

RESCAPE GAME

CAHIER DES CHARGES



Nom de la mini-agence

SoFar Agency



Membres de l'agence et rôles

Chef de projet : Adèle André

Responsable administration : Lisa Provenzano

Responsable communication : Aurélie Bouzin

Responsable logistique : Lua Jacqmin

Responsable activité : Goldy Mbuanga

Client

Respect Zone



Appel d'offre

Création d'un événement visant à sensibiliser les jeunes de 12 à 15 ans à la notion de respect et à recruter des ambassadeurs Respect Zone parmi ceux-ci.

Table des matières

L'émetteur.....	3
• Objectifs pour l'émetteur :	3
• Objectifs pour la cause défendue :	3
• Objectif pour public-cible :	4
• Analyse SWOT :	4
Le public cible.....	5
Présentation de l'événement.....	7
• Nom de l'événement.....	7
• Lieu de l'événement	7
• Date et durée de l'événement	8
• Activités détaillées de l'événement	9
• Activité détaillée pour le visiteur	10
Logistique et pilotage.....	11
• Plan d'implantation	11
• Prestataires et partenaires :	12
• Inventaires des démarches :	13
• Rétroplanning :	15
• Conduite précise de la journée :	16
• Checklist de validation :	16
• Imprévus :	17
Communication	18
a. Différents publics touchés par notre communication.....	18
b. Outils de communication	20
Annexes.....	22
Bibliographie/Webographie	27

L'émetteur

- **Objectifs pour l'émetteur :**

Créer un événement créatif et interactif pour les jeunes de 12 à 15 ans dans le but de les sensibiliser à la notion de respect et d'irrespect en leur faisant vivre une expérience immersive. Cette expérience a pour but de les faire réaliser par eux-mêmes ce qu'est le respect et de les sortir de la passivité grandissante de cette génération. L'objectif de l'émetteur se scinde en trois sous-objectifs :

- ✓ **Objectif Cognitif :** Il s'agit ici de faire connaître l'ONG Respect zone. Plus précisément de toucher un public jeune, probablement moins sensible à ce genre de cause en général. Il s'agit également de s'ouvrir au « marché belge », dans le but de se faire connaître ici.
- ✓ **Objectif Affectif :** A travers cet événement, nous aimerions non seulement faire connaître la cause du respect mais aussi agrandir les défenseurs de cette cause.
- ✓ **Objectif Conatif :** Cet objectif pousse le participant à agir aussi bien pendant l'événement qu'ultérieurement. Dans un premier temps nous aimerions, avec cet événement, changer le comportement des jeunes. Les sensibiliser et leur faire réaliser ce qu'est le respect ainsi que d'autres valeurs, comme l'entraide, l'écoute, le travail d'équipe, la prise de décision, et pourquoi il est aussi important d'en faire usage. Dans un deuxième temps, il est important de pouvoir recruter un maximum d'ambassadeurs de la cause de Respect zone. Ces ambassadeurs sont précieux car c'est aussi grâce à eux que passe la diffusion de la cause.

- **Objectifs pour la cause défendue :**

L'objectif de la cause défendue est de créer « un monde meilleur ». En effet le respect n'est pas une valeur choisie au hasard. En choisissant le respect, on parle également de tout un tas de valeurs sous-entendues comme l'écoute, l'acceptation des autres, le travail d'équipe, la coopération, l'acceptation des différences, l'entraide, etc... L'objectif est donc d'inculquer tout ce panel de valeurs qu'il est important de connaître tôt.

- **Objectif pour public-cible :**

L'objectif recherché par le public-cible est d'adhérer au respect sans avoir l'impression de faire un effort. Il faut qu'à la fin de l'événement, le participant ait envie, de s'engager dans cette cause. Pour se faire, il a fallu rendre le respect « cool » et tendance. En effet de 12 à 15 ans, l'image compte énormément. Une méthode qui pourrait pousser nos participants à s'engager serait de changer leur vision du respect.

