



INSTITUT INTERNATIONAL DU FROID  
INTERNATIONAL INSTITUTE OF REFRIGERATION

177, boulevard Malesherbes  
75017 Paris - France

Tel. +33 (0)1 42 27 32 35  
Fax +33 (0)1 47 63 17 98

**IIFIR.ORG**  
in |  |  |   
[iif-iir@iifir.org](mailto:iif-iir@iifir.org)

## APPEL D'OFFRE

# NOUVELLE STRATEGIE DE COMMUNICATION ET IDENTITE VISUELLE DE L'INSTITUT INTERNATIONAL DU FROID

---

**Publié le :** 7 octobre 2024

**Date limite de soumission :** 14 octobre 2024

## Présentation de l'Institut International du Froid (IIF)

---

L'Institut International du Froid (IIF), aussi connu en anglais sous le nom d'*International Institute of Refrigeration* (IIR), est une organisation intergouvernementale créée en 1908, basée à Paris, dédiée à la promotion des connaissances scientifiques et technologiques liées au froid dans le respect de l'environnement et en tenant compte des impératifs économiques.

Son objectif principal est de favoriser le progrès et l'utilisation des technologies du froid pour améliorer la qualité de vie, la sécurité alimentaire, la santé publique, et la protection de l'environnement.

L'IIF regroupe des experts, chercheurs et professionnels de divers domaines, comme le froid industriel, le conditionnement d'air, les pompes à chaleur, ou encore le stockage de produits alimentaires et médicaux.

L'organisation encourage également la recherche, le développement durable et la diffusion de bonnes pratiques à travers des conférences, des publications, et des collaborations internationales.

L'IIF compte une trentaine de pays membres et travaille dans deux langues officielles : le français et l'anglais.

Grâce à son équipe de 14 employés et à sa structure organisationnelle basée sur 10 commissions (sous-domaines du froid) regroupées en cinq sections (domaines du froid), l'IIF encourage les partenariats et les collaborations avec des organisations, des instituts et des associations au niveau national et international sur toutes les questions relatives au froid, que ce soit en matière d'environnement, de durabilité, d'efficacité, de santé publique et de développement.

Pour plus d'informations, merci de consulter le site de l'IIF [www.iifir.org](http://www.iifir.org)

## Présentation et objectifs du projet

---

Dans le cadre de son nouveau positionnement stratégique global, l'IIF recherche un prestataire en charge de l'accompagner dans l'élaboration de sa nouvelle stratégie de communication, dans la conception de sa nouvelle identité visuelle (signature + refonte de son logo institutionnel), dans le développement de sa nouvelle charte graphique et dans la refonte de son site internet institutionnel.

L'IIF sollicite un accompagnement global dans la définition de sa stratégie de communication, qui passe notamment par la création d'un nouveau logo et d'une nouvelle identité visuelle institutionnelle reflétant les valeurs et les missions de l'Institut, tout en étant reconnaissables, marquants et intemporels, mais aussi dans la refonte de son site internet (technique et graphique).

Le logo et l'identité visuelle seront utilisés dans toutes les activités de l'IIF, y compris lors des conférences professionnelles, pour la refonte du site internet, sur les réseaux sociaux (Facebook, X, YouTube, LinkedIn) et partout

où l'IIF serait amené à se développer sur le web à l'avenir. La nouvelle identité sera déclinée sur le papier à en-tête, les cartes de visite, brochures, bannières, documents d'information et tout autre document imprimé selon les besoins. À la fin du projet, l'agence retenue fournira à l'IIF un document qui illustre clairement une stratégie de communication prête à déployer ainsi qu'une charte graphique harmonisée, prête à être exploitée dans toutes les activités de l'IIF et au sein de son organisation en général.

En raison du statut de notre institut, nous ne sommes pas soumis au Code des marchés publics.

## Périmètre du projet – Exigences techniques et commerciales

---

Nous comptons sur l'agence pour nous soumettre un processus créatif. Il sera demandé aux candidats de nous expliquer l'orientation créative et la méthodologie qu'ils ont choisi de suivre en lien avec ce projet.

Le candidat devra démontrer comment la mission, les valeurs et la stratégie actuelles de l'IIF se reflètent dans le logo et la charte graphique proposés.

### 1. Identité visuelle

- L'agence devra soumettre 2 à 3 concepts initiaux.
- L'agence devra fournir une charte graphique.
- L'agence devra se tenir à la disposition de l'IIF pour toute consultation dans les 24 mois suivant la réalisation définitive de la prestation (définition de la stratégie de communication, création du logo et déclinaison de la charte graphique).
- L'agence devra prêter assistance à l'IIF en matière d'impression des supports portant la nouvelle identité visuelle.
- L'agence sera reconnue pour le développement de l'identité de la marque.

