



Agence de communication

NEXIUM

AGENCE NEXIUM

Nous sommes Nexium, une agence de communication basée à Grenoble, spécialisée dans la création de stratégies de communication innovantes et adaptées aux besoins spécifiques de nos clients. Grâce à notre ancrage local, nous comprenons parfaitement les enjeux culturels et économiques de la région, ce qui nous permet de concevoir des campagnes impactantes et en phase avec le public grenoblois.



Marion
Cheffe de projet



Sarah
Directrice de
communication



Aurélie
Directrice artistique



Romane
Conceptrice rédactrice



Moussa
Responsable financier

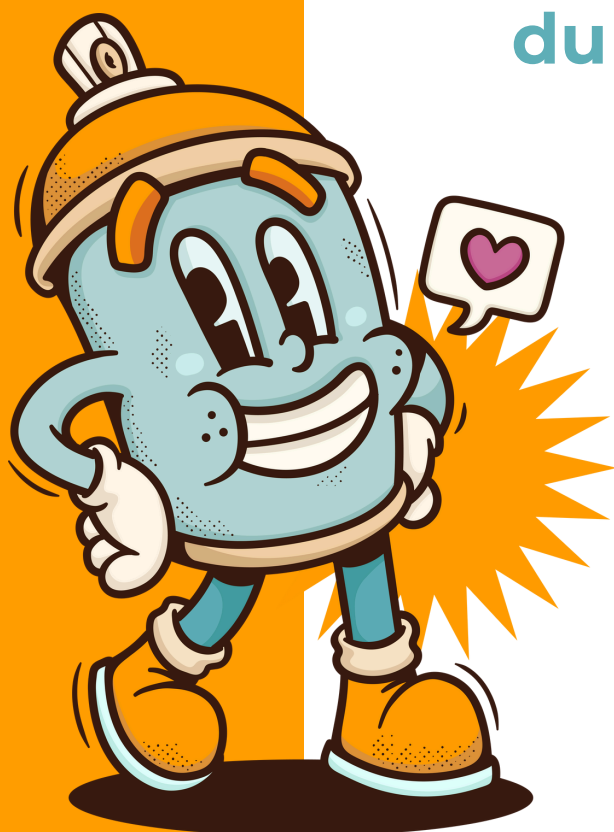


Benoit
Media planner

Dans le cadre de votre appel d'offre, notre agence de communication, Nexium, a souhaité créer une extension du Street Art Fest, pensée pour les enfants de 6 à 12 ans. Nous avons donc conçu un projet visant à initier les plus jeunes au Street Art et ainsi favoriser la transmission artistique via notre festival le Mini Street Art Fest. Nous avons imaginé une stratégie complète afin que vous vous projetiez dans notre proposition, tout en gardant les valeurs du Street Art Fest Grenoble Alpes.

mini
**STREET
ART
FEST!**

du 16 au 23 mai 2025



Agence de communication

NEXIUM



SOMMAIRE

01 **AUDIT**

08 **STRATÉGIE DE COMM**

17 **STRATÉGIE DES MOYENS**

22 **BUDGET**

26 **SOURCES**

AUDIT

• Présentation du Street Art Fest



Créé en 2015 et anciennement nommé “Grenoble Street Art Fest” jusqu’en 2018, le festival Street Art Fest Grenoble-Alpes est un festival d’art urbain qui se déroule dans Grenoble et son agglomération. Son objectif est de mettre en valeur des créations actuelles du street art. De fin mai jusqu’à fin juin, le festival accueille des artistes locaux et internationaux venant s’exprimer sur de nombreux supports urbains, que tout le monde peut venir observer à l’ouvrage. Les visiteurs ont le choix de circuler librement devant les fresques, ou d’assister à des visites guidées gratuites d’une heure trente, présentant les œuvres et les artistes dans Grenoble et ses alentours. Ces visites sont gratuites, mais l’inscription est obligatoire, avec une capacité de 20 places par visite. Les fresques des années passées sont quant à elles présentes sur un parcours guidé, en retraçant l’histoire des artistes et de leurs œuvres. Les graffitis sont tagués sur des bâtiments publics comme privés, avec accord des propriétaires et des autorités locales. Chaque année, une trentaine d’artistes internationaux sont invités à montrer leur art à plusieurs milliers de spectateurs.

Cet événement est le premier festival en Europe à montrer le street art dans toute sa globalité et sa pluralité de disciplines : fresques monumentales, fresques traditionnelles, collages, pochoirs, sculptures urbaines, installations, photographie, œuvres sur toile, œuvres numériques, anamorphoses, Street Art Naturel, vidéos....

En 2024, le festival a célébré sa 10^e édition, avec une trentaine de réalisations dans les 9 villes participantes : Grenoble, Saint-Martin-d’Hères, Seyssinet-Pariset, Meylan, Pont-de-Claix, Champ-sur-Drac, Fontaine, Vizille et Saint-Martin-Le-Vinoux.

Ce rendez-vous annuel a pour but d'inspirer et d'éduquer les jeunes comme les plus grands à ces expositions culturelles.

Chaque année, le festival réalise environ :

- 2 000 m² de surface peinte
- 30 murs monumentaux
- 10 murs de grande taille
- 27 murs de taille moyenne
- 42 petites surfaces
- 8 lieux d'exposition



À ce jour, près de 420 fresques ont été réalisées dans Grenoble et ses alentours.

Côté financement, des ateliers créatifs et des visites guidées sont proposés tout au long de l'année, souvent avec des frais de participation. Par exemple, les années passées, des ateliers de création de pochoirs ou de stickers étaient proposés, avec une inscription payante.

Mais le festival fait face à une baisse significative des subventions publiques, avec une diminution de 62 % entre 2023 et 2024, menaçant son avenir et faisant un appel aux dons.

• Présentation du Spacejunk Art Centers

Spacejunk Art Centers est une association et un réseau de centres d'art. Il contient deux centres d'art, un à Lyon et un à Grenoble, et c'est ce dernier qui organise le festival du Street Art Fest Grenoble-Alpes chaque année depuis 2015. Spacejunk Art Centers a été fondé en 2003 par Jérôme Catz et est dédié au Street Art, au Lowbrow mais aussi au Pop Surrealism. Tout au long de l'année, des expositions originales d'artistes issus de cultures émergentes sont proposées ponctuellement. De plus, 5 grandes expositions annuelles sont organisées sur Lyon et sur Grenoble, telles que le Street Art Fest Grenoble-Alpes mais aussi le Street Art Rillieux depuis 2022 à Lyon.

Aujourd'hui, Spacejunk Grenoble s'est imposé comme un des lieux culturels incontournables à Grenoble notamment grâce à la réputation du Street Art Fest. Tout au long de l'année, Spacejunk Grenoble propose des visites guidées des fresques réalisées lors du Street Art Fest afin de raconter l'histoire des artistes et des œuvres. Plusieurs partenaires les suivent tout long de l'année : la Ville de Grenoble, la Région Auvergne-Rhône-Alpes, l'agence web et com Cerf à Lunettes, la Furieuse, et le Service Civique.



• Analyse des concurrents

Afin de mieux définir l'identité du Mini Street Art Fest et son positionnement, nous avons analysé les festivals existants en France consacrés au street art et aux cultures urbaines.

Festivals pluridisciplinaires

- URBX (Lille) : Ce festival urbain, organisé sur près d'un mois, explore cinq disciplines : musique, danse, mode, street art et sport. Grâce à cette diversité, URBX attire un large public, mais son positionnement est davantage axé sur la culture urbaine globale que sur une initiation spécifique au street art.
- Roads Urban Festival (Orléans) : Organisé sur une journée, ce festival met en avant la culture urbaine au travers d'activités variées, telles que la mode streetwear, la musique, le sport et l'art urbain. Comme URBX, il se concentre sur la diversité des disciplines, sans cibler spécifiquement les jeunes enfants.

Festivals dédiés au street art

- Just Paint (Saint-Pôtan) : Ce festival, organisé sur quatre jours, transforme les espaces publics en galeries à ciel ouvert où les artistes créent en direct. Le concept repose sur l'interaction entre artistes et public, avec une forte dimension artistique mais peu d'actions éducatives destinées aux enfants.
- 240 Street (Val d'Oise) : Ce festival d'art urbain, organisé sur deux jours, combine des créations en plein air avec des activités complémentaires comme des DJ sets, des food trucks et des boutiques éphémères. Bien que dynamique, son format court ne cible pas les enfants en priorité.
- Street Art Magnac (Eauze), Shake Art (Saint-Brieuc), et Moûtiers Street Art Festival (Moûtiers) : Ces festivals mettent en avant des performances en direct et des œuvres de graffiti, parfois avec une portée internationale. Leur public principal est composé d'amateurs d'art urbain, sans initiatives dédiées spécifiquement à la jeunesse.