- **Analyse SWOT :**

Forces	<ul style="list-style-type: none"> • Mot « respect » est difficilement touchable • Logo universel • Transmission d'une cause à laquelle tout le monde adhère • Label gratuit et accessible • Les mots Respect Zone n'ont pas besoin d'être traduits pour être compris
Faiblesses	<ul style="list-style-type: none"> • Cible compliquée et en constant changement
Opportunités	<ul style="list-style-type: none"> • Soutenus par des organismes influents, la presse, personnalités et entreprises
Freins	<ul style="list-style-type: none"> • Champs d'action limité : Ils ne peuvent pas éliminé tout manque de respect.

Le public cible

Le public-cible de l'événement sont les jeunes âgés de 12 à 15 ans pour plusieurs raisons ;

Tout d'abord, les jeunes sont l'avenir de notre société. Pourtant, on constate une banalisation du non-respect et ce, principalement sur les réseaux sociaux.

De manière générale, le respect est important pour chacun mais on a vite tendance à dérapier, à sortir hors de la zone de respect. Chez les jeunes, un langage vulgaire et agressif a été aisément adopté et est devenu banal, voir à la mode, sans même qu'ils ne se rendent compte de l'impact que ça peut avoir sur une personne.

Les jeunes sont continuellement à la recherche du respect et c'est d'ailleurs devenu une mode. Comme nous le dit le Figaro, les jeunes voient une obsession, depuis un petit temps, au respect.

« Où est le respect ? », « Le respect a disparu », voilà le type de phrases qui pullule sur les réseaux sociaux des jeunes en ce moment. Accompagnées de photo ou anecdotes, elles traduisent l'indignation des adolescents face à certaines situations choquantes. Mais même si l'intention de base est bonne, cette recherche de respect est aujourd'hui devenue une expression contradictoire à sa signification littérale. En effet, ces posts à la recherche du respect sont généralement moqueurs voire complètement irrespectueux.

La ligue nous informe également que l'image du respect chez les jeunes ne passe pas par l'appartenance à un groupe, comme chez les parents. Les jeunes d'aujourd'hui sont beaucoup plus individuels. L'identité se construit seule.

Ils s'exposent alors énormément. Le but est d'être meilleur, plus intéressant, d'avoir une vie plus trépidante que les autres, et cet esprit de compétition met souvent de côté le respect d'autrui.

Nous avons décidé de toucher toute la cible que l'émetteur voulait atteindre. Nous sommes désireux de réaliser un événement aussi complet que possible, dans le but d'attirer une multitude d'enfants de sexes, de cultures, classes sociales et autres, différents. Nous ne voulons discriminer personne dans l'accessibilité à un événement prônant le respect de chacun. Nous voulons des groupes d'enfants représentant au mieux la société dans laquelle nous vivons, aussi diversifiée soit elle, pour toucher encore plus les jeunes participants. En effet, le respect d'autrui passe par l'acceptation et la tolérance des différences de chacun.

Nous espérons, au final, un changement de mentalité des jeunes adolescents pour que le respect ne perde pas sa valeur et sa signification à leurs yeux.

Présentation de l'événement

a) *Objectif de l'événement*

L'événement cherche à sensibiliser les jeunes de 12 à 15 ans à la notion de respect et d'irrespect. Le but est qu'ils s'amusent, tout en les informant précisément autour de la problématique.

Après cela, nous espérons que ces adolescents adoptent un changement de comportement et qu'ils envisagent de devenir ambassadeurs respect zone.

b) *Présentation de l'événement*

- **Nom de l'événement**

Nous avons choisi le nom « Rescape Game » pour notre événement. L'événement se base principalement sur le jeu innovant et très à la mode en ce moment « Escape Game ». Nous en proposons une version améliorée autour de la thématique du respect. Nous avons donc décidé de faire une fusion entre ces deux mots.

- **Lieu de l'événement**

L'événement prend place en deux lieux différents.

Le jeu en lui-même se déroulera dans un bungalow de chantier, aménagé, décoré en salon et placé dans la cour de l'athénée royal Jean Absil.

La base de notre jeu est de s'échapper de ce bungalow tout en collaborant avec les autres pour trouver au plus vite des indices. Le bungalow nous permet alors de plonger les jeunes dans une situation de stress et d'éviter toute influence externe. Il nous semble important que les participants soient réellement livrés à eux même.

