

TERMES DE RÉFÉRENCE POUR L'ORGANISATION D'UNE CAMPAGNE DE COMMUNICATION AUTOUR DE LA JOURNÉE SANS VOITURE ET LA MOBILITÉ ACTIVE À SFAX ET À CHIHIA DANS LE CADRE DU PROJET MAIS

Code budget : C24064

Projet : MAIS

Rubrique d'imputation : 5.7.5 (60%) ; 5.7.6 (40%)

Introduction

L'Association MedCités/MedCities est une association de villes, siégeant à Barcelone, consacrée au développement urbain durable en Méditerranée. Elle est constituée par 81 communes et unions de villes de dix-sept états différents et met en œuvre des projets dans les domaines de la planification stratégique urbaine, des services urbains et de l'environnement, du développement social et économique local, ainsi que des activités de formation, d'aide technique et de capitalisation des bonnes pratiques. Le réseau a été créé en 1991 et, depuis lors, il a mené des dizaines de projets au sein des villes méditerranéennes.

Le projet « MAIS: Mobilité Active et Intelligente à Sfax » est coordonné par la Municipalité de Sfax et implémenté sur le territoire de la ville de Sfax et de Chihia (Tunisie) en coopération avec la Municipalité de Chihia et l'Association MedCités. Le projet est financé par l'Union Européenne et compte sur des contributions du Gouvernement de Catalogne, de la GIZ et de la compagnie Taparura. Il vise à favoriser la transition des villes de Sfax et de Chihia vers le développement urbain vert et résilient face au changement climatique, à travers d'une mobilité urbaine durable contribuant aux engagements nationaux en matière d'économie d'énergie et de promotion des énergies renouvelables et aux engagements internationaux (Agenda ODD 2030).

Le projet «MAIS : Mobilité Active et Intelligente à Sfax » vise à favoriser la transition des villes de Sfax et de Chihia vers le développement urbain vert et résilient face au changement climatique, à travers d'une mobilité urbaine durable contribuant aux engagements nationaux en matière d'économie d'énergie et de promotion des énergies renouvelables et aux engagements internationaux (Agenda ODD 2030).

Le paquet 3 du projet MAIS se focalise sur la sensibilisation et le renforcement des capacités pour une mobilité durable à Sfax, un axe important pour compléter et accompagner l'implémentation des mesures innovatrices et qui doit faciliter l'acceptabilité et appui publique aux changements proposés par le projet.

Au sein du paquet 3, l'activité 3.5 propose l'organisation annuelle de journées sans voiture dans les deux communes partenaires dans le but de rendre visibles les alternatives aux modes motorisés.

L'organisation de cette activité et la campagne de communication associée doit se faire en cohérence avec l'identité visuelle du projet ainsi que la stratégie de communication du projet. Cette documentation est la base du travail de conceptualisation et préparation des campagnes et actions individuelles de communication du projet afin d'assurer la cohérence de l'ensemble.

1. Objectif

L'objectif de cette prestation de services est l'organisation d'une campagne de communication autour de la journée sans voiture et la mobilité active à Sfax et à Chihia dans le cadre du projet MAIS.

2. Portée des services

La portée et les caractéristiques des services sont les suivantes :

Le présent marché vise à conceptualiser, préparer et organiser des activités de mobilisation et de communication vers le grand public autour du thème de la mobilité durable et active (promotion de l'utilisation du vélo et de la marche à pied, sensibilisation autour des alternatives à la voiture, nouvelles infrastructures en faveur de la mobilité active dans le Grand Sfax, sécurité routière et inclusions sociale à travers d'une mobilité sécurisée, entre autres). Et ce pour la ville de Sfax et la ville de Chihia autour d'une date d'allure internationale :

- **La journée sans voitures (JSV)** organisée par les communes de Sfax et de Chihia depuis 2023 autour de la journée du 22 septembre et qui s'inspire des journées européennes sans voitures célébrées dans de centaines de villes depuis les années quatre-vingt-dix et qui actuellement s'encadre dans l'événement connu comme Semaine Européenne de la Mobilité Durable. L'organisation de ces journées implique notamment l'interdiction de circuler en véhicule privé motorisé dans certaines zones des centres-villes et constitue ainsi un moment fort de sensibilisation autour des alternatives et autres modes de transport plus durables (tels que la mobilité piétonne et la mobilité douce).

L'on **vise à toucher 200.000 personnes dans le Grand Sfax** (Sfax, Chihia et autres communes limitrophes). Nous définissons les public cibles priorités (voire plus en bas).

