



**COMMISSION EUROPÉENNE**  
DIRECTION GÉNÉRALE DE LA COMMUNICATION

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

## **ANNEXE V A L'INVITATION A SOUMISSIONNER**

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

**APPEL D'OFFRES OUVERT**

**PO/2016-09/PAR**

**Seul ce formulaire peut être utilisé pour l'offre de prix.  
Il doit être dûment complété, daté et signé.**

- **Un seul montant hors TVA doit être indiqué dans chaque case.**
- **Aucun commentaire ne peut accompagner le prix proposé.**
- **Chaque case doit être complétée**

**UNE OFFRE DE PRIX NE REMPLISSANT PAS L'UNE OU L'AUTRE DE  
CES CONDITIONS POURRAIT ETRE CONSIDEREE COMME NON-  
CONFORME, ET L'OFFRE POURRAIT ETRE REJETEE.**

### **OFFRE DE PRIX CORRESPONDANT À TOUTES LES SPÉCIFICATIONS**

<b>N°</b>	<b>DESCRIPTION</b>	<b>PRIX FORFAITAIRE EN € POUR LE CONTRAT  HORS TVA</b>
<b>A</b>	<b>CONSEIL</b>	
A.1.	<b><i>Conception de la stratégie de relations média :</i></b> Elaboration d'une recommandation annuelle, par exemple : <b>1 présentation powerpoint de + ou - 50 slides comprenant :</b> - les axes de communication et les angles associés avec les porte-parole correspondants - un plan d'actions à 6 mois avec un calendrier de marronniers et événements identifiés comme prises de parole potentielles - la définition des cibles médias -etc	
A.2	<b><i>Conseil continu :</i></b> Par exemple, <b>1 note stratégique</b> de 1 à 4 pages pour une action particulière comprenant : - les objectifs, - les messages clés, - les cibles, - la mécanique proposée - un calendrier -etc	
<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</p> <p>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	<p>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 :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- d'<b>1 ordre du jour</b></li> <li>- d'<b>1 compte-rendu de réunion</b> avec les "next steps" et la répartition de l'attribution des actions</li> </ul>	
<b>C</b>	<b>OUTILS DE RELATIONS MEDIAS</b>	
C.1	<p><b>Dossier de presse (+ ou - 8 pages)</b></p> <p>La prestation inclut :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Rédaction des contenus seuls</li> <li>- Option : Création/design original (soit pdf HD pour impression soit html pour diffusion par courriel)</li> <li>- Coordination des opérations de création, impression, reliure et routage des dossiers de presse (hors frais technique)</li> </ul>	
	<b>Accompagnement à la qualité des Bases de données médias déjà existentes</b>	
C.2	<b>1 fichier global</b> de + ou – 400 journalistes	
C.3	<b>1 fichier ciblé</b> par operation	
C.4	<p><b>Communiqué(s) de presse (1 à 2 pages)</b></p> <p>La prestation inclut :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Rédaction du contenu seul</li> <li>- Option : Création/design original (soit pdf HD pour impression soit html pour diffusion par courriel)</li> <li>- Diffusion par courriel et relances post-envoi du CP et/ou DP</li> </ul>	
<b>D</b>	<b>CONFERENCE DE PRESSE (30-50 journalistes)</b>	
D.1	<p>La prestation inclut :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Rédaction et diffusion d'<b>1 « save the date »</b> par courriel</li> <li>- Rédaction et diffusion d'1 invitation par courriel</li> <li>- Option : Création/design original (soit pdf HD pour impression soit html pour diffusion par courriel)</li> <li>- Relances des journalistes, gestion des inscriptions et calage d'interviews</li> </ul>	

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 pïge ; 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 mediatraining	
<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 : - un récapitulatif des actions prises en charge, des outils créés, des interviews calées... - les résultats : nombre de retombées – qualification des retombées (proactives, réactives, dédiées, citations...) - un pressbook des retombées	
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: > récapitulant l'ensemble des actions prises en charge: - les outils créés, - les interviews calées > analysant les résultats : - le nombre de retombées - la qualification des retombées (proactives, réactives, dédiées, citations...) > un pressbook des retombées > les réflexions et pistes de recommandation pour l'année suivante	

Pour le calcul du prix de référence qui sera utilisé pour l'évaluation de votre offre, merci de compléter le tableau des pages suivantes.

