

RÈGLEMENT DE LA CONSULTATION

Refonte de l'identité graphique d'I4CE

Information sur l'acheteur

Maitre d'ouvrage	I4CE – Institute for Climate Economics 10 rue de Penthièvre 75008 Paris N°SIRET 500 201 983 00037
Contact marché :	Pauline GAZILHOU-STURZEL Gestionnaire financier et administratif RH 06 88 45 94 97 pauline.gazilhou-sturzel@i4ce.org
Contact technique	Lucile PERRONNELLE Chargée de communication – Réseaux sociaux et web 06 08 37 88 10 lucile.perronnelle@i4ce.org

Information sur l'achat public

Type de contrat	Marché unique de prestation de service
Type de procédure	Consultation – marché de gré à gré
Période d'exécution des prestations	Du 18 juillet au 15 octobre 2026 Non renouvelable
Nombre de lots	Non alloti
Prix	Prix ferme (invariable pendant la durée du marché.)
Date de publication de l'offre	1 juin 2026

Déroulement de la procédure

Date et heure limite de réception des candidatures	26 juin 2026 à 18 heures
Date d'information du résultat de la consultation	17 juillet 2026
Date début du contrat	18 juillet 2026

Critères d'évaluation

Prix	25 %
Technique	70% : <ul style="list-style-type: none">• Qualité créative et direction artistique proposée (25 %)• Compréhension des enjeux stratégiques d'I4CE (20 %)• Expérience et références pertinentes (15 %)• Qualité de l'équipe projet (10 %)
Niveau de performance en matière de développement durable	5%

I. OBJET DE LA CONSULTATION

L'objet de la consultation porte sur la refonte complète de l'identité visuelle d'I4CE. Il s'agit de définir, concevoir et livrer un nouveau système graphique — direction artistique, charte graphique, éléments constitutifs et templates éditoriaux — capable d'accompagner le développement stratégique de l'institut auprès de publics élargis, tout en préservant sa crédibilité auprès de ses audiences historiques.

II. CONTEXTE DE LA COMMANDE

Depuis sa création en 2015, I4CE a construit sa crédibilité auprès d'un public essentiellement institutionnel et académique : administrations publiques, ministères, parlementaires, organismes européens, chercheurs et universités. L'identité visuelle actuelle — sobre et fonctionnelle — reflète fidèlement ces origines académiques.

Cependant, l'Institut souhaite continuer à développer sa communication auprès du secteur privé, des directions financières, des investisseurs institutionnels, des fondations et mécènes, qui sont habitués à des codes visuels plus affirmés, plus exigeants et plus immédiatement percutants.

Aujourd'hui, I4CE engage une évolution stratégique et visuelle : continuer à **élargir son influence et son audience vers le secteur privé** (entreprises, directions financières et RSE, investisseurs institutionnels, fondations et mécènes), sans renoncer à sa base institutionnelle et académique. Cette double ambition nécessite une identité visuelle capable de parler simultanément à ces deux univers ; la rigueur académique et l'exigence esthétique du monde financier et institutionnel.

Cette ouverture répond à une conviction profonde : la transition climatique ne se fera pas sans un engagement massif et éclairé du monde économique privé. La refonte graphique est donc un acte stratégique autant qu'esthétique : elle doit traduire visuellement l'ambition, la rigueur et la modernité d'I4CE.

La date de démarrage effectif est fixée au 18 juillet 2026 afin de tenir compte de la période estivale et de permettre une collaboration sereine dès le lancement de la mission.

III. ACHETEUR – Présentation I4CE

L'Institut de l'économie pour le climat (I4CE) est un think tank indépendant à but non lucratif, qui met l'analyse économique au service de l'action climatique.

Nous œuvrons à traduire les objectifs climatiques en politiques publiques et en choix économiques concrets : définir des priorités, orienter les investissements et concevoir des stratégies pour réduire les dépendances aux énergies fossiles et s'adapter au changement climatique.

Nos travaux visent à identifier les leviers de la transition, éclairer le débat public sur les besoins d'investissement et guider des décisions à la hauteur des enjeux climatiques.

Ils s'appuient sur un dialogue constant avec celles et ceux qui conçoivent, financent et mettent en œuvre l'action climatique – des collectivités locales à l'Etat, de l'échelle européenne aux cadres internationaux ainsi qu'avec les entreprises.

Fondée sur la rigueur scientifique, l'indépendance et la transparence, notre expertise contribue à renforcer l'efficacité, l'efficience et l'équité des politiques climatiques.