Le présent marché est composé de deux principales missions :

B.1. Conceptualisation du programme d'activités

La Journée Sans Voitures est le rendez-vous de plusieurs manifestations publiques autour de la mobilité active et la marche à pied. Depuis 2022, les communes de Sfax et de Chihia ont relancé une démarche qui est internationale et qui relie des centaines des villes au monde autour de la journée du 22 septembre. Cette année, les communes proposent d'organiser une série d'actions la longue de la semaine du 22 septembre.

L'un des aspects le plus caractéristiques des JSV est la coupure partielle du trafic de véhicules motorisés dans le centre-ville pendant une durée déterminé (normalement la journée). Cette altération de la circulation normale est une opportunité pour :

- Visibiliser d'autres modes de transport moins polluants ;
- Sensibiliser le grand public sur les effets négatifs de la motorisation et les effets positifs de l'espace public à disposition des personnes ;
- Rendre visibles les projets et réalisations de la commune autour du sujet ;
- Mobiliser les acteurs de la ville impliqués dans la démarche vers une mobilité urbaine plus durable (zone stands des associations).

Les communes organisent d'autres activités telles que : des balades à pied et à vélo, des ateliers et actions informatives autour de la bonne utilisation du vélo, séances de sécurité routière, espaces-jeux pour les enfants, concerts et activités ludiques sur la voie publique normalement occupée par les véhicules motorisés, entre autres. Le programme pour les JSV de 2025 pour les deux villes sera défini dans les prochains mois.

Les objectifs des actions communicatives quant aux deux JSV sont :

- a. Amplifier la portée des messages clés de la JSV et rendre l'événement plus connu comme un moment fort de l'année de mobilisation en faveur de la mobilité urbaine durable et des espaces publics occupés davantage pour les personnes ;
- b. Promouvoir une majeure participation des groupes ciblés aux différents activités proposées par le programme des JSVs ;
- c. Renforcer la visibilité des projets de chaque commune en matière de promotion de la mobilité urbaine durable, avec spéciale attention aux projets pilotes et résultats attendus dans le cadre du projet MAIS ;
- d. Créer des espaces de mobilisation et visibilité des acteurs de la Société Civile engagés en matière de promotion de la mobilité durable.

Les groupes ciblés particulièrement par les JSVs sont : Les citoyens et citoyennes de Sfax et de Chihia, et du grand Sfax ; b. Les jeunes et écoliers de Sfax et de Chihia ; Les organisations de la société civile de Sfax et de Chihia ; Les médias locaux de Sfax et de Chihia.

Les actions communicatives autour des JSV doivent inclure des actions offline et online, avec au minimum :

- a. Campagne offline :
 - Production d'une (1) affiche avec le programme et la carte qui visualisera les coupures du trafic, la réorganisation du trafic et les activités proposées sur la voie publique, le slogan de la journée et principaux messages clés ;
 - Organisation d'au moins une action avec les médias (conférence de presse ou production matériel publiable par les médias locaux) ;
 - Organisation d'une action orientée vers les associations et acteurs de la ville impliqués dans l'éducation et sensibilisation pour une mobilité plus durable (zone de stands sur la voie publique coupée) ;
- b. Campagne en ligne :
 - Campagne Facebook d'au minimum 10 postes au total (page du projet MAIS au minimum) et qui commencera au moins 7 jours avant de l'événement ;
 - Organisation d'une activité en ligne de type concours ou jeux qui stimulera les interactions en ligne autour de la JSV (exemple : concours photo JSV ; concours de récits courts autour de la mobilité, ou autre) ;
 - Reportage photographique des activités (au moins 100 photos de haut qualité) et vidéo-montage d'une durée maximale d'1 minute.

- Production d'un article-reportage (2 pages) avec descriptif des activités, résultats et photos de chaque une des deux journées.

La campagne sera conceptualisée et organisée en collaboration avec l'autorité contractante et les communes respectives, et l'on tiendra en compte les réalisations et campagnes organisées les années précédentes autour de la même journée. L'identité visuelle du projet MAIS sera observé et respecté à tout moment. Cette identité comporte notamment un logo de projet, une palette de couleurs, des icônes de référence, des slogans et messages clés, etc. qu'il faudra utiliser toujours que possible.

Le livrable de la phase de conceptualisation sont :

1. La copie digitale de l'affiche reprenant les éléments et identité visuelle du projet, déclinables en format offline et online. Au moins deux versions différentes de l'affiche seront présentées pour faire le choix de la version finale.
2. Planning détaillé des activités prévues au niveau de la communication offline et online : qui inclura pour chaque activité-résumé des objectifs, publique cible, actions préparatoires prévues, actions principales, calendrier et résultats escomptés.