N°	DESCRIPTION	QUANTITE DE REFERENCE	PRIX
		Ces quantités sont fixées sur base d'une hypothèse théorique de prestations pendant une année	Appliquer le tarif de votre offre de prix du premier tableau de l'annexe V à la quantité de référence de la colonne "quantité de référence"
<b>A.</b>	<b>CONSEIL</b>		
A.1	<b>Conception de la stratégie de relations média</b> Elaboration d'une recommandation annuelle, par exemple : <b>1 présentation powerpoint de + ou - 50 slides comprenant :</b> - les axes de communication et les angles associés avec les porte-parole correspondants - un plan d'actions à 6 mois avec un calendrier de marronniers et événements identifiés comme prises de parole potentielles - la définition des cibles médias - etc	1	
A.2	<b>Conseil continu</b> Par exemple, <b>1 note stratégique</b> de 1 à 4 pages pour une action particulière comprenant : - les objectifs, - les messages clés, - les cibles, - la mécanique proposée - un calendrier - etc	5	
<b>B</b>	<b>COORDINATION DE LA COLLABORATION</b>		
B.1	Elaboration et suivi d' <b>1 tableau de rétroplanning d'actions</b> sur 6 mois Par exemple, 1 tableau Excel avec : - les CPs planifiés et les étapes de mise en œuvre "timées" : remise des éléments d'information, rédaction, validations, mise en page, diffusion, relances... - la conférence de presse et les étapes d'organisation, de production de contenus... - le dossier de presse et les étapes de mise en œuvre - les réunions de coordination mensuelles - les conférences téléphoniques hebdomadaires par "action remarquable" - etc	2	

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	11	
<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)	2	
	<b>Accompagnement à la qualité des Bases de données médias déjà existantes</b>		
C.2	<b>1 fichier global</b> de + ou – 400 journalistes	1	
C.3	<b>1 fichier ciblé</b> par opération	8	
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	8	
<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	1	
D.2	Option : Coordination des opérations de création, impression et routage de <b>300 invitations</b> (hors frais technique)	1	
	<b>Contenus</b>		
D.3	<b>1 support/conducteur de prise de parole</b> durant la conférence (data, chiffres, visuels...)	1	



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	1	
	<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	1	
D.6	Coordination des opérations logistique en lien avec le lieu choisi (catering, montage-démontage)	1	
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	1	
	<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	1	
<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 / briefing</b> 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	10	
<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...	1	

<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	1	
<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>	1	
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	1	
<b>I</b>	<b>REPORTING &amp; BILANS</b>		
I.1	<b>1 reporting d'activités hebdomadaire</b>	52	
I.2	<b>1 bilan pour 1 action remarquable</b> Par exemple, un document powerpoint pour chaque action remarquable (conférence, événement...), comprenant : - un récapitulatif des actions prises en charge, des outils créés, des interviews calées... - les résultats : nombre de retombées – qualification des retombées (proactives, réactives, dédiées, citations...) - un pressbook des retombées	1	
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	12	
I.4	<b>1 bilan annuel</b> Par exemple, un document powerpoint: > récapitulant l'ensemble des actions prises en charge: - les outils créés, - les interviews calées > analysant les résultats : - le nombre de retombées - la qualification des retombées (proactives, réactives, dédiées, citations...) > un pressbook des retombées > les réflexions et pistes de recommandation pour l'année suivant	1	

	<b>TOTAL</b>	<i>Il s'agit de l'addition simple de tous les prix calculés dans les dernières colonnes</i>	
--	--------------	---	--

**NOM DU SOUMISSIONNAIRE :**

**DATE :**

**SIGNATURE :**