I4CE est une association d'intérêt général, créée en 2015 par la Caisse des Dépôts et l'Agence française de développement.

I4CE produit des analyses, des études et des évaluations économiques indépendantes destinées à éclairer les décisions politiques, réglementaires et financières liées à la transition climatique.

Nos équipes de chercheurs et d'économistes interviennent sur des thématiques structurantes : financement de la transition écologique, tarification carbone, investissements publics et privés dans le climat, politiques climatiques comparées à l'échelle internationale. Nos travaux sont régulièrement cités dans les débats parlementaires, les rapports institutionnels et les médias spécialisés.

Site web : <https://www.i4ce.org/>

Siège : 30 rue de Fleurus, 75006 Paris

IV. OBJECTIFS DE LA REFONTE GRAPHIQUE

Objectifs

La refonte de l'identité graphique d'I4CE doit répondre à trois ambitions complémentaires :

① **Affirmer notre positionnement** : Incarner visuellement ce qu'I4CE est : une institution rigoureuse, indépendante, à la pointe de la recherche économique sur le climat. L'identité doit rayonner la crédibilité et l'expertise sans jamais paraître froide ou hermétique.

② **Conquérir de nouveaux publics** : Séduire et convaincre des interlocuteurs privés — dirigeants d'entreprises, directeurs financiers, investisseurs, mécènes — qui n'ont pas nécessairement de culture académique mais qui sont sensibles à une communication visuelle forte, distinctive et haut de gamme.

③ **Rendre la complexité accessible** : L'économie du climat produit des données denses, des graphiques complexes, des analyses chiffrées. Notre nouvelle identité doit être un outil au service de la clarté : transformer l'information rigoureuse en quelque chose d'immédiatement lisible, impactant et mémorable.

Objectifs visuels

La refonte graphique a pour objectif de donner envie d'**ouvrir, lire et partager** nos publications, d'inspirer **confiance et modernité** simultanément et enfin de créer une **reconnaissance immédiate** d'I4CE dans un paysage saturé de rapports institutionnels.

Cette refonte doit positionner I4CE comme un acteur **incontournable et audacieux** du débat économique et climatique.

V. PERIMETRE DE LA COMMANDE

La refonte porte exclusivement sur l'identité visuelle et les supports éditoriaux (Phase 1). Elle ne couvre pas la refonte du site web ni la production de contenus éditoriaux.

VI. LIVRABLES ATTENDUS

Les attendus :

- Établir une direction artistique cohérente, systémique et librement déclinable sur le long terme.
- Produire une charte graphique complète, opérationnelle et pérenne, déclinable sur l'ensemble des supports print et digitaux.
- Fournir des templates éditoriaux directement utilisables par les équipes d'I4CE, sans compétences graphiques avancées.
- Créer une bibliothèque d'icônes thématiques, facile à réutiliser par toutes et tous.

Ce que nous souhaitons voir évoluer :

- Passer d'une identité fonctionnelle à une identité mémorable et visuellement marquée.
- Éviter les palettes de couleurs neutres, les typographies classiques et les mises en page sans caractère.
- Faire de la donnée et de la statistique une matière visuelle à part entière, et non un élément fonctionnel relégué en annexe ou un élément servant seulement d'exemple ou de preuve.

Une charte graphique complète

La charte graphique est le livrable central de la mission. Elle doit être exhaustive, opérationnelle et immédiatement applicable par les équipes d'I4CE.

Elle comprendra a minima :

- Logo et déclinaisons existantes
- Palette chromatique principale et secondaire avec codes complets (HEX, RVB, CMJN, Pantone).

- Typographies officielles avec hiérarchies complètes (H1 à H6, corps de texte, légendes, accroches, citations) et règles d'usage précises.
- Éléments graphiques constitutifs de l'identité : formes, lignes, trames, textures vectorielles.
- Règles de composition typographique.
- Traitement des chiffres clés et des statistiques.
- Règles pour les graphiques et les visualisations de données (logique de tailles de polices, de choix de graphique, tailles des polices, positionnement des chiffres, niveaux de détails et colorimétrie par thème, emplacement des icônes dans ces visuels, ...)
- Grilles de mise en page pour les formats principaux (A4, A5, formats digitaux).
- Règles d'usage : usages autorisés et usages déconseillés (avec mauvais exemples illustrés).
- Iconographie dédiée : une icône par thématique, une icône par type de support de communication (billet de chercheur, tribune, étude, policy brief, etc.).