L'avantage d'avoir recours à ce bungalow de chantier est sa possibilité de mobilité entre différents lieux si l'événement rencontre un franc succès. Cela nous permettra donc de partager notre nouvelle manière de sensibiliser à la notion de respect partout en Belgique.

Ce bungalow sera donc installé dans la cour de l'école Jean-Absil. L'avantage de cet endroit est qu'il reste un lieu de confiance pour les parents laissant leurs jeunes enfants entre nos mains. De plus, nous souhaitons que l'accès à la cour soit indépendant aux bâtiments pour que ça donne un aspect nettement moins scolaire à l'événement et évite des dégâts potentiels pour l'école.

- **Date et durée de l'événement**

L'événement se déroulera le premier week-end après les vacances de Pâques 2018. C'est-à-dire le 22 et 23 avril, de 10h à 18h. Ces dates ont été choisies car nous commencerons la communication un mois avant les vacances pour laisser le temps aux jeunes de faire le nécessaire à l'avance (se renseigner, en parler autour d'eux, inviter leurs amis, créer les groupes et s'inscrire.)

Une semaine après la rentrée a été laissée volontairement avant l'événement pour les retardataires qui n'auraient pas eu le temps de s'inscrire.

- **Nature et spécificités de l'évènement**

La sensibilisation se fera sous forme de jeu. L'escape game est un jeu très tendance, mais est souvent organisé de manière plus complexe et destiné aux adultes. Les jeunes auront donc l'occasion de l'expérimenter tout en se sensibilisant au respect.

Notre événement sera gratuit et organisé de manière à ce qu'il n'y ait pas d'« embouteillage » grâce à l'ordre de passage établi lors des inscriptions.

Les jeunes seront actifs ; l'événement les fait sortir du passif, de leur côté scolaire habituel. Il aura alors plus d'impact sur eux, et ils passeront un moment agréable.

Une autre de ses spécificités est qu'il vise une notion bien particulière du respect : l'écoute de chacun, le travail d'équipe et la prise en compte de l'avis et de la présence de l'autre.



- **Activités détaillées de l'événement**

Une équipe composée de 5 personnes est enfermée dans un bungalow de chantier.

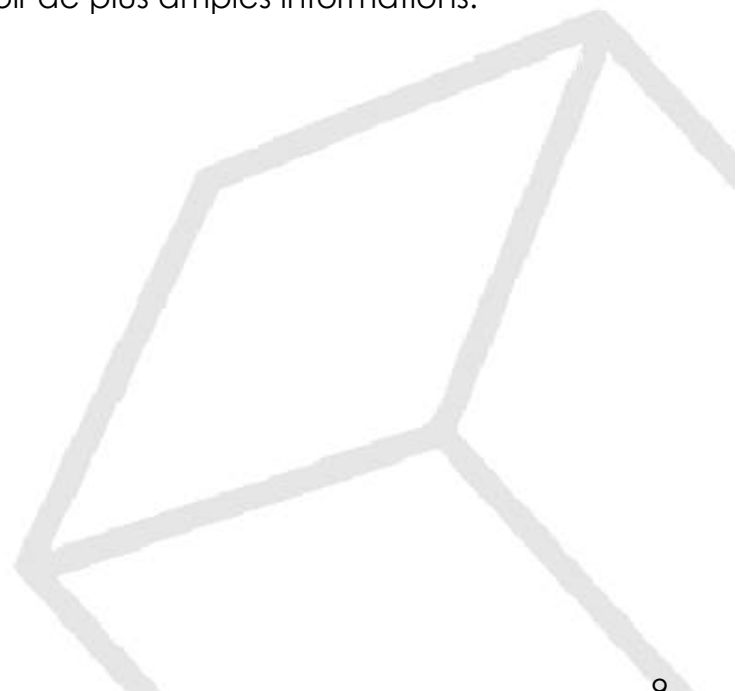
Pour pouvoir en sortir, ils doivent résoudre des énigmes sur la thématique du respect, rassembler des objets ou même réussir à ouvrir des cadenas pour trouver des pièces de puzzle qui, une fois rassemblées, formeront le logo Respect Zone. Tout cela doit se faire dans un temps imparti de 15 minutes.

