

## Institut de France

Marché public - conseil stratégique de création et développement de la marque  
Institut de France et de prestations associées

### Réponses aux questions posées

Dans le cadre de l'appel d'offre public, l'Institut de France ne peut recevoir que des questions écrites. Il répondra par écrit en publiant en ligne ses réponses.

.....

**1. Compte tenu des délais de réponse, pourriez-vous nous préciser la nature des livrables attendus ?**

Les délais ont été revus.

1. Remise des propositions écrites mardi 22 janvier 12h.
2. Soutenance orale (ssi sélection) mercredi 30 janvier matin.
3. Remise des propositions définitives lundi 4 février 12h.
4. Sélection de l'agence mercredi 6 février.
8. Début de la collaboration lundi 11 février 2019.

**Livrables attendus dans le dossier d'offre :**

- 1\* Note stratégique de positionnement de l'Institut de France
- 2\* Proposition d'identité visuelle (charte graphique)
- 3\* Stratégie digitale et refonte du site internet

.....

**2. En p.12-13 du Cahier des charges, il est mentionné : « Les agences devront présenter les éléments suivants... » : s'agit-il des livrables de l'appel d'offres ou de la mission marque ?**

Les agences doivent présenter une recommandation pour définir le positionnement et la plateforme de marque Institut. Nous n'attendons pas les livrables définitifs bien entendu, mais des propositions de réflexion ainsi que l'approche méthodologique pour aboutir à toute la nouvelle identité et charte graphique.

- .....
3. En p.6 du Règlement de consultation, il est mentionné : « Cette note présentera les pistes créatives relatives au positionnement de marque « Institut de France », à la charte graphique et à la refonte du site internet ainsi que la stratégie de lancement et d'alimentation des contenus de communication interne et de stratégie digitale. » Quelles sont vos attentes en terme de rendu pour ces pistes créatives ?

Il s'agit de premières pistes créatives et recommandations en rapport avec la stratégie de marque que vous proposerez. Nous n'attendons pas une proposition de nouveau site définitive pour la soutenance, le service communication travaillera avec l'agence sur ce nouveau site une fois la plateforme de marque définie. Nous attendons des premières recommandations et premiers concepts.

- .....
4. Enfin, pouvez-vous nous confirmer qu'aucune indemnité de participation à la consultation n'est prévu alors que des propositions créatives sont attendues ?

Nous vous le confirmons.

- .....
5. Positionnement : Peut-on avoir le contenu de l'audit interne ? Aujourd'hui quel est le niveau de connaissance du projet de refonte de l'identité de l'institut de France auprès des différentes académies ? Leur niveau d'adhésion ?

L'audit interne sera transmis une fois l'agence sélectionnée. Les Académies sont parfaitement au courant du projet de refonte d'identité de l'Institut de France, à nous de proposer une identité à laquelle, le cas échéant, elles pourront s'identifier.

- .....
6. Communication Institut/vs Académies. En dehors des événements répertoriés dans le calendrier, y a-t-il des prévisions de nouveau projet pour l'Institut ? des prises de parole exceptionnelles

De nombreux projets à venir dans les prochains mois qui seront évoqués lors de la soutenance. Notamment une réflexion sur la place de l'Institut dans la cité.

- .....
7. Logo et charte visuelle - Concernant le logo et l'harmonisation des 6 entités de l'Institut : cela signifie-t-il qu'il faut retravailler chacun de ces logos ou les conserver avec un principe d'appartenance à une même famille ? Et s'il faut retravailler chacun des logos, cela implique l'accord de chacune de ces académies et de leurs représentants. Est-ce acté à ce jour ?

Dans un premier temps nous partons sur un principe d'appartenance à une même famille. Tout l'enjeu portera sur le respect de ces principes et le maintien d'une identité respective. (cf. question 5)

---

8. « Iconiser la Minerve » ou créer une imagerie forte : cela signifie-t-il que vous souhaitez garder la Minerve ? est-ce un incontournable ? « créer une imagerie forte » : cela veut-il dire qu'on peut proposer autre chose que la Minerve comme principe d'identification de l'Institut de France ? Attendez-vous une recommandation de notre part sur le sujet ?

La Minerve est un symbole présent depuis 1795 qui incarne le savoir. Nous sommes ouverts aux propositions mais elle nous semble être un élément incontournable, au moins en tant que référence / allusion.

---

9. Acteurs impliqués dans le positionnement. Dans l'hypothèse d'une méthodologie qui vise à aligner les différents acteurs de l'Institut de France autour de ce positionnement, quels sont les acteurs que l'on pourrait mettre autour de la table ? Mr Darcos ? Des délégués de chacune des académies ? Des responsables communication ?

Le Directeur des services de l'Institut, les secrétaires généraux de chaque Académie, la direction de la communication de l'Institut.

---

10. Plan de communication 360°. Dans les attendus, il y a le cas précis du rattachement de la nouvelle identité au colloque « Pensées clandestines » pour fin janvier. Pouvez-vous nous fournir une base de contenus à utiliser (texte et icono).

Ce colloque se tiendra en juin et non en janvier. Il s'agit pour l'instant d'une idée pour une date de lancement à laquelle nous pourrions nous rattacher pour présenter une nouvelle identité et valoriser cet événement. Nous n'avons pas encore d'éléments plus précis concernant l'événement à nous de le penser.

---

11. A part *La Lettre*, avez-vous d'autres media pour cibler vos publics et notamment vos publics d'amateurs éclairés ? avez-vous à date des bases de données ? sont-elles en état d'être traitées ?

Nous avons ouvert les réseaux sociaux il y a quelques mois. Nous n'exploitons pas de bases de données en termes de communication externe.