Festivals éducatifs ou participatifs

- Festival Plein Champ (Le Mans) : En plus des fresques réalisées en plein air, ce festival propose des ateliers, offrant une dimension pédagogique. Cependant, son positionnement reste généraliste et ne cible pas particulièrement les enfants comme le Mini Street Art Fest.
- Festi'street (Mens) : Ce festival, organisé par des collégiens, propose une approche participative intéressante, mais il s'adresse avant tout à un public adolescent.
- Les Nouveaux Ateliers (Port-de-Bouc) : Ce festival invite des artistes internationaux à réaliser des fresques en plein air. Bien que l'événement soit ouvert à tous, il ne propose pas d'initiatives spécifiques pour initier les jeunes enfants.



• Analyse des moyens de communication existants

Afin de vous proposer une stratégie de communication adaptée pour ce nouvel événement, nous avons analysé les moyens de communication déjà existants, c'est-à-dire : les réseaux sociaux de SpaceJunk Grenoble et du Street Art Fest, mais aussi le site internet, le print et la presse de ce dernier.

Réseaux sociaux : Spacejunk

- Pour commencer, nous avons remarqué que SpaceJunk était présent sur Instagram avec un compte à 2098 abonnés, sur lequel nous pouvons voir des photos des expositions en cours dans leurs locaux ainsi que des propositions d'ateliers créatifs.
- Enfin, cette association est également présente sur Facebook avec ici environ 5k abonnés. Sur ce compte on y retrouve le même contenu que sur Instagram, avec en plus des annonces de séances de dédicaces. Sur ces réseaux sociaux, Spacejunk est particulièrement actif puisqu'il publie du contenu environ tous les 2 jours.
- L'association ne possède pas de chaîne Youtube, mais elle est mentionnée dans beaucoup de vidéos sur le Street Art Fest.



Réseaux sociaux : Street Art Fest

- Le Street Art Fest est lui aussi présent sur Facebook, avec un compte à 19k abonnés sur lequel nous pouvons retrouver des photos des œuvres terminées ou en cours, des vidéos du processus de créations de certaines, des événements Facebook... Sur ce compte, le Street Art Fest est très régulier puisqu'il poste quasiment tous les jours avec parfois plusieurs publications par jour, malgré que la fréquence de publication ne soit pas toujours similaire.
- Mais le festival est aussi présent sur Instagram avec ici un compte à 26,3k abonnés sur lequel on retrouve surtout des photos des œuvres (terminées ou en cours) ainsi que certaines vidéos du processus de création. Ici aussi les publications sont assez régulières : environ tous les 1, 2 ou 3 jours. On peut découvrir le festival via Tiktok également, où on y trouve un contenu similaire à ceux déjà présents sur Instagram mais de manière un peu plus régulière (tous les 1 ou 2 jours). Néanmoins, sur Tiktok, les abonnés s'élèvent à moins de 330.
- Le contenu est toutefois légèrement différent sur LinkedIn par exemple, où on y retrouve des photos de l'entreprise et de ses salariés, ainsi que des affiches, des annonces d'offres de job... Mais aussi du contenu sur beaucoup d'autres projets de Spacejunk, ainsi que de nombreuses republications en plus des contenus déjà présents sur les autres réseaux. Ce compte-là regroupe environ 850 abonnés.
- Enfin, le Street Art Fest a également environ 730 abonnés sur Youtube, chaîne sur laquelle on peut découvrir pas mal d'interviews et de petits documentaires sur les artistes, ainsi que des teasers, des vidéos récap de chaque année ou encore des shorts qui montrent des extraits des interviews. Ici, le festival reste beaucoup moins actif que sur les autres réseaux en postant entre 4 et 8 vidéos par mois, en précisant que rien n'a été posté depuis 4 mois à peu près.

Site Internet

- Pour ce qui est du site web du Street Art Fest (<https://www.streetartfest.org/>), il présente l'édition en cours avec la programmation, il montre les artistes qui seront présents, les bénévoles ainsi que les partenaires. Il permet donc à tout le monde d'avoir les informations nécessaires pour venir au festival et s'organiser correctement.

Print

- Dans le print nous retrouvons les affiches qui reviennent tous les ans (une affiche par édition) et qui reprennent toujours la même œuvre. Elles contiennent, le numéro de l'édition, le logo du street art fest, les dates, le site, une œuvre et parfois les partenaires.
- Mais nous avons également eu en 2018, deux trams décorés par les artistes du street art fest.

Presse

- Pour terminer, nous avons eu l'occasion d'entendre parler du Street Art Fest dans plusieurs magazines (notamment numériques) tels que le Beware magazine, ActuGrenoble, Le Petit Bulletin, Grenoble Alpes Métropole, Le Dauphiné Libéré, ou encore France Infos.

ANALYSE SWOT

FORCES

- Le Street Art Fest est le plus grand festival de street art d'Europe.
- Il s'agit d'un événement important qui regroupe de nombreuses facettes de l'art urbain (concert, expositions, visites guidées, ateliers, street art runs, etc).
- Participer au Street Art Fest c'est prendre part à une expérience immersive et conviviale.
- Le festival constitue une expérience unique.
- L'ensemble des réseaux sociaux est mis à jour régulièrement.

FAIBLESSES

- Le festival touche particulièrement les amateurs d'art, ainsi que les artistes cherchant à partager ou à s'inspirer mais pas un public large.
- Nous pouvons constater un manquement concernant l'inclusion du jeune public, l'aspect ludique est également laissé de côté.

OPPORTUNITÉS

- Le Street Art Fest pourrait élargir la cible de l'événement à un public plus large et plus particulièrement aux plus jeunes ainsi qu'à leurs familles.
- Le festival aurait tout intérêt à initier à l'art les nouvelles générations.

MENACES

- Nous constatons une augmentation des festivals de street art dans la région iséroise ("Les Arts dans la Rue" à Bourgoin-Jallieu, "Festi'street" à Mens).
- Le vandalisme et les dégradations des œuvres peuvent constituer une menace

S
W
O
T

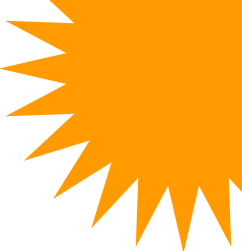
STRATÉGIE DE COMMUNICATION

Présentation du Mini Street Art Fest

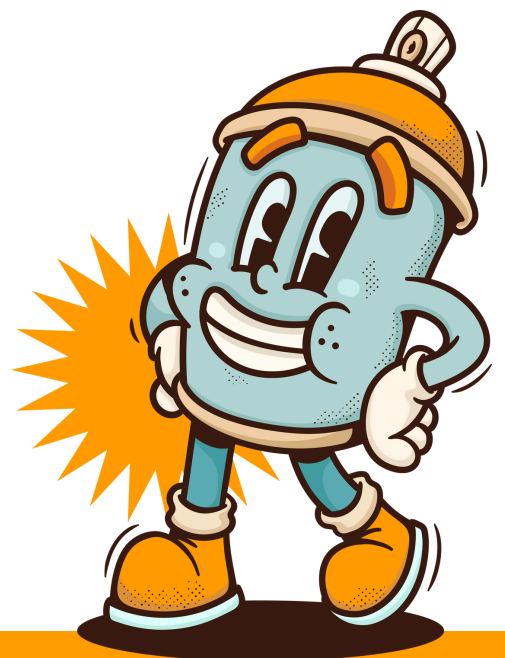
Le Mini Street Art Fest, qui aura lieu du 16 au 23 mai 2025, a pour ambition de devenir le premier festival en France spécifiquement dédié à l'initiation des enfants de 6 à 12 ans au street art. L'événement proposera aux jeunes participants un espace créatif unique afin de leur permettre de découvrir l'art urbain dans un cadre ludique et éducatif. Par le biais d'ateliers interactifs et immersifs, le festival vise à rendre cet art accessible aux nouvelles générations.

Le festival aura lieu une semaine avant le Street Art Fest, servant d'introduction à celui-ci. Le Mini Street Art Fest offrira aux enfants la possibilité de découvrir le street art en participant à des activités qui leur seront adaptées, dans un environnement spécialement conçu pour eux et grâce à un petit parcours qui ne présentera que certaines œuvres de street art. Cette expérience leur permettra de découvrir le monde du street art, qu'ils n'auraient pas pu découvrir de la même manière au Street Art Fest, étant conçu pour un public plus adulte. Si le concept est adopté et apprécié par les parents et familles accompagnant leurs enfants au Mini Street Art Fest, ils seront sûrement plus enclins à vouloir en découvrir davantage et de se rendre au Street Art Fest par la suite.