Pour pouvoir évoluer rapidement dans le jeu, les enfants devront s'écouter, collaborer, faire participer chacun d'entre eux, en gros être respectueux les uns envers les autres.

Voici un exemple concret du genre d'énigmes auquel nos participants pourraient être confrontés : Les enfants rentrent dans le cube avec une tablette qu'ils devront déverrouiller. Un code leur est demandé pour pouvoir le déverrouiller. Ils doivent être observateurs et remarquer que sur le fond d'écran, un livre présent dans la pièce apparaît. Une fois ce livre trouvé, ils ont le code qui permet de déverrouiller la tablette. Ils tombent alors sur une citation/énigme basée sur l'écoute et l'entraide. Grâce à leur réponse trouvée, ils savent qu'ils doivent se diriger vers un poster en lien avec l'énigme, où la pièce est cachée ainsi qu'un nouvel indice. Et ainsi de suite... Une fois le Rescape GAME terminé, les participants ont l'occasion de partager leurs ressentis et également de dire ce qu'ils ont retenu sur la cause défendue.

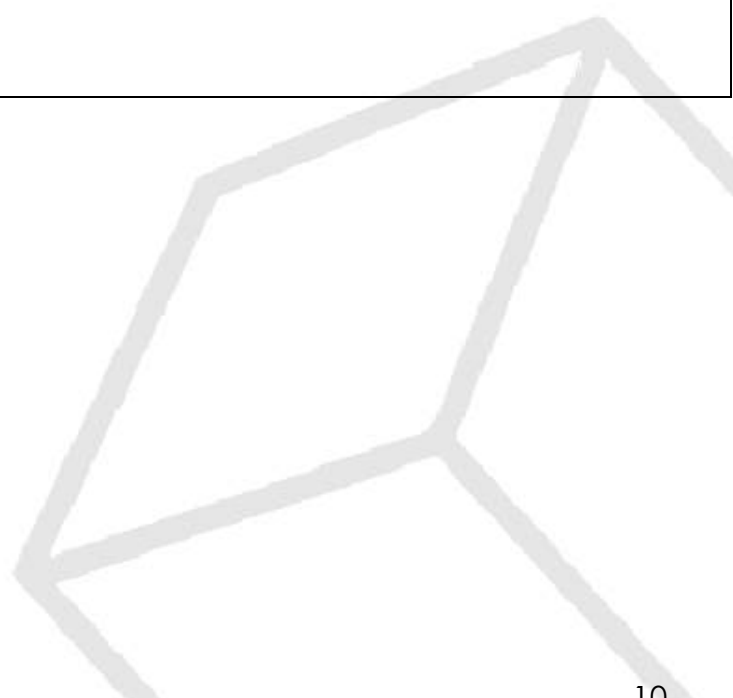
L'hypothèse de devenir ambassadeur leur est alors soumise par un membre de Respect Zone et ils sont mis au courant de toutes les démarches à effectuer pour adhérer à ce rôle.

Après ce débriefing, des goodies avec le logo Respect Zone leur sont distribués ainsi que le site internet sur lequel ils pourront avoir de plus amples informations.



- **Activité détaillée pour le visiteur**

09 :30	Ouverture et accueil	
10 :15 (puis tous les quarts d'heure)	Explication du jeu	
10 :30 (puis tous les quarts d'heures)	Partie de jeu	
10 :45 (puis tous les quarts d'heure)	Débrief et distribution de goodies	
18 :00	Fermeture	



Logistique et pilotage

- Plan d'implantation



- **Prestataires et partenaires :**

- Bénévoles

Justification : Nous avons besoin de bénévoles tout au long de notre journée, que ce soit pour l'installation, l'accueil des participants, la prise en charge des participants après leur partie de jeu, le rangement. Ils signent un contrat qui stipule qu'il s'agit bien d'une prestation non rémunérée, qu'ils auront droit à un panier repas sur l'heure du midi et d'eau tout au long de la journée.

