Attribution du marché

Le marché sera attribué à l'offre atteignant le score le plus élevé après application de la formule suivante:

Note de l'offre X	=	Prix de référence le moins élevé	*	Note qualitative globale (sur 100) pour l'ensemble des critères de l'offre X
		Prix de référence de l'offre X		