**Comment rendre le
Street Art Fest plus
attrayant et y attirer
un nouveau public ?**



Le jeu de piste

Lors du festival, l'événement principal sera centré autour d'un jeu de piste immersif qui se déroulera dans le centre-ville grenoblois. Ce jeu de piste débutera au Jardin de Ville, qui est un espace ouvert, assez grand pour accueillir du monde et au cœur du centre-ville; et se déroulera autour des fresques de street art de ce centre-ville.

Les participants pourront se procurer les carnets nécessaires pour le jeu directement à l'Office du Tourisme de Grenoble, à proximité du point de départ au Jardin de Ville. Les carnets seront disponibles aux horaires d'ouverture de l'Office (c'est-à-dire 10h-13h et 14h-18h du lundi au samedi), permettant ainsi aux familles de venir les récupérer à leur convenance et de commencer le jeu de piste à leur rythme.

Chaque enfant recevra un carnet de voyage comportant une carte du centre-ville de Grenoble, avec les fresques du jeu de piste et des numéros associés. À chaque fresque, un pupitre sera installé pour décrire l'œuvre et l'artiste, et un tampon permettra de valider la visite. Les enfants pourront également scanner un QR code pour écouter des informations audios complémentaires sur chaque fresque. Celui-ci dirige les visiteurs vers un nouvel onglet du site officiel du Street Art Fest, qui sera créé pour l'occasion.

Le parcours continuera par des énigmes dans le carnet, permettant aux enfants de trouver la fresque suivante. Par exemple, si la question est "Combien de feuilles peux-tu voir sur cette fresque?" et que la réponse est 6, l'enfant devra se rendre à la fresque n°6. Une mascotte, présente tout au long du parcours sous forme d'illustration, communiquera avec les enfants, leur apportant des indices et informations ludiques via le carnet ou bien les pupitres. À la fin du parcours, un espace sera réservé pour que les enfants dessinent l'œuvre qu'ils ont préférée, leur permettant de laisser une trace de leur expérience.

En guise de récompense pour leur participation, et si toutes les fresques ont été tamponnées, des posters imprimés seront offerts aux enfants. Ces posters, qu'ils pourront venir récupérer lors du Street Art Fest, seront recto-verso : d'un côté, une photo d'une fresque choisie au hasard parmi celles du festival ; de l'autre, une carte illustrée reprenant la mascotte et le parcours réalisé lors du jeu de piste. Ce souvenir unique permettra de prolonger l'expérience du festival chez eux.

Tout ce jeu de piste sera réalisable en autonomie par les enfants et leurs accompagnants et permettra de capter l'attention des enfants en rendant l'apprentissage le plus attrayant possible afin de réellement les intéresser sur le sujet du street art. Le jeu sera divisé en 3 parcours, chacun ayant un niveau de difficulté différent.

Trois carnets de voyages seront donc distribués. Le niveau 1 correspondant à la tranche d'âge 6-8 ans, le niveau 2 à celle des 9-10 ans et le niveau 3 aux 11-12 ans. L'objectif est de permettre à chaque enfant présent de prendre du plaisir en réalisant des activités associées à son âge pour garder son attention tout au long du parcours et lui permettre d'apprendre des choses cohérentes.





Les ateliers

- **Création de pochoirs**

En parallèle de ce jeu de piste, des ateliers créatifs ajoutant une dimension interactive au festival seront répartis tout au long du parcours. Parmi ceux-ci, un atelier de création de pochoirs, qui permettra aux enfants de créer leurs pochoirs et de les tester sur un mur avec des bombes de peinture à l'eau.

- **Fresque collaborative**

Une fresque collaborative, où chaque enfant pourra participer à la réalisation d'une œuvre collective, sera également organisée. Cette fresque sera sous la forme d'un "coloriage magique" puisqu'il suffira aux enfants de peindre en fonction des numéros inscrits sur le mur. Ainsi, les enfants pourront peindre facilement une partie du mur. Cette fresque deviendra donc une œuvre à part entière du street art grenoblois.

Un autre atelier de peinture sur t-shirts offrira la possibilité aux enfants de repartir avec une œuvre unique et réalisée par eux-même en souvenir du festival. Grâce à toutes ces activités, les enfants pourront se mettre à la place des artistes et se sentir investis dans l'art. Ils ne resteront pas uniquement spectateurs mais ils seront aussi acteurs de l'événement.

- **Peinture sur T-shirts**

Un autre atelier de peinture sur t-shirts offrira la possibilité aux enfants de repartir avec une œuvre unique et réalisée par eux-même en souvenir du festival. Grâce à toutes ces activités, les enfants pourront se mettre à la place des artistes et se sentir investis dans l'art. Ils ne resteront pas uniquement spectateurs mais ils seront aussi acteurs de l'événement.



• Objectifs quantifiés et chiffrés

Pour ce petit festival, nous avons quatre objectifs.

Tout d'abord, nous souhaitons vous faire atteindre environ 300 abonnés sur Instagram. Ce chiffre peut paraître peu comparé au nombre d'abonnés du Street Art Fest de Grenoble sur Instagram, mais il s'explique par la complexité à acquérir des abonnés sur un tout nouveau compte Instagram. Cela prend du temps, c'est pour cela que nous pensons que 300 abonnés pour une première édition de ce petit festival serait déjà satisfaisant.

Puis, un deuxième objectif pour vous serait de faire une dizaine d'interventions des organisateurs du Mini Street Fest dans des écoles grenobloises en amont du festival, afin de faire se rencontrer certains artistes avec des élèves pour leur donner envie de venir et d'en apprendre plus sur cet univers. Réaliser environ 10 interventions est ce qui nous semble le plus juste étant donné qu'il y a 45 écoles primaires et 15 collèges à Grenoble. Nous savons que ces rencontres demandent un temps précieux aux organisateurs et aux artistes, ce qui rend impossible la possibilité d'aller dans chaque école, donc une dizaine paraît être déjà très bien.

Le troisième objectif serait de faire participer environ 150 enfants aux activités du Mini Street Art Fest. Ce chiffre se base sur la probabilité que la moitié des classes dans lesquelles vous réaliserez des interventions viennent, dans ce cas on imagine à peu près 100 enfants pour des classes moyennes de 20 élèves, plus une autre cinquantaine de personnes qui viendront indépendamment des sorties scolaires, grâce aux autres moyens de communication. Le but ici serait donc d'arriver à faire participer chaque enfant à au moins une activité.

Enfin, le dernier objectif concerne l'impact de ce petit festival sur le Street Art Fest, puisque nous espérons pouvoir attirer environ 100 visiteurs de plus à ce dernier. En effet, si nous arrivons à avoir 150 enfants qui viennent au Mini Street Fest et en sachant qu'il est impossible qu'ils viennent tous au Street Art Fest par la suite, alors il peut au moins y avoir une centaine de personnes qui s'y rendront en comptant tous les adultes qui accompagnent les enfants.

• Positionnement

Le Mini Street Art Fest se positionne comme le premier festival en France dédié à l'initiation des enfants de 6 à 12 ans au street art, en leur offrant un espace créatif et ludique où ils peuvent découvrir, expérimenter et s'exprimer à travers des activités immersives et participatives. Avec des ateliers interactifs et immersifs, le festival mêle apprentissage, créativité et partage en famille.

• Etude des cibles

Cible principale : Enfants de 6 à 12 ans

À cet âge, les enfants sont très curieux et aiment découvrir de nouvelles choses. C'est aussi la période de la vie où l'on apprend le plus facilement et il est important de commencer à développer leur culture artistique ainsi que leur attrait pour la culture de manière générale. Cibler des jeunes de ces âges-là permet donc d'introduire l'art dans leur vie très tôt et peut faire naître des passions pour certains. Pour cela, le côté ludique doit être mis en avant afin qu'ils apprennent tout en s'amusant et que cela ne devienne pas une corvée.



Leur motivation est donc de découvrir un nouvel univers, inconnu pour la plupart, mais aussi d'exprimer leur créativité via des activités et ateliers artistiques proposés lors du festival et, ainsi, de passer du temps avec leur famille afin qu'ils en gardent de bons souvenirs.

Leur frein est relié au fait que les enfants ont un temps de concentration assez restreint et qu'il faut donc réussir à capter correctement leur attention sur un temps assez limité tout en leur apprenant des choses. Pour la plupart il s'agira également d'une initiation à l'art, il faudra donc être très simple dans les informations et partir des bases afin de leur permettre de rentrer doucement dans l'univers et leur donner envie d'en apprendre davantage.