Fiche technique : Accueil à 8h10 par les responsables. Petit récap de la journée et de la répartition des tâches. Fin de la journée de travail à 19H.

- Arabel

Justification : Nous avons choisi la radio Arabel car elle prône une série de valeurs qui correspond tout à fait aux valeurs véhiculées via l'événement.

Fiche technique : Arabel ne sera pas présente le jour de l'événement mais promeut notre événement via un billet radio lors de l'émission « *Tout pour faire un monde* », qui est l'émission détenant le plus d'audiences.

- Absil

Justification : Nous avons choisi de nous installer dans la cour d'une école pour plus de facilités quant aux autorisations communales. Il nous semblait bien d'organiser notre événement dans un environnement « connu » par les jeunes de cette tranche d'âge.

Fiche technique : Etre là dès 8h pour ouvrir les portes aux responsables et à 19h pour les fermer.

- Assurance

Justification : Pour éviter une charge pécuniaire supplémentaire en cas d'accident lors de l'événement, il faut souscrire une assurance de responsabilité civile de l'organisateur.

Fiche technique : Couvrir l'événement durant toute sa durée.

➤ Cabine Toi-toi

Justification : Nous avons choisi d'installer des cabines sanitaires pour éviter d'employer celles de l'école et ainsi empêcher tout passage au sein de l'établissement.

Fiche technique : Accueil par un responsable de l'événement pour installer la cabine à l'emplacement prévu.

➤ Livraison bungalow de chantier - AGECO

Justification : Le bungalow de chantier de 16m² est livré par la société de location elle-même pour plus de facilité.

Fiche technique : Livrer le container en temps et en heure et l'installer à l'emplacement prévu.

➤ Graphiste

Justification : La création d'un site et de flyers nécessite l'aide d'un graphiste pour un résultat professionnel.

Fiche technique : Réalisation des commandes pour XXX (voir Rétro planning)

● **Inventaires des démarches :**

➤ Assurance :

Souscription à une assurance de responsabilité civile de l'organisateur à AXA. Modalités : Paiement d'un montant de 110€.

➤ Sanitaires :

Livraison et retrait d'une cabine Toi-toi par la firme qui se charge elle-même du vidage et nettoyage de la cabine. Livraison 2h avant le début de l'événement. Modalités : Paiement d'un montant de 90€

➤ Electricité :

Intervention d'un groupe électrogène. Livraison 2h avant le début de l'événement. Modalités : Paiement d'un montant de 435€.

- Contrats bénévoles :
Faire signer un contrat par les bénévoles reprenant toutes les modalités et informations concernant l'événement. (Cfr. Annexes)

- Autorisation d'installation dans la cour d'école Jean Absil :
Demande d'autorisation à l'école elle-même d'occuper sa cour tout un weekend (22 et 23 avril 2018).



• **Rétroplanning :**

	Novembre	Décembre	Janvier	Février	Mars	Avril
Contact avec l'école (définition lieu et date)	[Orange bar]					
Contact avec la société louant le conteneur	[Orange bar]					
Contact avec la société louant le toi-toi	[Orange bar]					
Contact avec les bénévoles	[Orange bar]					
Contact avec l'assurance	[Orange bar]					
Contact avec le graphiste	[Orange bar]					
Création flyers	[Orange bar]					
Impression flyers	[Orange bar]					
Création du site web	[Orange bar]					
Communication : site web	[Orange bar]					
Communication : écoles	[Orange bar]					
Communication : spot radio	[Orange bar]					
Communication : événement facebook	[Orange bar]					
Brief des bénévoles	[Orange bar]					
Installation conteneur	[Orange bar]					
Décoration du conteneur	[Orange bar]					
Test de l'activité	[Orange bar]					

2 jours avant

- Conduite précise de la journée :

