

Composantes de l'offre (catégorisation des critères sur lesquels l'offre sera jugée)		Démonstration attendue (objectifs assignés au candidat dans le dossier de consultation)	Eléments d'appréciation minimaux	Pondération illustrative
I. Positionnement de l'offre commerciale		Capacité de l'enseigne à proposer aux clients une offre variée en adéquation avec leurs attentes en cohérence avec l'image qualitative et l'attractivité du site gare. Ce positionnement se traduit par des attributs mesurables : notoriété, qualité des produits/services, design, expérience client, capacité à attirer une clientèle nationale et internationale	Présentation du concept et de l'enseigne Présentation du candidat et de son expérience Description de l'offre produits et la cohérence entre les produits Présentation de l'adéquation de l'offre par rapport à la gare et aux attentes de la clientèle Démonstration par l'enseigne du positionnement qualitatif de sa gamme Image de marque forte avec un rayonnement national et/ou international	25%
			Détail des prix proposés	
		Etablir une politique de prix adaptée en fonction du positionnement du concept et de l'emplacement	Justification de la politique de prix proposée Comparatif par rapport aux prix pratiqués par la concurrence	
			Descriptif de la politique d'animation commerciale, incluant le développement de la présence sur les réseaux sociaux, l'animation de la communauté et la mise en place de campagnes de communication. Cohérence entre les produits, l'univers de marque et le pricing Une projection du développement de l'enseigne et de ses perspectives sur la durée du contrat Politique de renouvellement des offres/collections Plan d'animation adapté aux temps forts en gare (vacances, ponts, week-end) Modalité de transmission des données pour le suivi fin de l'activité, des ventes et des produits Engagement, adhésion et contribution proposée dans le cadre du programme Place de la Gare - Le Club	
		Le Candidat sera sensible, sur toute la durée du contrat, aux tendances de consommation actuelles et plébiscitées par les consommateurs afin de toujours dynamiser son offre produits.		
II. Qualité et adaptation du projet (aménagement et exploitation)		Créer une ambiance globale de qualité, en respectant les contraintes techniques et architecturales afin d'offrir une expérience client de qualité à travers les choix d'aménagement, (parcours client, qualité de l'accueil et du service, mise en scène du point de vente, gestion des flux, temps de service cible, nombre d'encaissement, matériaux, finitions, mobilier, éclairage...)	Un plan d'aménagement de principe des surfaces, Une esquisse/perspective d'ambiance et/ou d'un visuel de l'aménagement. Perspectives 3D du projet Mood board de l'aménagement intérieur en lien avec le patrimoine architectural de la galerie des Fresques Visibilité et lisibilité de l'offre pour un voyageur pressé et mise en scène de l'expérience en point de vente Design et perception qualitative du point de vente Plans APD du projet intégrant les flux clients, les accès	20%
			Proposition d'un planning de réalisation du projet	
		Faisabilité : description des délais de travaux et d'obtention des autorisations nécessaires pour réaliser l'aménagement	Délai de remise du DAM Délai de réalisation des travaux Liste, conditions et délais d'obtention des autorisations administratives nécessaires à l'activité Le détail des amplitudes horaires envisagées	
		S'assurer que l'offre proposée garantira que l'occupant assurera une amplitude horaire suffisante et adaptée au flux	La justification de ce choix d'amplitude par rapport au flux	
		Adaptera la présence humaine pour garantir un bon niveau de service	Détail du nombre d'Equivalents Temps Plein (ETP) Organigramme des fonctions	
			Une description de sa politique qualité et des contrôles qualité qui seront organisés Une description de l'intégration de nouvelles technologie dans le concept et/ou dans l'exploitation et les engagements en terme de satisfaction client, traitement des réclamations clients et politique de réponses aux commentaires sur les réseaux sociaux	
		Qualité et nouvelles technologies		
III. RSE		Concept Le candidat sera attentif à la qualité environnementale des produits et du sourcing local des fournisseurs	- Partage d'informations sur le label et certification d'une manière plus globale (entreprise, fournisseurs, produits etc.) - Part de production locale / européenne (pertinent en non-alimentaire) - Choix de fournisseurs engagés (traçabilité, conditions de production) - Réduction de l'empreinte transport (circuits courts quand possible) - Politique d'achats responsables formalisée - Limitation des emballages / packaging responsable	20%
		Aménagements Mettre en oeuvre un aménagement en ligne avec les contraintes spécifiques aux commerces de gare et la politique RSE de G&C : - Diminuer les consommations en énergie finale - Utiliser des matériaux labellisés issus du biosourcé, du réemploi de filières locales	- Augmenter la part de matériaux issus du biosourcé et/ou du réemploi et/ou de filières locales. - Choisir les équipements les moins énergivores de leur catégorie et un éclairage basse consommation - Mettre en place un dispositif permettant la mise en veille ou l'extinction programmée des équipements ou éclairages non indispensables en dehors des heures d'ouverture. - Réaliser un aménagement permettant de réduire les déperditions énergétiques et améliorer le confort thermique des usagers. - Faire appel à des artisans locaux et/ou des personnels s'inscrivant dans des dispositifs d'insertion par l'emploi pour les travaux	
		Moyens humains Politique sociale : inclusion et équité	- Politique d'embauche de collaborateurs en réinsertion professionnelle ou en situation de handicap, mesure d'équité salariale, création nette d'emploi vs déplacement, partenariats avec les maisons de l'emploi ou France Travail... - Indexe d'égalité homme-femme	
		Exploitation Mettre en valeur l'articulation de la politique RSE du candidat avec celle de G&C, plus particulièrement sur les objectifs suivants : Atteindre zéro déchet non valorisable en 2035 (meilleurs efforts de mise en place) Respect des consignes de tri de la gare (flux de tri...)	Mesures de réduction et/ou de valorisation des déchets sur le point de vente : - tri et recyclage des déchets, - suppression du plastique, - réduction du gaspillage alimentaire - logistique du dernier km	
IV. Pertinence et solidité de l'offre financière		Prévisions d'activité	CA prévisionnel Réalisme des hypothèses et justification de la prévision de CA Partage de benchmark sur des boutiques similaires Juste dimensionnement des moyens d'exploitation (OPEX)	35%
		Sécurisation de la redevance	Proposition de Redevance Annuelle de Base Niveau de sécurisation de la RAB par rapport à la RV	
		Financement de la proposition	Liasse fiscale ou éléments de bilan : fonds propres, endettement Plan de financement du projet Sensibilité financière aux variations d'activité	
			Montants d'investissement initiaux	
		Enveloppe d'investissement	Montants de réinvestissements en cours de contrat Détail des investissements par lot de travaux	