Pour répondre à ces freins, plusieurs leviers ont été réfléchis. Une mascotte qui parle et interagit avec les enfants a été pensée afin de contrer le frein de la concentration des enfants. En effet, ce fil rouge leur permettra d'avoir un repère et un but. De plus, les explications des œuvres et des artistes seront adaptées à leur âge, en fonction de la difficulté de parcours qu'ils ont choisi. Le carnet de voyage sera un support qui permettra à l'enfant d'être actif, afin de l'impliquer davantage dans le jeu.

Cibles secondaires :

Les enfants de ces âges n'étant pas assez autonomes, ils seront accompagnés par un adulte référent. Votre communication doit donc aussi cibler des personnes adultes comme les parents, les enseignants ou encore les animateurs en centres de loisirs.



Parents entre 30 et 40 ans :

Les parents ont pour motivation de développer l'aspect culturel et artistique des enfants et de leur faire découvrir de nouveaux univers. C'est aussi un moyen de passer du temps en famille.

Leurs freins se situeraient plutôt dans le temps et l'énergie qu'ils doivent investir pour se rendre à cet événement en fonction de leurs disponibilités.

Certains préjugés sur le Street Art pourraient également les freiner à emmener leurs enfants, par peur que les œuvres/activités ne soient pas forcément adaptées aux petits. En effet, le Street Art est souvent confondu avec les graffitis associés au vandalisme et à la dégradation.

Plusieurs leviers pour contrer ces freins ont été mis en place notamment la déconstruction des préjugés sur le street art. En effet, toute notre communication sera adaptée en fonction des enfants grâce à une charte graphique très colorée et une mascotte. Le street art sera donc associé à des valeurs positives telles que la créativité et l'expression personnelle. De plus, nous appuierons sur le fait que c'est une manière de faire découvrir la ville autrement.

Enseignants et animateurs :

Pour les enseignants et animateurs, leur motivation serait de proposer une sortie éducative en lien avec les arts qui permettrait aux enfants de découvrir de nouvelles choses, mais leurs freins seraient plutôt la difficulté d'organisation des sorties scolaires, car cela leur prendra du temps sur les heures de cours, et qu'ils ont toute une logistique à gérer pour accompagner correctement les enfants. Il faudrait que plusieurs parents soient disponibles pour participer à la sortie et assister l'enseignant.

Pour parer ces freins, des leviers pourront être mis en place tels que la réservation de créneaux réservés pour les groupes afin de faciliter leur activité.



• Copy Strategy

Promesse : Le Mini Street Art Fest promet à ses visiteurs une expérience immersive dédiée aux jeunes âgés de 6 à 12 ans. Par le biais de plusieurs parcours interactifs, les enfants se créent des souvenirs mémorables et se familiarisent avec l'Art et son engagement au cœur de la région. Les ateliers proposés sont à la fois ludiques et pédagogiques, les jeunes talents s'initient au monde créatif du street art.

Preuve : Le festival repose sur une expérience entièrement immersive et participative, où les enfants deviennent les acteurs principaux, en s'impliquant dans les ateliers, le jeu de piste, etc. Les jeunes talents contribuent à faire vivre l'évènement et à le rendre attrayant en s'essayant à l'Art engagé.

Bénéfice visiteur : Par l'intermédiaire de ce festival, de belles valeurs sont transmises. En effet, les jeunes découvrent l'Art engagé, les réflexions qui sont proposées ainsi que les démarches des artistes et les messages qui sont défendus. Se rendre à cet événement, c'est également l'occasion de passer un moment convivial en famille.

Ton : Le ton de notre communication sera à l'image du festival et des valeurs que nous souhaitons transmettre via celui-ci. Les mots utilisés devront évoquer la jeunesse et l'aspect ludique qui sera mis à l'honneur lors des activités qui seront proposées. Nous nous exprimerons de manière enjouée.

Message résiduel : Le nom du festival est associé aux enfants qui en sont les acteurs. Dans le cadre de cet événement familial et coloré, le message principal qui doit être retenu est le partage des valeurs pédagogiques qui accompagneront les jeunes talents tout au long de celui-ci. Le Mini Street Art Fest place l'engagement et l'aspect ludique au cœur de l'expérience.

Objectifs : Grâce au Mini Street Art Fest, nous souhaitons augmenter l'attractivité du Street Art Fest et favoriser l'engouement pour l'Art. Notre objectif est de faire en sorte que les enfants et leurs parents se rendent au festival et découvrent l'art urbain et son rôle au sein de la métropole et de ses alentours. Nous espérons accroître le nombre d'ateliers et de prestations vendues aux écoles afin de garantir l'élan des jeunes pour l'Art et ses messages véhiculés.

Axes de Direction Artistique : L'identité visuelle du festival sera colorée afin de capter l'attention des enfants et des familles. Nous souhaitons créer un univers graphique qui s'inspirera des codes enfantins, tout en restant cohérent avec l'univers du Street Art Fest, en adaptant simplement les couleurs pour les rendre plus adaptées pour le public jeune et familial.

Le logo du festival conservera sa forme originale, mais le mot "Mini" sera ajouté pour marquer la spécificité de cette édition. De plus, la couleur du logo passera du rouge au orange, une teinte plus enfantine et attrayante, dérivée du rouge, pour accentuer le côté ludique de l'événement. Pour compléter cette palette, nous utiliserons du bleu, couleur complémentaire de l'orange, afin de créer un contraste visuel harmonieux et qui attirera le regard. Enfin, nous utiliserons des formes graphiques évoquant le rond, la forme parfaite de l'art, et des pics, qui représentent l'énergie des enfants, ce qui reflète le caractère dynamique et enfantin du festival.

Pour la typographie, nous utiliserons "Montserrat" pour les textes, une police moderne et lisible qui s'adapte à une communication claire et accessible. Les titres seront quant à eux rédigés avec "More Sugar", une typographie manuscrite et ludique qui apporte une touche enfantine et artistique, en écho à l'univers du street art.



STRATÉGIE DES MOYENS

I. Média

Print (flyers, affiches)

En amont de l'événement, une campagne d'affichage sera déployée dans l'agglomération grenobloise, près des lieux fréquentés par les familles, tels que les écoles, MJC, bibliothèques, parcs, cinémas et musées. Pour maximiser la visibilité, nous contacterons également la mairie de Grenoble, afin d'établir des affichages dans d'autres espaces stratégiques de la ville. Ces affiches seront conçues pour attirer l'attention des enfants et informer les parents, en un coup d'œil ces derniers pourront comprendre que cet événement est destiné aux enfants. Des flyers pourront être distribués par les écoles et à mettre dans les cahiers de liaison. Cela assurera un lien direct entre les enfants et leurs parents.

Presse

Par ailleurs, nous développerons des communiqués de presse à destination de médias locaux et départementaux pour garantir une couverture médiatique adaptée à un large public, tels que :

- **Le Dauphiné Libéré** : C'est un quotidien très influent à Grenoble et en Isère, qui touche une large tranche d'âge, y compris les parents de 30 à 40 ans, et propose régulièrement des articles sur des sorties familiales, des événements culturels et des activités pour enfants. Cela en fait un média presse pertinent pour informer les familles locales sur le Mini Street Art Fest. La forte audience locale et régionale de ce journal cible donc efficacement les parents de la région grenobloise et ses alentours cherchant des activités locales et familiales.
- **Métropole Mag** : Ce magazine de Grenoble Alpes Métropole, publié tous les deux mois, permet de capter un public plus large, en s'étendant aux 49 communes autour de Grenoble. Disponible dans des lieux fréquentés par les familles (mairies, bibliothèques), il touche efficacement les parents intéressés par des activités locales et régionales.

- **GreMag** : Le magazine de la ville de Grenoble cible exclusivement les habitants de Grenoble, ce qui nous garantit une communication plus directe avec notre cible. De plus, ce magazine s'adresse à des lecteurs attachés à leur ville, souvent curieux de connaître les événements locaux. GreMag met souvent en avant des activités culturelles et éducatives dans la ville, et le Mini Street Art Fest correspond parfaitement à ce type de contenu. Ce magazine est également distribué gratuitement dans les lieux fréquentés par les familles (bibliothèques, mairies, centres culturels...), ce qui facilite l'accès à notre cible.

Ces trois médias presse sont accessibles gratuitement en ligne.