Heure de début/d'arrivé	Heure de départ/Retour	Tâche/Activité
9h10	9h30	Accueil bénévoles
9h30	9h40	Récap' de la journée
9h40	10h00	Imprévu
10h00	OUVERTURE DES PORTES	
10h00	10h05	Accueil 1er groupe
10h05	10h15	Briefing et explication au 1er groupe
10h15	10h16	Escorte jusqu'au container et fermeture de la porte
10h16	10h30	Attente de la fin de la partie
Inconnu	10h35	Accueil du 2ème groupe
10h35	10h45	Briefing et explication au 2ème groupe
10h30	10h40	Prise en charge du 1er groupe sortant - Débriefing
10h35	10h45	Réaménagement de la "Rescape room" (Remplacement des pièces de puzzle, ...)
10h45	10h46	Escorte du 2ème groupe jusqu'au container
10h00	18h00	REPETITION DU SCHEMA JUSQU'A LA FIN DE LA JOURNEE
18h00	FERMETURE DES PORTES	
18:10	18h45	Rangement
18h30	18h45	Retour des cabines Toi-Toi (Viennent la chercher eux même)
19h	Fermeture école - FIN	

- Checklist de validation :

Autorisation Ecole	Ok
Cabine Toi-Toi	Ok
Autorisation location de meubles et déco	Ok
Assurance RCO AXA	Ok
Autorisation pret container	Ok
Groupe électrogène	Ok
Graphiste (Flyers + Site)	Ok
Contrat bénévoles	Ok
Camion de déménagement	Ok
Impression flyers	Ok
Partenariat Radio - Arabel	Ok

- **Imprévus :**

Logistique :

Problème avec le **groupe électrogène**. Nous pourrions nous brancher sur l'alimentation de l'école.

Humain :

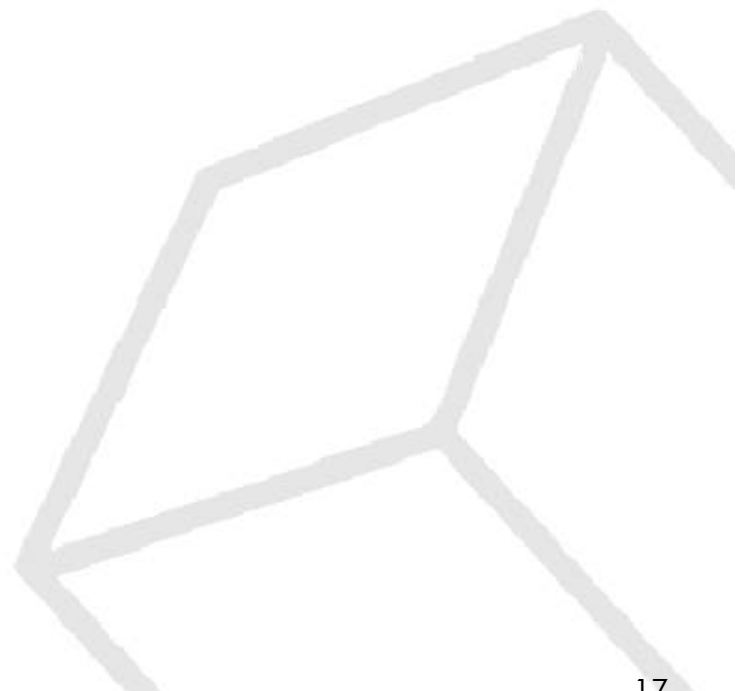
Un enfant qui fait un **malaise** dans le cube. Il est possible que le contexte d'enfermement crée un certain stress pour des enfants un peu plus impressionnables. Nous avons prévu une pharmacie de secours, et un des bénévoles devra avoir son brevet premier secours.

Organisation :

Un groupe **annule sa venue** à la dernière minute/ne vient pas. Si cela arrive, il nous suffit de faire passer le groupe d'après en avance s'il est là, sinon d'attendre simplement pour reprendre l'horaire normal.

Extérieur :

Mauvais temps. En cas de pluie, les enfants qui attendent leur tour ainsi que les bénévoles pourront s'abriter sous le préau, ceux qui sont dans le bungalow sont à l'abri des intempéries.