- **Templates éditoriaux**

Les équipes d'I4CE produisent régulièrement des publications longues et des notes courtes. Ces documents doivent refléter la nouvelle identité tout en restant aisément produits par des non-designers.

Deux types de productions principales sont attendus sur les supports print et digitaux :

Climate Report — Rapport / Étude complète (format A4, 10 à 90 pages)

- Pages de couverture (recto, dos, dos de couverture) - format PNG & SVG
- Pages intérieures : gabarits pour texte courant, encadrés, tableaux, graphiques.
- Page de garde, pages de transition entre chapitres.
- Espace dédié pour le projet / financeur (texte court et espace pour logo)
- Espace dédié pour le nom, prénom, poste et adresse e-mail des chercheurs (jusqu'à 4)
- Gabarits des éléments graphiques pour Indesign & Illustrator

Brief — Policy Brief / Note courte (format A4, 8 pages maximum)

- Mise en page éditoriale dense, mise en valeur des conclusions et recommandations.
- Version synthétique du Climate Report : mêmes codes visuels, format condensé.
- Espace dédié pour le nom, prénom, poste et adresse e-mail du chercheur référent.
- Gabarits des éléments graphiques pour Indesign & Illustrator

- **Formats de fichiers attendus**

- Charte graphique : PDF (version diffusion) + fichiers sources (AI, PSD ou Figma).
- Icônes : SVG et PNG HD
- Templates éditoriaux : Word (.docx) pour usage autonome par les équipes + PDF de référence. SVG & PNG des trames graphiques / fonds / visuels.
- Autres éléments graphiques : SVG et PNG haute résolution.

VII. CALENDRIER PREVISIONNEL DE LA MISSION

À titre indicatif, les grandes phases de la mission se dérouleront comme suit :

Phase	Contenu principal	Durée estimée
1 — Kick-off et immersion	Réunion de lancement, partage des documents existants, entretiens avec les équipes, analyse de l'existant.	1 à 2 semaines
2 — Direction artistique	Présentation de 2 à 3 pistes créatives, validation de la DA retenue.	3 à 4 semaines
3 — Développement de la charte	Déclinaison complète de l'identité, développement des éléments constitutifs, iconographie, typographie.	3 à 4 semaines
4 — Templates éditoriaux	Production des templates pour les prints en format Word et PDF (Climate Report, Brief).	2 à 3 semaines
5 — Livraison finale	Consolidation de la charte graphique, livraison de tous les fichiers, session de passation avec les équipes.	1 semaine

VIII. CIBLES ET AUDIENCES VISEES

• **Cible principale**

Les audiences prioritaires d'I4CE restent les institutions publiques et la communauté académique. L'identité graphique doit s'adresser à eux en premier :

- Institutions européennes et internationales
- Ministères et administrations centrales
- Parlementaires et cabinets ministériels
- États et collectivités territoriales
- Climatologues, économistes et chercheurs universitaires

• **Cibles secondaires**

Parler au secteur privé constitue un axe majeur de développement. La nouvelle identité doit pouvoir s'adresser avec efficacité à :

- Fondations et mécènes privés
- Entreprises : directions financières, directions RSE

- Investisseurs institutionnels
- Banques et acteurs du financement du développement
- Médias

Notre cible est large : des étudiants aux responsables institutionnels. La tranche d'âge est variée (plus de 70% de plus de 45ans).

Ton et posture attendue

L'identité graphique d'I4CE doit incarner une posture triple : précise et rigoureuse (crédibilité scientifique), moderne et affirmée (impact visuel immédiat), pédagogique et accessible (capacité à vulgariser des sujets complexes). Elle ne doit jamais basculer dans le registre militant ou polémique — I4CE est un tiers de confiance indépendant.

IX. DIRECTION ARTISTIQUE

Ambiance générale souhaitée

Nous souhaitons une identité visuelle qui soit simultanément : précise et épurée (data-driven), moderne et dynamique, affirmée sans être agressive. Les prestataires sont invités à explorer des propositions audacieuses : jeux sur les contrastes d'échelle, espaces blancs assumés, blocs de couleur affirmés, compositions qui respirent mais qui frappent.

Partis pris structurants

La typographie comme élément graphique majeur

Les titres ne sont pas simplement des textes : ils composent la page. La typographie doit jouer un rôle sculptural, structurant, parfois monumental. Les titres massifs, les jeux de casse et de graisse, les compositions typographiques fortes sont des pistes expressément souhaitées.