---

12. Aujourd'hui qui s'occupe des Relations presse et publiques de l'Institut ? des Académies ? Y a-t-il une volonté de communiquer davantage ? Est-ce Mr DARCOS qui est le porte-parole ?

Le Directeur des services et la directrice de la communication de l'Institut. L'Académie des sciences et l'Académie des beaux-arts ont une direction de la communication. Il y a une vraie volonté de communiquer davantage. Le chancelier pourra s'exprimer.

.....

- 13. Dans les différents publics que vous avez cités, qui sont vos cibles prioritaires ? Avez-vous des enjeux particuliers sur une ou plusieurs de ces publics ? Quand avez-vous mis en place votre présence sur les media sociaux ? Aujourd'hui qui s'occupe de ces comptes ?**

Nous aurons différentes cibles, un public averti et un grand public auprès de qui un travail de pédagogie doit être entrepris. Le nouveau service communication a lancé les réseaux sociaux en octobre et s'en charge.

.....

- 14. Budget : Quel est le budget dont vous disposez pour les différents chantiers ? Cela conditionne fortement la réponse et notamment la partie stratégie de communication 360°**

Les éléments budgétaires sont indiqués dans le cahier des charges. Nous attendons une proposition contenue dans l'enveloppe.

.....

- 15. Dans le cahier des charges, parties « Contexte », vous dites : l'Institut de France n'est pas un service à part entière, mais existe au travers des 5 Académies. Il se compose de ces 5 Académies et de l'Institut lui-même... » . Que cela peut-il dire ? L'Institut de France est composé de 6 « entités » dont une entité homonyme ? L'institut est bien le rôle décrit dans le cahier des charges nommé « L'Institut de France » (mécénat, patrimoine, ....) ? Si non, quelles seraient donc les différences entre les 2 « Instituts » ?**

Non. L'Institut de France et les 5 Académies sont des entités juridiques autonomes. Il y a donc 6 entités juridiques qui siègent quai de Conti.

.....

- 16. Selon vous, qu'est-ce qui incarne le plus l'Institut de France ? Le Palais de Conti ? La tête de Minerve ? L'habit vert ? ...**

Le cahier des charges doit donner de quoi alimenter cette réflexion.

.....

- 17. Selon vous, qu'est-ce qui disparaîtrait si l'Institut de France disparaissait ?**  
Demandons-nous plutôt ce qui fait que l'Institut traverse toutes les époques, tous les régimes, tous les grands temps forts historiques.
- .....

- 18. Y-a-t-il des marques / organisations / institutions (françaises, européennes ou internationales) qui vous inspirent pour l'Institut de France demain ? Dans leur positionnement ? Dans leur relation au public ? Dans leur architecture de marque ? Pourquoi ?**

A voir ensemble.

.....

**19. Selon vous, qu'est-ce qui révolutionne / va révolutionner le plus le savoir et la connaissance ?**

Son partage et sa transmission.

.....

**20. Pouvez-vous nous parler des projets futurs pour l'Institut de France en matière de « proposition » d'offres et de services ?**

Des projets d'ouverture au sens large. Une réflexion sur Canal Académie, un projet de librairie et des projets avec nos voisins.

.....

**21. Vous citez un certain nombre de cibles externes (publics institutionnels, fondations / associations, Institutions culturelles, Universitaires, Amateurs éclairés, Médias). Parmi toutes ces cibles, quelle serait la cible prioritaire pour la marque Institut de France demain ?**

Qui sait ce qu'est la Coupole ? Qui sait ce que fait l'Institut de France ? Qui connaît la richesse des travaux qui s'y déroulent ? Qui sait définir le rôle d'une Académie ?

Le public « d'amateurs » doit être considéré.

.....

**22. Quelle est l'attente principale de cette cible prioritaire envers l'Institut de France ?**

Un devoir de pédagogie et de narration.

.....

**23. Personnellement, qu'est-ce qui vous anime chaque jour quand vous partez travailler pour l'Institut de France ? A quelle grande cause / mission souhaitez-vous participer ?**

Le cahier des charges doit donner de quoi alimenter cette réflexion.

.....

**24. Si vous deviez comparer la relation entre l'Institut de France et les 5 Académies à souhaiter pour demain à des relations humaines, quel serait ce type de relation ? Relation gémellaire ? Fraternelle ? de cousins éloignés ? Une relation amicale ? sans lien de sang ?**

Une relation fraternelle.

.....

**25. Si vous n'aviez que 3 mots pour qualifier l'Institut de France aujourd'hui ? Pour qualifier l'Institut de France souhaité pour demain ?**

Trop complexe pour le résumer ici, le cahier des charges doit donner de quoi alimenter cette réflexion.

.....

**26. Que pensez-vous de la marque Monnaie de Paris, institution voisine de la vôtre et de la « Métamorphose » qu'elle a opérée (dans sa marque, sa communication, son site physique, sa**

**programmation éducative, culturelle et artistique, dans son dispositif de communication, etc...)?**

Nous respectons tout à fait nos voisins qui ont fait un travail remarquable. Nous ne sommes toutefois pas comparables, nous sommes avant tout un lieu de travail et de partage du savoir, pas un musée.

.....

**27. Les identités visuelles des 5 Académies sont-elles prêtes à évoluer pour plus d'harmonie ?**

Cf. question 5

.....

**28. Selon vous, quels seraient les facteurs clés de succès du futur site internet ?**

Visuel, pédagogique, qui donne à voir la richesse de ce qui se passe à l'Institut de France, ses missions, la vie de son patrimoine. Notre meilleur outil de communication à la fois interne et externe.