Pour compléter cette stratégie, nous intégrerons un média spécifiquement orienté vers les familles, afin de mieux toucher notre public cible :

- **Minizou** : C'est un magazine gratuit conçu spécifiquement pour les familles iséroises ayant des enfants âgés de 0 à 12 ans. Proposant des informations sur les activités, les sorties et les loisirs en Isère, il s'agit d'un média pertinent puisque le Mini Street Art Fest s'inscrit parfaitement dans la ligne éditoriale de Minizou, qui touche tant notre cible principale (les enfants de 6 à 12 ans), que notre cible secondaire (les parents de 30 à 40 ans). De plus, il est distribué dans les écoles, crèches, centres de loisirs, bibliothèques..., ce qui garantit qu'il atteint directement notre public cible.

Radios locales

La radio locale sera également mobilisée pour toucher un public varié :

- **ici Isère (anciennement France Bleu Isère)** : Il s'agit de l'une des radios les plus écoutées dans le département de l'Isère, notamment à Grenoble. Le contenu de ici Isère comprend des émissions culturelles et des informations locales sur des événements familiaux, ce qui permet de mettre en avant le Mini Street Art Fest. Cette radio touche une large tranche d'auditeurs et attire particulièrement les familles qui cherchent des événements culturels et des sorties adaptées aux enfants. De plus, l'approche conviviale et proche de son public permet à la radio de susciter l'intérêt des parents pour les activités familiales.

Emailing

Une campagne d'emailing sera également mise en place pour cibler directement les écoles et les associations de parents d'élèves, assurant une diffusion de l'information rapide et personnalisée.

Réseaux sociaux

Parallèlement, les réseaux sociaux seront des outils clés pour promouvoir l'événement. Nous créerons un compte dédié au festival sur Instagram et Facebook, accompagné d'un soutien actif des comptes du Street Art Fest et de Spacejunk. Ces réseaux sociaux permettront de toucher les parents et jeunes parents entre 25 et 40 ans qui ont tendance à être très présents sur des réseaux comme Facebook et Instagram.

Via ces plateformes, notre communication se fera en plusieurs temps : l'avant, le pendant et l'après festival.

Avant le festival, notre but sera de générer de l'intérêt et d'inciter les familles à participer. Pour cela, le teasing se fera sous la forme d'une mini bande dessinée publiée chaque semaine, sous forme de carrousel Instagram et Facebook. Dans cette BD, notre mascotte Pchit se lancera dans une quête pour réaliser une fresque de Street Art mais il lui manquera des choses comme des pochoirs ou des bombes de peinture. Pour récupérer ces éléments, notre mascotte se baladera dans les rues de Grenoble permettant ainsi de faire découvrir les lieux emblématiques du Street Art Fest. Pour faire interagir le public, une question sera posée à chaque fin de carrousel, demandant ainsi aux enfants de choisir le prochain élément que la mascotte devra chercher. Une fois l'œuvre de Pschitt terminée, celle-ci annoncera l'événement du Mini Street Art Fest, avec les dates, les lieux et toutes les informations importantes.

Pendant le festival, ces réseaux sociaux nous serviront à montrer l'ambiance du festival et de tenir au courant des différents ateliers qui s'y déroulent. De plus, un hashtag dédié au festival sera créé afin de renforcer la communauté du festival et inciter les participants à partager leur expérience de celui-ci via ce hashtag.

Enfin, l'après festival permettra de créer du souvenir avec un récapitulatif de l'événement avec un post regroupant les plus belles photos. Des posts remerciant les partenaires et les bénévoles seront publiés et un teasing vidéo annonçant la prochaine édition sera monté afin de créer une fidélisation des participants à l'événement.





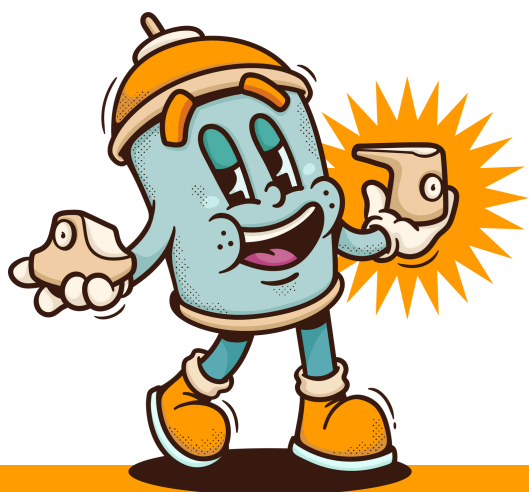
2. Hors-média

Événementiel (stands/ateliers)

Toujours en amont de l'événement, plusieurs actions seront menées pour sensibiliser le public cible. Des ateliers périscolaires permettront aux enfants de commencer à découvrir le street art avant le Mini Street Art Fest, et des expositions dans les bibliothèques locales mettront en avant des photos des fresques réalisées lors des éditions précédentes, et des artistes en action. Des rencontres avec les organisateurs et quelques artistes seront organisées dans des lieux partenaires, afin de donner un aperçu des coulisses et de renforcer l'engagement des familles.

Partenariats

Des partenariats locaux, avec des structures comme les écoles, les cinémas ou les bibliothèques, permettront de compléter cette stratégie. Ces partenaires seront mis à contribution pour diffuser des informations sur le festival et organiser les événements en amont (rencontres, expositions, diffusion de spots publicitaires pour le festival, etc.). Les bibliothèques et les cinémas seraient un bon choix de lieux pour ces rencontres et événements puisqu'il s'agit d'endroits dans lesquels les parents accompagnent assez souvent leurs enfants, notamment ceux qui essaient de leur faire découvrir la culture, l'art etc. Pour les écoles, la mairie pourrait les contacter pour leur présenter l'événement et leur proposer d'organiser des sorties scolaires afin d'y participer.



• Calendrier prévisionnel



BUDGET



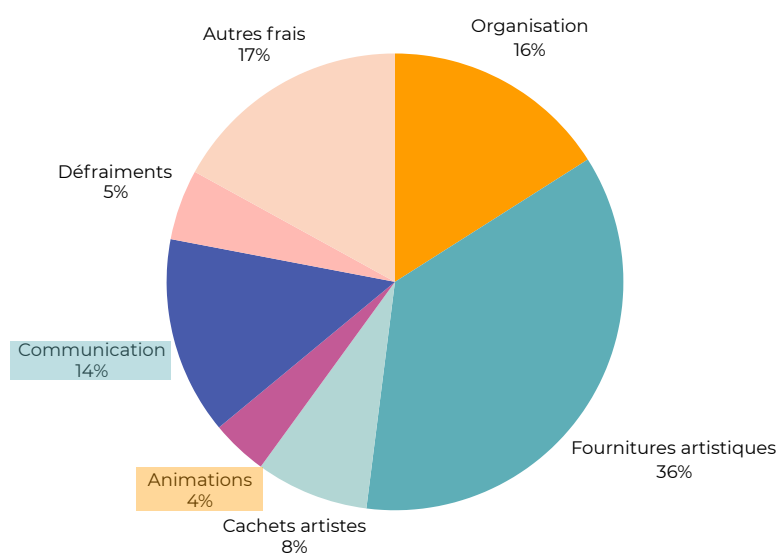
Financements :

Afin d'avoir le budget pour lancer notre festival, nous allons avoir besoin d'aides extérieures. Spacejunk Grenoble bénéficie, depuis plusieurs années, d'un partenariat avec la Ville de Grenoble, ce qui nous permet de demander une subvention spécifique pour cet événement. En effet, la Ville soutient activement les initiatives culturelles locales à travers des subventions destinées aux associations et aux projets artistiques. Notre projet doit contribuer au dynamisme culturel de la ville, être accessible au public grenoblois et favoriser l'éducation artistique et culturelle, ce qui correspond bien à l'objectif de notre Mini Street Art Fest.