La donnée comme matière visuelle

Les chiffres, les statistiques et les graphiques ne sont pas des éléments fonctionnels : ils sont mis en scène, magnifiés, traités comme des éléments graphiques à part entière (cf. approche « statistiques incarnées »). Les visualisations de données doivent être pensées comme des composantes de l'identité, pas comme des contenus neutres.

Des compositions épurées mais colorblock

Ensembles épurés avec des blocs de couleur affirmés (colorblock). Ton sur ton possible. Bords arrondis ou angles droits : à proposer et argumenter dans la réponse. L'iconographie sera minimaliste et dédiée : une icône par thématique, une icône par type de support de communication (billet de chercheur, tribune, étude, policy brief, etc.).

Palette chromatique

I4CE organise ses travaux autour de grandes thématiques. La palette chromatique doit refléter cette organisation. Ci-dessous la proposition de départ, ouverte à évolution et consolidation par le studio retenu :

Catégorie	Thématique	Couleur	Code HEX
Défis économiques	Investissement	Bleu marine	#1A3A5C
Défis économiques	Financement public	Bleu roi	#1E5FAD
Défis économiques	Outils de pilotage du financement	Bleu acier	#4A7FB5
Défis économiques	Financement du développement	Bleu ciel	#5B9BD5
Défis économiques	Réglementation financière	Bleu gris	#6B8FA8
Défis économiques	Certification carbone	Bleu ardoise	#4F7D9A
Echelle	Collectivités	Violet prune	#6B3F8A
Echelle	Europe	Violet bleuté	#4A4E9A
Echelle	France	Indigo	#3D3D8F
Echelle	International	Mauve	#8A5BAD
Action climatique	Adaptation	Orange ambre	#E07B2A
Transitions	Transition énergétique	Vert émeraude	#00845A
Transitions	Agriculture et alimentation	Orange terre	#E8821A
Transitions	Forêt et bois	Marron bois	#6B3A2A
Transitions	Technologies vertes	Vert menthe	#3ABFA0
Transitions	Accessibilité	Jaune soleil	#F5C400

Note : Cette palette thématique peut être complétée par une palette institutionnelle principale (couleurs de marque I4CE) et une palette secondaire (couleurs fonctionnelles). Les codes complets (HEX, RVB, CMJN, Pantone) seront définis et livrés par le prestataire retenu dans la charte graphique finale.

Contraintes chromatiques :

- Gestion des doubles ou triples thématiques (une publication à cheval sur plusieurs thèmes) : quelle solution chromatique ?
Par exemple, une publication est très souvent liée à 1 ou 2 thèmes et 1 échelle
- Niveau d'accessibilité numérique visé : WCAG AA minimum requis.

TYPOGRAPHIE

Typographies actuelles et leur ressenti

L'identité typographique actuelle d'I4CE est sobre et fonctionnelle, adaptée à un contexte académique mais manquant de caractère et d'impact visuel. Elle ne reflète pas la modernité et l'ambition que I4CE souhaite projeter. Les polices retenues doivent être gratuites.

Lexia DaMa pour titres et Helvetica pour corps

Direction souhaitée

Nous souhaitons une typographie plus moderne, plus affirmée, plus immédiatement reconnaissable. La typographie devra jouer un rôle graphique fort : les titres massifs, les jeux de contraste entre graisse et légèreté, les compositions typographiques audacieuses sont des pistes expressément encouragées.

Contraintes typographiques

- Accessibilité numérique : les typographies retenues pour le corps de texte doivent être conformes aux standards WCAG AA (lisibilité, contrastes).
- Usage opérationnel : pour les templates, au moins la police de corps de texte doit être disponible sans installation spécifique (police système) OU les équipes doivent pouvoir l'installer facilement. Une alternative système doit être prévue.

Les droits typographiques éventuels (licences) peuvent être présentés séparément en hors-budget, avec justification détaillée.

Livrables typographiques attendus

- Définition du nombre de typographies (recommandation : 2 à 3 maximum — titres, corps de texte, accents/citations).
- Hiérarchie typographique complète : H1 à H6, corps de texte, légendes, accroches, citations.
- Règles d'usage précises : tailles, interlignes, espacement, couleurs autorisées par niveau.
- Déclinaison pour les chiffres clés et les statistiques mises en valeur.