Tous les droits concernant le logo et la charte graphique seront cédés à l'IIF qui en possèdera également les droits d'exploitation.

Les tâches à réaliser comprennent :

- Création de 3 à 5 propositions de logo en noir et blanc.
- Création de 3 à 5 propositions de logo en couleur.
- Plusieurs allers retours (nombre à définir) avec le commanditaire jusqu'à accord sur la version définitive.
- Après acceptation définitive du logo par le commanditaire, fourniture des éléments au format électronique (noir et blanc et couleur).
- Fourniture du logo au format vectoriel (eps) et au format image en haute, moyenne et basse résolutions (jpeg, tiff).
- Sélection de la famille de polices de caractères.
- Sélection des références de couleurs.
- Édition / Digital :
  - o Site web (une refonte du site est prévue en 2025). La réalisation du site web final sera prise en charge par une agence qui adaptera la charte graphique.
  - o Papèterie (papier à en-tête, cartes de visite, etc.)
  - o Modèle de page de publicité presse
  - o Modèle de kakémono
  - o Publications : Modèles de notes de synthèses, guides
  - o Modèles de campagnes d'emailing, de newsletters électroniques
  - o Modèle pour les cadeaux promotionnels (stylos, tasses, etc.)
  - o Conférences : Modèles pour annonces d'événements/appels à résumés, certificats, procédures, logos, etc.

### 2. Stratégie de communication

- a) **Audit initial** : L'agence doit commencer par réaliser un diagnostic complet de la situation actuelle de l'IIF (audit de communication), en analysant la présence médiatique, la stratégie de contenu actuelle, la concurrence et les tendances du marché.

- b) **Proposition de stratégie personnalisée** : En fonction des objectifs et des besoins de l'Institut, l'agence doit fournir une stratégie sur-mesure, comprenant des recommandations sur les canaux, les messages, et les actions à mener (réseaux sociaux, relations presse, publicité, etc.).
- c) **Créativité et innovation** : L'agence doit apporter des idées nouvelles et créatives pour se différencier des concurrents et toucher les publics cibles de manière percutante et innovante.
- d) **Expertise et compétences techniques** : Elle doit maîtriser les différents outils et techniques nécessaires pour mener à bien la stratégie (SEO, design, production de contenu, campagnes digitales, gestion de crise, etc.) et fournir des équipes spécialisées selon les besoins.
- e) **Suivi et reporting** : L'agence doit mettre en place un suivi régulier des actions et fournir des rapports détaillés sur les performances, en s'appuyant sur des KPI pour évaluer le retour sur investissement (ROI).
- f) **Capacité d'adaptation** : Elle doit être flexible et prête à ajuster la stratégie en fonction des résultats obtenus ou des éventuels changements dans le contexte international ou les priorités de l'organisation.
- g) **Transparence et communication fluide** : l'agence doit s'engager à entretenir une communication claire et ouverte avec l'IIF, en fournissant des informations régulières sur l'état d'avancement des projets, les délais, et les éventuels obstacles rencontrés.

## Compétences recherchées

---

Dans le cadre de notre projet de refonte de la stratégie de communication globale, nous recherchons une agence capable de nous accompagner dans l'élaboration d'une nouvelle stratégie de communication globale incluant l'identité visuelle, la charte graphique complète et la refonte du site internet institutionnel. Voici les critères que nous attendons de votre agence :

1. **Expertise et expérience avérées**
  - Une expérience significative dans la création d'identités visuelles et de chartes graphiques pour des entreprises de secteurs et tailles comparables.
  - Un portefeuille de réalisations prouvant des projets similaires réussis, avec des références pertinentes à l'appui.
2. **Compétence en stratégie de communication globale**
  - Une capacité à développer une stratégie de communication globale intégrant l'analyse des cibles, la définition des messages clés et l'articulation des supports (digitaux et physiques).
  - Une approche pluridisciplinaire combinant la création graphique et la maîtrise des canaux de communication numérique (réseaux sociaux, web, etc.).
3. **Créativité et capacité d'innovation**
  - Des propositions créatives et originales, adaptées à notre positionnement et à nos valeurs.
  - Une capacité à offrir des concepts graphiques qui se démarquent, tout en restant cohérents avec notre identité de marque.
4. **Compréhension approfondie de nos besoins**
  - Une approche collaborative permettant de bien comprendre notre entreprise, nos objectifs et notre culture.
  - Des solutions personnalisées et non standardisées, adaptées à nos spécificités.
5. **Maîtrise des outils de design et des technologies**
  - Une maîtrise des outils de design graphique et des tendances actuelles en matière de conception visuelle.
  - Une expertise dans l'application cohérente de la charte graphique sur différents supports (print et digital).
6. **Création d'une charte graphique complète et cohérente**
  - Une capacité à formaliser une charte graphique détaillée, incluant le logo, les couleurs, les typographies, les règles de mise en page et leur déclinaison sur divers supports.
  - La garantie d'une cohérence visuelle sur tous les canaux de communication de l'institution.
7. **Refonte du site internet institutionnel**
  - Une expertise avérée dans la conception et la refonte de sites web institutionnels, alliant design attractif, ergonomie et fonctionnalité.