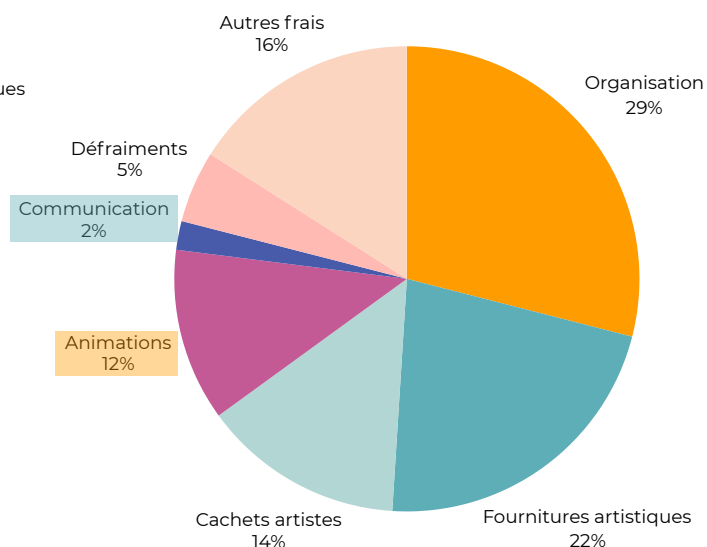
De plus, la Région Auvergne Rhône Alpes, avec qui Spacejunk Grenoble est aussi en partenariat, propose aussi des aides pour les projets culturels et éducatifs, notamment les festivals. En 2024, la Région AURA avait lancé un appel à projet nommé "Culture en Territoire" afin de soutenir des initiatives culturelles sur le territoire régional en finançant jusqu'à 60% des dépenses éligibles. Ainsi, si la région propose une subvention telle que celle-ci pour l'année 2025, cela serait une opportunité à saisir afin de faire vivre notre festival.

Budget des éditions précédentes :

2017

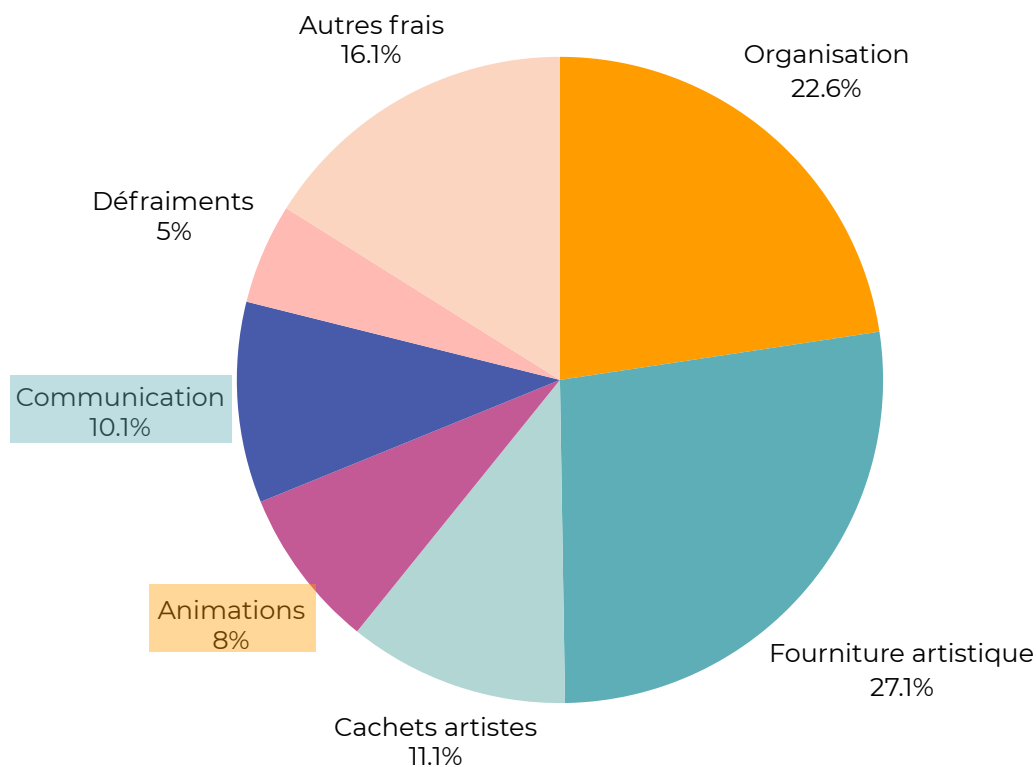


2019



BUDGET

2023



100 000€

10 000€

Carnets	700€
Flyers	3000€
Affiches	2500€
Réseaux sociaux	3300€
Création Graphique	1 500€
Divers	500€

Pour établir la répartition du budget, nous nous sommes appuyés sur les données des éditions précédentes, notamment celles rendues publiques en 2017 et 2019. La somme totale de référence provient de l'édition de l'année dernière, qui s'élevait à 500 000 €.

Nous avons alloué 100 000 € au Mini Street Art Fest pour plusieurs raisons :

- Sa durée est limitée à une semaine.
- Son statut d'événement secondaire par rapport au festival principal.

BUDGET

Impression de Flyers (30% du budget)

Montant estimé : **3 000 €**

Quantité estimée : 10 000 à 12 000 exemplaires

Détails :

- Design graphique des flyers
- Impression couleur sur papier de qualité (format A5 ou A6)
- Distribution ciblée dans des lieux stratégiques (écoles, bibliothèques, etc.)

Impression d'Affiches (25% du budget)

Montant estimé : **2 500 €**

Quantité estimée : 200 à 300 affiches

Détails :

- Design graphique des affiches
- Impression sur papier haute qualité
- Placement des affiches dans des lieux à forte affluence

Impression des carnets (7% du budget)

Montant estimé : **700 €**

Quantité estimée : environ 150 carnets

Détails :

- Impression sur papier

Création de Visuels et Design Graphique (15% du budget)

La rémunération des artistes pour la création des visuels pour tous les supports de communication : affiches, flyers, carnet et publications sur les réseaux sociaux. Cela comprend également la rémunération des artistes pour la création des affiches, dans le respect du travail créatif et de l'authenticité du street art.

Montant estimé : **1 500 €**

Détails :

- Honoraires pour un ou plusieurs artistes locaux spécialisés en street art
- Collaboration pour la création des visuels des affiches et des autres supports
- Conception graphique pour l'ensemble de la campagne, en accord avec le thème du street art et l'univers enfantin

BUDGET

Publicité sur les Réseaux Sociaux (33% du budget)

Montant estimé : **3 300 €**

Détails :

- Campagnes publicitaires ciblées sur Facebook et Instagram (segmentation par âge, lieu et centres d'intérêt)
- Création de contenu (graphismes, vidéos promotionnelles, teasers et publications régulières)
- Gestion des campagnes sponsorisées, ciblant spécifiquement la zone géographique (Grenoble et environs)

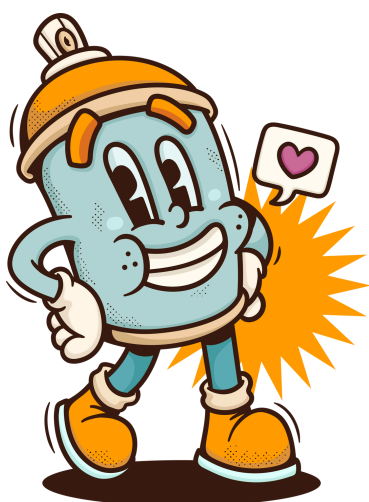
Divers (5% du budget)

Ce budget est destiné à couvrir les imprévus ou actions promotionnelles ponctuelles, telles que des partenariats avec des influenceurs locaux ou des surprises pour les enfants participants.

Montant estimé : **500 €**

Détails :

- Partenariats avec des influenceurs ou micro-influenceurs locaux
- Organisation d'opérations spéciales, telles que concours ou événements teaser avant le lancement



SOURCES

Audit :

https://fr.wikipedia.org/wiki/Street_Art_Fest_Grenoble_Alpes

<https://www.streetartfest.org/>

<https://www.grenoble-tourisme.com/fr/decouvrir/lessentiel/grenoble-street-art-fest/>

[Street Art Fest Grenoble-Alpes | Festival d'art urbain | Street Art Fest Grenoble-Alpes](#)

<https://france3-regions.francetvinfo.fr/auvergne-rhone-alpes/isere/grenoble/ce-qu-il-faut-savoir-sur-le-street-art-fest-2023-l-un-des-plus-grands-festivals-street-art-dans-le-monde-2771034.html>

[Bilan-SAFGA-2021.pdf](#)

[BILAN SAFGA 2023](#)

Subventions :