STYLE GRAPHIQUE GÉNÉRAL

Style visuel attendu

L'identité graphique d'I4CE doit être précise, épurée, data-driven et moderne. Les prestataires sont invités à proposer un univers visuel qui soit :

- Sérieux et institutionnel dans ses fondamentaux (crédibilité académique).
- Accessible et pédagogique dans ses applications éditoriales (vulgarisation des sujets complexes).
- Moderne et dynamique dans ses partis pris graphiques (impact visuel, mémorabilité).

Traitement des visuels

Comme précisé dans la direction artistique, les visuels seront construits à partir de :

- Typographie traitée comme élément graphique (titres massifs, compositions typographiques).
- Formes géométriques, trames et textures vectorielles.
- Illustrations schématiques minimalistes.
- Iconographie dédiée (une icône par thématique, une icône par type de support).
- Données visuelles et graphiques mis en scène comme éléments graphiques.
- Blocs de couleur affirmés (colorblock), ton sur ton.

Place de la visualisation de données

La visualisation de données est un pilier central de l'identité d'I4CE. Les chiffres, statistiques et graphiques doivent être traités comme des éléments graphiques à part entière (cf. approche « statistiques incarnées »). Le prestataire retenu devra proposer :

- Un traitement graphique des chiffres clés (grande taille, mise en scène colorée).
- Des gabarits pour les graphiques (courbes, histogrammes, camemberts, etc.) respectant l'identité visuelle.

Des règles de visualisation de données cohérentes et applicables par les équipes sans intervention du prestataire.

Cohérence systémique

Chaque élément de l'identité doit être pensé pour former un langage visuel complet, immédiatement reconnaissable et librement déclinable. L'identité doit fonctionner comme un système, pas comme un catalogue d'éléments indépendants.

X. CONTRAINTES

Contraintes techniques

- Les templates éditoriaux doivent être directement utilisables par les graphistes (AI et INDD et EPS)
- Les exports PDF doivent être haute définition et conformes aux standards d'impression.
- Les fichiers sources de la charte graphique doivent être livrés dans des formats éditables (AI, IDNN ou Figma).
- L'ensemble des éléments vectoriels (logo, icônes, formes) doit être livré en SVG et en formats d'impression (EPS, AI, IDNN, PDF).

Contraintes d'accessibilité

- Conformité WCAG AA minimum pour les usages numériques : contrastes de couleur, lisibilité des typographies.
- Les choix chromatiques doivent être testés pour la lisibilité en impression noir et blanc (pour les contextes d'impression économique).
- Les templates Word doivent être structurés avec des styles bien définis pour garantir l'accessibilité des documents PDF exportés (balises, structure).

III. DEPOT DES OFFRES

1 Présentation des offres

Les offres seront entièrement rédigées en langue française et exprimées en EURO. Si les offres des candidats sont rédigées dans une autre langue, elles doivent être accompagnées d'une traduction en français.

Les réponses des candidats devront parvenir par courrier électronique avant la date et l'heure limites de réception des offres soit le **26 juin 2026 à 18 heures**.

Les offres sont à transmettre exclusivement par voie électronique, au format PDF, lien web, Figma ou autre support web, à l'adresse dédiée :

lucile.perronnelle@i4ce.org et pauline.gazilhou-sturzel@i4ce.org

Objet du mail : « Consultation- Identité Graphique I4CE — votre nom d'entité »

2 Documents à produire

Chaque candidat aura à produire un dossier complet comprenant les pièces suivantes :

Au titre de la candidature :

- La fiche fournisseur comprenant la déclaration sur l'honneur pour justifier que le candidat n'entre dans aucun des cas d'interdiction de soumissionner (Fiche fournisseur ou DC1 ou DUME)
- L'attestation d'assurance responsabilité civile
- Extrait de KBIS
- Attestation de régularité URSSAF

Au titre de l'offre :

- **Book** : Présentation des travaux existants, en particulier les projets d'identité visuelle pour des organisations à vocation institutionnelle, académique ou à mission d'intérêt général.
- **Pistes de réflexion créatives** : Planches d'inspiration, exemples de références, premières pistes de DA (moodboards, directions typographiques et chromatiques envisagées). Il ne s'agit pas de produire une identité finale, mais d'illustrer la réflexion créative.