Cette note sera rédigée en français, 10 pages maximum, et sera rendu au plus tard 10 jours avant le début de la campagne.

B.2. Organisations de la campagne des Journée Sans Voitures de Sfax et Chihia

Une fois la proposition technique et le planning validés par l'autorité contractante, le prestataire prendra en charge la préparation et implémentation des activités proposées :

- Production des éléments offline de communication validés sous la phase de conceptualisation : au moins 2.000 copies des affiches de la JDV et affichage.
- Frais de logistique et productions nécessaires aux activités offline.
- Mise en place de la campagne en ligne suivant le planning validé.
- Collecte des données et informations de participation et impact afin de pouvoir réaliser un rapport sur les résultats, participation et impact de la campagne.

Le livrable de cette phase est en effet un rapport qui comprendra :

- Description de toutes les activités offline et online organisées, avec présentation des résultats au niveau de la participation, couverture médiatique et impact obtenu.
- Liste des acteurs impliqués (associations locales, acteurs privés, etc.) pendant la préparation et/ou implémentation des deux campagnes.
- Principales leçons apprises et recommandations pour des futures campagnes.
- En annexe, galerie photographique et pièces justificatives / preuves de réalisation des activités organisées.

Ce rapport d'activités sera rédigé en français, 15 pages maximum, et sera rendus 15 jours après la finalisation de la campagne.

3. Typologie du service, durée et lieu d'exécution

Ces termes de référence et la proposition gagnante définiront les conditions de la prestation en tant que contrat de prestation de services à partir de la notification d'engagement jusqu'au 30 septembre de 2025. Le service sera prêté au siège du prestataire et à Sfax et à Chihia.

Le service sera régi par la législation catalane, la législation espagnole et les cours et tribunaux de Barcelone.

4. Budget de base du service

Le budget maximum de la prestation demandée est de 10.000 € (toutes taxes comprises). Si l'adjudicataire à son domicile fiscal en Espagne, le montant maximum sera de 12.100 €, TVA comprise en vigueur à la date de publication de ces termes et conditions de référence, et qui est de 21 %.

Toute offre d'un montant supérieur à ce budget sera refusée.

Le budget doit inclure tous les frais que l'adjudicataire doit engager pour le bon accomplissement des prestations sollicitées comme, à titre général, les frais financiers, d'assurances, les transports et déplacements, les honoraires du personnel à sa charge, les frais de vérification et la prestation.

5. Prix du contrat et conditions économiques

Les coordonnées administratives de l'organe adjudicateur sont :

ASSOCIATION MEDCITIES ET/OU MEDCITÉS

C / 62, 16-18, EDIFICI B, ZONA FRANCA

08040 BARCELONA – CATALOGNE - ESPAGNE

VAT : ESG66401258

Le prix du contrat est celui qui est défini à l'adjudication, conformément à l'offre présentée.

1 facture doit être présentée avec le détail suivant :

- Facture : 100% du montant après validation de tous les livrables prévus.

L'offre et les factures doivent contenir au moins les informations suivantes :

- Nom fiscale complète et adresse fiscale complète du fournisseur
- Numéro d'identification fiscale du fournisseur
- Données complètes de MedCités
- Numéro de l'offre/facture
- Date de l'offre/facture
- Code budget et nom du projet indiqués dans l'en-tête de ce document
- Description des services à fournir/fournis
- Détail du montant des produits et des taxes (le cas échéant)

Le délai de paiement de la facture sera le suivant : virement bancaire environ 30 jours après la date de la facture (les coordonnées bancaires sont requises) et toujours après un rapport interne favorable émis par le Secrétariat général de MedCities à la fin du service.

Les prestataires de services devront assumer directement les impôts locaux et nationaux s'appliquant, sauf s'ils possèdent leur domicile fiscal en Espagne. Dans ce cas, la législation fiscale espagnole en vigueur en matière d'impôt sur le revenu des personnes physiques (IRPF) s'appliquera.

Les factures doivent être envoyées soit par la poste aux bureaux du Secrétariat général de MedCities ou, si elles sont au format numérique, à contact@medcities.org.

Les commissions bancaires provenant du paiement des factures seront prises en charge à parts égales (SHA selon la codification bancaire).

MedCities peut exiger au prestataire de services retenu toute l'information nécessaire quant à ses obligations en matière de paiement de ses cotisations à la Sécurité Sociale ou de ses impôts à l'administration fiscale.

Les prestataires hors UE seront tenus de présenter une attestation de résidence fiscale dans les 7 jours calendaires suivant l'attribution du service. Si le document susmentionné n'a pas été fourni à MedCities dans les 7 jours, le contrat peut être résilié.