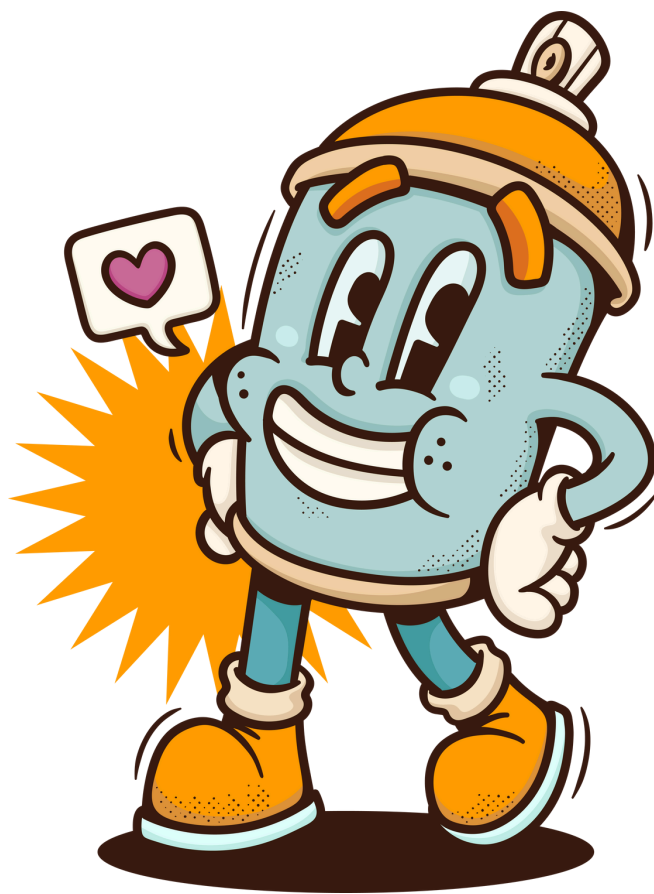
https://auvergnerhonealpes-livre-lecture.org/articles/appel-a-projets-culture-en-territoire-2024?utm_source=chatgpt.com

Budget :

2017: https://fr.wikipedia.org/wiki/Street_Art_Fest_Grenoble_Alpes

2018: https://www.streetartfest.org/wp-content/uploads/2024/03/Bilan_SAFGA_2019.pdf

MERCI !





Spacejunk 
Art Centers

Consultation dans le cadre de la création du Street Art Fest Jeunes talents : festival des petits graffeurs et talents de demain !

Date limite de réception des offres : 16/12/2024

Association Spacejunk Grenoble, organisatrice du Street Art Fest Grenoble-Alpes

Spacejunk Art Centers

19 rue Génissieu, 38000 Grenoble

<https://www.spacejunk.tv/>

<https://www.streetartfest.org/>

Représentée par Guylaine GUERAUD-PINET et Ninon THOMAS.

Cahier des Clauses Techniques Particulières (CCTP)

Contexte et présentation du projet

Depuis sa création par Jérôme Catz en 2015, le Street Art Fest Grenoble-Alpes est une expérience immersive qui célèbre la diversité culturelle, l'expression des idées et la beauté de l'art urbain.

Avec comme cœur de projet la réalisation de fresques dans l'espace public, le Street Art Fest Grenoble-Alpes donne naissance chaque année à plus de quarante œuvres, pour lesquelles les artistes sont invités à faire la démonstration de leur savoir-faire.

En parallèle, visites guidées, expositions, concerts, ateliers, conférences, séances de dédicaces, street art runs... sont proposés aux grands comme aux petits pour un moment (f)estival et convivial sous le signe de la créativité.

Après 10 éditions, Grenoble et sa métropole rayonnent dans le monde à travers de nombreuses peintures murales, fruit de la diversité des artistes. Leur travail, leurs styles uniques et les messages qu'ils cherchent à transmettre embellissent les murs de notre territoire, constituant un ensemble d'œuvres remarquables et remarquées. Le Street Art Fest Grenoble-Alpes est désormais le reflet de l'évolution de l'art urbain et invite chaque visiteur à plonger dans le monde créatif du street art, à explorer les rues de la métropole, et à vivre une expérience artistique unique.

MOT DU DIRECTEUR

« 10 ans déjà ! Qui aurait cru il y a dix années que ce projet un peu fou et complètement novateur sur cette agglomération grenobloise rencontrerait un tel succès ? C'est aujourd'hui plus de 400 fresques qui parsèment tout ce chemin parcouru, grâce à l'ensemble des participants, que ce soit les équipes de Spacejunk, les municipalités, les partenaires, les bénévoles et le public. La notion de "musée à ciel ouvert" est à la mode depuis bien longtemps, mais nous sommes fiers de l'avoir mise en œuvre. Assurant ainsi accessibilité et gratuité de ces fresques

monumentales à l'ensemble des habitants du territoire comme des visiteurs, cette offre culturelle se veut éclectique, représentative de l'ensemble du mouvement du street art, faisant la part belle à l'innovation dans les techniques tout en assumant un haut niveau de qualité. "Le street art dans toute sa diversité" était notre mojo depuis la première édition, j'espère que nous continuerons à vous régaler les yeux pour cette édition anniversaire. », Jérôme Catz.

NOUVEAUTÉS 2024

- Une exposition collective à l'Ancien Musée de Peinture qui a accueilli la célèbre photographe Martha Cooper.
- Le réseau d'artistes The Atomik Nation a installé une boîte à musique géante pour la première fois au monde (1m20 par 0,80m).
- Street Art Photo Walk : Une promenade photographique ayant pour but de découvrir les lieux et donner des conseils pour prendre de belles photos tout en partageant des informations sur les artistes et leurs œuvres a été menée par la photojournaliste et fondatrice de klik-trip, Suzanne Porter.

DIFFICULTÉS 2024

L'événement BOMB, grand rendez-vous avec de nombreuses propositions, a été annulé 2 jours avant en raison de problèmes financiers (baisse des subventions allouées par la Métropole et la Ville de Grenoble) mais surtout car le public n'était pas là ! En effet, trop peu de préventes (130 sur 500 disponibles) ont été vendues et l'événement s'annonçait comme un échec financier.

1 - Objet de la prestation

Dans ce contexte et pour donner un nouvel élan au Street Art Fest, nous souhaitons organiser un Festival en parallèle et complémentaire à l'existant : le Street Art Fest Jeunes talents (6-12 ans).

Notez dès à présent que le nom n'est pas définitif. Il vous appartiendra de pouvoir en proposer un autre au regard de la présente consultation et de vos propositions.

Nous souhaitons ainsi nous montrer toujours plus innovants, précurseurs, inclusifs dans cette approche de musée à ciel ouvert. La pédagogie et la transmission sont au cœur de l'action de Spacejunk, nous savons faire ! Nous voulons démocratiser le Street Art pour que nos jeunes talents soient nos ambassadeurs. Les générations de demain doivent s'initier à l'Art, comprendre sa vision engagée mais aussi son rôle dans notre territoire.

2 - Contenu de la prestation

La prestation attendue consiste en l'élaboration d'une proposition stratégique complète en vue de la création de ce rendez-vous annexe afin de le faire connaître et d'en assurer le succès.

Il s'agit avant tout de :

- rendre le festival encore plus attrayant pas des biais plus concrets,
- faire venir les enfants et donc leurs parents,
- favoriser l'élan pour l'Art et, par cet engouement, augmenter le nombre de prestations et ateliers vendus aux écoles.

3 - Détails de la prestation

Tous les éléments cités ci-après devront être présentés de manière fonctionnelle et lisible afin de pouvoir retrouver facilement les enjeux et idées maîtresses.

Chacun de vos choix devront être argumentés et justifiés afin que nous puissions prendre une décision en toute clairvoyance.

- Audit (une bonne collaboration commence par une bonne connaissance du commanditaire et de son marché)
- Stratégie de communication
 - Brief global
 - Objectifs quantifiés et chiffrés
 - Étude des cibles (principale, secondaires) : définition, freins et motivations...
 - Positionnement
- Copy strategy / briefing de création dont axes de Direction Artistique
- Stratégie des moyens
 - Calendrier prévisionnel de leur mise en œuvre
 - Budget prévisionnel détaillé : coûts d'impression, de routage, de création-conception, de prestations de services extérieures (intervenants, sous-traitance...), d'achat d'espace...

4 - Livrables

À la fin de la prestation, le prestataire devra fournir :

- Un dossier complet reprenant l'intégralité du projet et des éléments demandés
- Une présentation (de type diaporama) synthétique de votre stratégie et préconisations. Cette présentation sera le support de notre échange lors de votre audition du 21/11/2024 à partir de 15h30 . Elle nous servira de base et d'appui pour nos communications en interne lors de notre délibération pour notre prise de décision finale quant au prestataire qui sera sélectionné.

5 - Audition

Accompagnées d'autres membres, nous écouterons chaque agence durant 20 minutes (10 minutes de présentation + 10 minutes de questions) puis procéderons aux délibérations à la suite. Ce même jour, nous vous informerons de la stratégie qui, à première vue, nous convainc le plus.

Cette présentation et l'échange qui s'en suivra est un moyen pour nous de nous immerger dans ce que sera le futur de notre Communication. Notre premier avis, à la suite des délibérations, ne sera pas un avis définitif sur le choix de l'agence avec qui nous passerons commande. Nous espérons davantage qu'il encourage chaque agence à adapter et optimiser son livrable final avant décision définitive.