- **Un programme d'action** détaillant la méthodologie prévue sur la durée de la prestation.
- **Note de compréhension** : Reformulation des enjeux du projet, compréhension des besoins d'I4CE, identification des points d'attention.
- **Présentation du prestataire et de l'équipe projet** si plusieurs personnes : la présentation du profil des personnes impliquées. Si le candidat fait appel à des collaborateurs extérieurs, le préciser.
- **Un devis détaillé comprenant un chiffrage forfaitaire pour l'intégralité de la prestation et des temps passés tout frais inclus.** Le devis comprendra aussi les couts unitaires par catégorie de dépense (ex : cout jour, cout déplacement...).
- **Une présentation ou une note des engagements RSE.**

IV. INFORMATION COMPLEMENTAIRE SUR LE MARCHÉ

1 Echange avec I4CE

Les candidats ont la possibilité de solliciter les contacts pour des précisions, avant le 19 juin 2026 les réponses seront communiquées à l'ensemble des candidats pour garantir l'égalité de traitements des candidats.

L'identité des autres candidats ainsi que le nombre de réponses reçues ne seront pas communiquées.

2 Sélection des offres

Les candidatures conformes et recevables seront examinées, à partir des seuls renseignements et documents exigés dans le cadre de cette consultation.

À la suite de la réception des réponses, I4CE pourra engager des négociations sur des éléments mineurs et non déterminants à l'attribution du marché.

L'offre la mieux classée sera donc retenue à titre provisoire en attendant que le ou les candidats produisent les certificats. Le délai imparti par le pouvoir adjudicateur pour remettre ces documents ne pourra être supérieur à 5 jours.

3 Durée du marché

Le marché de prestation de service est conclu pour une durée initiale de 4 mois à compter de la signature du contrat.

Il ne peut être renouvelé.

4 Modalité de paiement

Les sommes dues aux titulaires seront payées dans un délai global de 30 jours à compter de la date de réception des factures. Il sera apprécié une facturation au service fait. La mise en place d'un acompte de 30 % à la signature du contrat est envisageable.

V. CRITERE D'EVALUATION

I4CE souhaite sélectionner un prestataire pour la refonte de son identité graphique, les critères d'attribution, pondérés présentés permettront de déterminer la meilleure offre au regard de l'avantage économique global pour l'acheteur :

1 - Critère Financier : 25 %

La notation du critère prix se fait par une comparaison avec l'offre moins disante après élimination des offres anormalement basses, inappropriées, irrégulières et inacceptables. Ce critère est noté à partir du Prix total de la prestation du DQE.

*Règle d'attribution de la note : $10 / (\text{Prix de l'offre du prestataire} / \text{Prix de l'offre la plus basse reçue par I4CE})$ *Pondération du critère prix*

Ainsi l'offre la moins disante se verra attribuer la note après pondération de 2,5 points.

Les prestataires sont invités à calibrer leur proposition en conséquence, en faisant des choix clairs sur ce qui peut être réalisé dans ce cadre et en signalant, le cas échéant, ce qui pourrait être reporté sur une phase ultérieure. Plusieurs phases d'aller-retours et d'échanges sur les contenus doivent être prévus dans le devis final.

Droits typographiques éventuels : si les choix typographiques impliquent l'achat de licences, ceux-ci peuvent être présentés séparément en hors-budget, avec justification détaillée.

2 - Critère Technique : 70%

Le critère technique sera évalué sur la base d'un mémoire technique détaillant les éléments suivants :

- **Qualité créative et direction artistique proposée (25 %) :**
 - Pertinence, originalité et cohérence des pistes créatives présentées.
- **Compréhension des enjeux stratégiques d'I4CE (20 %) :**
 - Capacité à saisir la double exigence (rigueur académique / impact visuel fort).
 - Compréhension du contexte et des priorités de l'Institut.
 - Pertinence de la méthodologie proposée pour accompagner I4CE
- **Expérience et références pertinentes (15 %) :**
 - Projets similaires réalisés, en particulier pour des organisations institutionnelles ou de recherche.
- **Qualité de l'équipe projet (10 %) :**
 - Mise à disposition d'un personnel qualifié en nombre suffisant, capable d'assurer la réalisation optimale des prestations. Le candidat devra présenter le profil des personnes qu'il souhaite affecter à la mission.

3 - Critère développement durable : 5 %

Niveau de performance en matière de développement durable notamment au regard des actions mises en œuvre par la société dans le cadre des prestations objet de la consultation (5%).

Partage de valeurs (responsabilité environnementale, égalité sociale, ambition d'activité bas-carbone), sensibilité à un impact numérique raisonné.

- Environnement : existence d'une charte RSE ou explication de la politique environnementale du candidat.
- Social : présentation de l'engagement du candidat en faveur de l'égalité professionnelle (femmes-hommes) et politique de recrutement inclusive.