6. Conditions de participation

Toutes les personnes physiques ou morales ayant la pleine capacité d'agir, ne faisant l'objet d'aucune interdiction de prestation de services, et pouvant démontrer leur solvabilité technique et leur expérience professionnelle peuvent proposer leurs services.

7. Clause de confidentialité

L'information à laquelle le prestataire de services retenu aura accès pour accomplir l'objectif de ce contrat doit être de nature confidentielle et elle ne peut être utilisée pour toute autre activité que celle prévue dans le présent contrat. Si une utilisation particulière de l'information génère des doutes quant au respect de cette clause de confidentialité, le prestataire de services retenu doit demander, dans tous les cas, le consentement de MedCities.

8. Paternité et propriété des travaux

La propriété et la paternité des travaux du service reviendront à MedCities. Toute utilisation ou mention dans des publications, articles, interviews, conférences, etc., dans n'importe quelle langue, doit faire l'objet d'une autorisation expresse de MedCities en sa qualité de propriétaire.

9. Résiliation du service

Le service pourra être résilié par l'une des parties pour toute raison objective avant la date stipulée au point 3 des présents termes et conditions de référence, avec un préavis d'un mois ou pour le motif décrit au dernier alinéa du point 4 des présents termes de référence.

10. Présentation de l'offre

L'offre doit être présentée à l'adresse électronique : contact@medcities.org

- Délai de présentation des offres : 10 jours ouvrables à partir de la date de ces termes et conditions de référence.
- Indiquer dans l'objet du courriel "Offre pour le service : ORGANISATION D'UNE CAMPAGNE DE COMMUNICATION AUTOUR DE LA MOBILITE ACTIVE A SFAX ET A CHIHIA DANS LE CADRE DU PROJET MAIS".
- L'offre présentée doit obligatoirement indiquer clairement : la raison sociale, l'adresse, le téléphone, le courrier électronique et le numéro d'identification fiscale (VAT) de l'entreprise candidate.

L'offre doit inclure l'ensemble des services et des conditions décrits aux points précédents. Indépendamment de la possibilité pour le candidat de joindre à son offre toute l'information complémentaire qu'il peut juger utile, cette information doit obligatoirement contenir la documentation suivante :

- La proposition économique : les candidats devront présenter une proposition économique en euros signée par eux-mêmes ou par leurs représentants. Les prix mentionnés devront inclure tout type d'impôt, de taxe ou prélèvement fiscal d'ordre européen, national, régional ou local, comme indiqué aux points 5 et 6 des présents termes et conditions de référence.
- Le CV du professionnel ou de l'entreprise et de l'équipe de travail, en indiquant des exemples de travaux similaires les plus significatifs déjà effectués, ainsi que les profils proposés et leur rôle pendant la préparation et implémentation des campagnes.
- Une note méthodologique qui contiendra, pour les 2 campagnes :
 - o Présentation des objectifs principaux des deux campagnes (avec spécifications pour Sfax et Chihia si besoin) et proposition de possibles messages clés / slogans, et descriptif des principales activités offline et online proposées.
 - o Présentation des cibles et résultats espérés pour chaque campagne (nombre de personnes que l'on touchera, leurs profils, engagements attendus en ligne) et méthode de comptabilisation des participants et de la couverture médiatique.
 - o Identification des principaux risques et mesures de mitigation proposées pour assurer les résultats, ainsi que des suggestions pour renforcer la portée du marché.

Dans le cas où des informations supplémentaires seraient nécessaires pour présenter l'offre, nous vous invitons à contacter MedCities en écrivant à l'adresse email contact@medcities.org. Seules les questions écrites sur les clarifications de la présentation des offres recevront une réponse.

MedCities peut demander des informations supplémentaires concernant la proposition si elle le juge approprié. Si tel est le cas, les propositions qui nécessitent des éclaircissements doivent recevoir une réponse dans un délai raisonnable établi par l'équipe d'évaluation.

11. Critères d'évaluation

L'offre la plus avantageuse devra être déterminée en tenant compte du rapport coût-efficacité de l'ensemble de la proposition. L'évaluation pourra tenir compte du rapport qualité-prix.

MedCités garantira l'égalité dans le traitement des personnes/entreprises candidates, et elle maintiendra les offres confidentielles.

L'identité de la personne/entreprise adjudicataire sera annoncée dans un délai de 5 jours ouvrables à partir de la date limite de présentation des offres.

Barcelone, 17 juin 2025

Josep CanalsMolina

Secrétaire général