Le prestataire
Date et signature

Agence Nexium
05/01/2025


Règlement de la consultation

1 - Objet du marché

Élaboration d'une proposition stratégique complète en vue de la création du Street Art Fest Jeunes talents afin de le faire connaître et d'en assurer le succès.

2 - Forme du marché

Le marché est composé d'un seul lot.

Le délai de validité des offres est fixé à cent vingt (120) jours à compter de la date limite de remise des offres.

Les variantes ne sont pas autorisées.

3 - Conditions de remise des offres

Les offres devront être transférées sur la plateforme Moodle avant le 16/12/2024, 10 h.

Si besoin, contacter :

- Guylaine GUERAUD-PINET : guylaine.gueraud-pinet@univ-grenoble-alpes.fr
- Ninon THOMAS : ninon.thomas@univ-grenoble-alpes.fr

4 - Contenu des offres

Les offres des candidats devront contenir :

- Le présent cahier des charges (CCTP) signé par le/la chef.fe de projet
- La proposition méthodologique comprenant :
 - Un dossier reprenant l'intégralité du projet et des éléments demandés dans la section *Détails de la prestation*
 - Une présentation (de type diaporama) synthétique
- Une présentation de l'équipe-projet missionnée sur la prestation et la répartition des actions menées par chaque membre de l'équipe-projet
- Toute autre information qui serait utile à l'appréciation du candidat et précisant la façon dont il envisage de mener à bien la prestation.

5 - Critères de notation des offres

Les offres seront notées selon les critères suivants :

- Note méthodologique de présentation de la stratégie globale et compréhension de la mission : 30% de la note finale.
- Note budget : 20% de la note finale.
- Note moyens et calendrier de mise en œuvre : 20% de la note finale.
- Note d'ensemble : cohérence, créativité, originalité, prise de risque dans les choix du projet : 30% de la note finale.

L'Association Spacejunk Grenoble se réserve éventuellement le droit de négocier avec les offres déclarées recevables.

6 - Modalités générales

Le titulaire du marché est tenu d'exécuter en toute indépendance la prestation qui lui est confiée.

Les prestations devront être exécutées conformément aux modalités définies dans le présent cahier des charges et celles proposées par le candidat dans son offre et qui constituent une pièce contractuelle du marché.

Il respectera la composition de l'équipe telle que définie dans la note justificative produite lors de la consultation.

Tout changement dans l'équipe est préalablement soumis pour approbation à l'Association Spacejunk Grenoble.

7 - Pièces constitutives du marché

LES PIÈCES PARTICULIÈRES

Les pièces contractuelles du marché sont les suivantes et, en cas de contradiction entre leurs stipulations, prévalent dans l'ordre de priorité ci-après :

- Le présent cahier des clauses des charges joint au dossier de consultation et réputé accepté par le candidat
- La proposition méthodologique détaillée

LES PIÈCES GÉNÉRALES

- Le CCAG PI réputé connu par les candidats et consultable à l'adresse suivante : <http://www.marche-public.fr>
- Le Code de la Commande Publique
- L'ensemble des normes, règlements spécifiques et recommandations établies par les organismes officiels et professionnels.

Ces pièces générales ne sont pas jointes au présent marché, elles sont réputées connues des parties en présence.

Durant toute l'exécution du marché, le titulaire se conforme aux lois, décrets, normes et règlements en vigueur régissant l'exercice de ses activités.

Le titulaire ne peut se prévaloir, au cours de sa prestation, d'une quelconque ignorance de l'ensemble des textes énumérés, des lois, décrets, arrêtés, règlements ou circulaires, et de tous les textes intéressants son activité pour l'exécution du présent marché.

8 - Modalités d'exécution

En cas de nécessité de réunion, les prestations se dérouleront dans les locaux du prestataire (IUT1 Département MMI).

9 - Forme du prix

Les prix sont forfaitaires, ils s'entendent tous frais inclus (déplacement, hôtel...). L'unité monétaire applicable au marché est l'Euro.

Les prix sont fermes pour l'ensemble de la prestation.

10 - Garanties

Les dispositions applicables sont celles du CCAG PI (<http://www.marche-public.fr>).

11 - Droits sur les produits et résultats de la prestation

Cf. CCAG PI

12 - Obligations du titulaire

ASSURANCES

Le titulaire du marché doit avoir souscrit un contrat d'assurance responsabilité civile en cours de validité. Ce contrat doit le garantir contre les conséquences pécuniaires de l'engagement de sa responsabilité civile pouvant résulter des dommages corporels ou matériels subis par des tiers ou l'Association Spacejunk Grenoble à l'occasion de l'exécution des prestations objet du présent marché.

Le titulaire du marché doit également avoir souscrit un contrat d'assurance responsabilité professionnelle en cours de validité. Celui-ci doit le garantir contre tout type de dommages qu'il causerait à l'Association Spacejunk Grenoble, à l'occasion de l'exécution des prestations objet du présent marché, que ce soit de son propre fait ou de celui de ses préposés.

Sur demande de l'Association Spacejunk Grenoble, le titulaire doit produire les attestations d'assurance en cours de validité, indiquant la nature, le montant, la durée et les conditions d'application des garanties précitées.

CONFIDENTIALITÉ ET SECRET PROFESSIONNEL

Obligation de discrétion : Le titulaire qui, soit avant la notification du marché, soit au cours de son exécution, a reçu de l'Association Spacejunk Grenoble la communication de bases de données, documents, lieux spécifiques ou objets quelconques, est tenu de maintenir confidentielles ces informations.

Ces bases de données, documents, lieux spécifiques ou objets ne peuvent, sans autorisation expresse de l'Association Spacejunk Grenoble être communiqués à des tiers ou faire l'objet de publications autres que les travaux remis à l'Association Spacejunk Grenoble dans le cadre de ce marché.

Sanctions : En cas de violation par le titulaire des obligations mentionnées aux alinéas précédents, et indépendamment des sanctions pénales éventuellement encourues, l'Association Spacejunk Grenoble se réserve le droit de résilier le marché aux torts du titulaire sans que celui-ci puisse prétendre à indemnité.

13 - Modalités de règlement

RÈGLEMENT DES PRESTATIONS

- L'ordonnateur des dépenses est le Président de l'Association Spacejunk Grenoble.
- La facturation interviendra au fur et à mesure de l'exécution des prestations conformément à l'échéancier qui sera établi sur la base du budget prévisionnel lors de l'attribution définitive du marché.
- Le règlement sera effectué par mandat administratif sur le compte bancaire du prestataire dans un délai de 30 jours à compter de la date de réception de la facture.
- Les factures seront déposées sur CHORUS PRO libellées à Association Spacejunk Grenoble et outre les mentions légales, elles comporteront les indications suivantes :
 - le nom de la personne publique émetteur du bon de commande
 - la date de notification
 - l'objet du présent marché
 - les nom et adresse du titulaire
 - la date de la facture
 - le numéro de compte bancaire ou postal
 - le montant hors T.V.A. de la prestation fournie
 - le taux et montant de la T.V.A.
 - le montant toutes taxes comprises de la prestation fournie
 - la date de réalisation de la prestation, le cas échéant la mention de la phase concernée de la prestation.

Le règlement s'effectuera sur présentation d'une facture, réglée par mandat administratif à 30 jours. Le solde sera versé sur le rendu complet de la prestation.

En cas d'impossibilité pour le titulaire de réaliser l'intégralité de la prestation en raison du fait du maître d'ouvrage ou d'un élément extérieur au titulaire, la prestation ayant fait l'objet d'une exécution totale pourra donner lieu au versement d'acomptes. Le montant de l'acompte correspondra au montant de la prestation réalisée.

PAIEMENT PARTIEL ET DÉFINITIF

Une fois que l'ensemble des prestations du marché a été exécuté, le décompte pour solde est adressé par le titulaire à l'Association Spacejunk Grenoble en lui adressant les factures.

14 - Litiges

En cas de litige sur l'interprétation ou l'exécution du présent marché, et après épuisement des moyens de recours amiables prévus par la réglementation, le tribunal administratif du ressort duquel dépend le siège de l'Association Spacejunk Grenoble est seul compétent.

15 - Dispositions particulières

CCAG

Le CCAG auquel se réfère le présent marché est le CCAG PI. Les articles du présent cahier des charges prévalent sur ceux du CCAG PI en cas de contradiction.

LANGUE

Les correspondances relatives au marché sont rédigées en langue française.

Le prestataire
Date et signature

Agence Nexium
05/01/2025