- Une capacité à proposer une expérience utilisateur (UX) optimisée et une navigation fluide, avec une intégration harmonieuse de la nouvelle identité visuelle.
  - Une maîtrise des technologies web modernes, des principes de référencement naturel (SEO) et de l'optimisation des performances pour garantir une visibilité et une accessibilité accrues.
- 8. Réputation et fiabilité**
- Des avis et témoignages positifs de clients précédents, attestant de la qualité du travail fourni et du respect des engagements.
  - D'éventuelles distinctions ou certifications professionnelles dans le domaine de la communication et du design.
- 9. Gestion de projet rigoureuse**
- Une méthode de gestion de projet claire, avec des étapes précises (brief, validation, production, révision) et un respect strict des délais impartis.
  - Une communication fluide tout au long du projet pour assurer le suivi et l'ajustement en fonction des besoins.
- 10. Transparence et respect du budget**
- Des propositions budgétaires détaillées et transparentes, avec une ventilation des coûts par poste.
  - Une capacité à respecter notre budget, tout en garantissant un haut niveau de qualité.
- 11. Accompagnement post-projet et services additionnels**
- Un accompagnement après la livraison pour d'éventuels ajustements ou mises à jour de la charte graphique.
  - La possibilité de proposer des formations internes pour l'appropriation et l'application de la nouvelle stratégie de communication et de l'identité visuelle qui en découle.

## Les directives pour les soumissions

---

Votre agence est invitée à soumettre une proposition pour l'élaboration de la stratégie de communication, la conception du logo et de la charte graphique et la refonte du site internet de l'IIF, conformément aux exigences énoncées plus haut.

**1. Format**

Les propositions seront soumises au format PDF et ne devront pas excéder 10 pages (annexes comprises).

**2. Contenu**

L'agence devra illustrer son talent créatif dans sa réponse à cet appel d'offre. La proposition devra contenir les éléments suivants :

- a) Présentation du profil et de l'expérience (y compris les prix, récompenses ou autre reconnaissance dans son secteur).
- b) Liste de l'équipe dédiée au projet et qualification de ses membres.
- c) Exemples de réalisations précédentes pour le même type de prestation (logo et charte graphique).
- d) Calendrier proposé avec les livrables et les différentes étapes (approche progressive si pertinent).
- e) Détails sur la méthodologie, le processus créatif et l'assurance qualité.
- f) Devis incluant les avances éventuelles et tarifs horaires
- g) Trois références client - 1 actuel et 2 anciens.
- h) Informations complémentaires (presse, documents marketing, témoignages, ...).

**3. Validité de la proposition**

La propositions soumise en réponse à cet appel d'offre restera ferme et valide pour une durée de quatre-vingt-dix (90) jours à compter de la date de soumission.

**4. Quantité de propositions**

Une (1) proposition au format électronique.

## 5. Confidentialité

Les propositions et les informations qu'elles contiennent seront considérées comme confidentielles et ne seront partagées qu'avec les membres de notre comité de direction.

## 6. Date de clôture des soumissions

Les propositions devront être envoyées par e-mail à Nathalie de Grissac (Directrice de la Communication) [n.degrissac@iifiir.org](mailto:n.degrissac@iifiir.org) au plus tard le **14 octobre 2024 à 17h00 (heure de Paris)**.

Les propositions reçues après la date limite ne seront pas étudiées.

## 7. Calendrier

L'IIF prévoit le calendrier suivant pour le processus de son appel d'offre :

- 7 octobre 2024 – Publication de l'appel d'offre
- 14 octobre 2024 – Date butoir pour l'envoi des propositions par e-mail (17h00 - heure de Paris)
- A partir du 15 octobre 2024 – Contact avec les candidats présélectionnés pour organiser un RDV
- 1<sup>er</sup> décembre 2024 – Candidats informés de la décision finale

L'IIF procédera ensuite à la sélection des propositions qui correspondent le mieux au cahier des charges et contactera les prestataires concernés pour planifier une entrevue préliminaire qui aura lieu dans les bureaux de l'IIF à Paris.

Tous les candidats seront avisés quant à leur sélection ou non sélection.

*Merci pour votre temps, vos efforts et votre intérêt pour cet appel d'offre.*

### Votre contact à l'IIF :

Mme Nathalie de Grissac

Directrice de la Communication

+33 (0)1 42 27 32 71

[n.degrissac@iifiir.org](mailto:n.degrissac@iifiir.org)