Communication

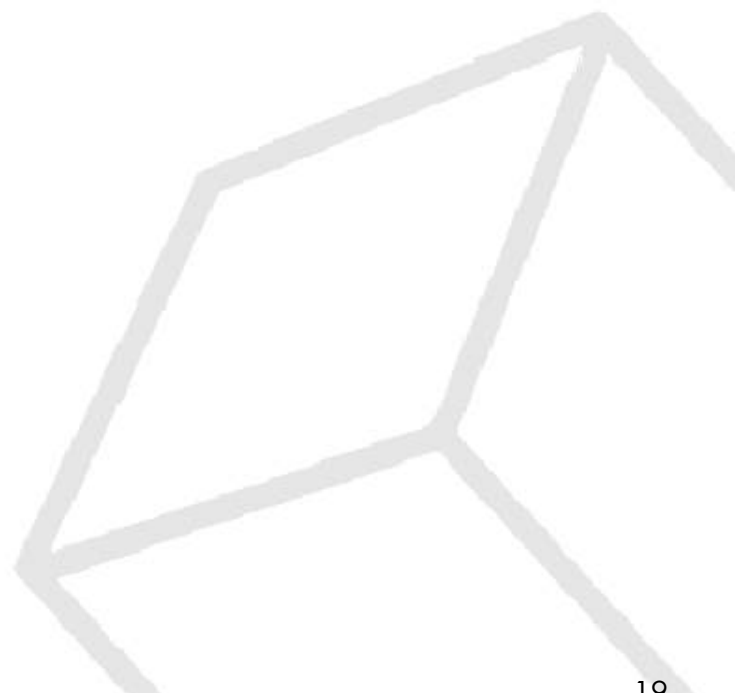
Lorsque nous avons pris connaissance de l'appel d'offre de Respect Zone nous avons constaté que le public ciblé par l'évènement était les jeunes de 12 à 15 ans. Les valeurs véhiculées par Respect zone n'étant pas des plus tendances, nous avons rapidement compris qu'une bonne communication serait primordiale pour pouvoir les frapper.

Lors de la mise en place des différentes stratégies de communication que nous allions utiliser, nous avons identifié un bon nombre d'acteurs qui pourraient jouer un rôle prépondérant dans la propagation de l'information concernant notre évènement. Ces acteurs, qui ne sont pas notre public cible mais bien un public relais, nous permettrons de mieux segmenter notre public afin d'optimiser nos chances de toucher les 12-15 ans.

a. Différents publics touchés par notre communication

- Les **jeunes de 12-15 ans** qui sont bien évidemment notre public cible. A cet âge-là, ils sont tous assez réceptifs à la cause tant que la forme et la façon de faire passer le message leur sont attractives. Une opportunité est de pouvoir redorer l'image du respect aux yeux des jeunes, lui donner un nouveau souffle et que le soutien de la cause du respect devienne « cool » et tendance. On promet aux jeunes une expérience aventureuse. Nous ne souhaitons pas en dire plus à propos de la nature de l'évènement sur notre outil principal de communication. Pour avoir plus d'informations, ils devront se rendre sur la page même de l'évènement.
Nous souhaitons réaliser un outil froid, très simple qui amènerait les jeunes à se questionner sur la nature de l'évènement et les intriguerait dans le but de capter leur attention. Nous souhaitons donc un visuel très simple : Une affiche sobre avec un cube dessiné et un slogan du type "Oseras-tu pénétrer dans le cube?"
- Les **parents**, qui sont le premier relais, sont totalement réceptifs à cette cause étant donné que le respect est une des valeurs principales qu'ils essayent d'inculquer à leurs enfants. L'un des supports choisis pour les atteindre est la radio. La radio est une grosse opportunité pour toucher ce public : les parents ont pour la plupart des voitures et écoutent généralement la radio en conduisant. La distribution de tracts dans les boîtes aux lettres est une autre opportunité car c'est également les parents qui s'occupent du courrier.

- La **presse** pourrait être réceptive à la cause car on aborde une valeur que tout le monde défend et qui dirige la société. Le message est beau. Alors que la radio est le genre de média que l'on met en fond sonore, la presse écrite est, elle, un média que l'on doit consommer avec toute son attention. C'est pourquoi un communiqué de presse sera envoyé à diverses agences de presse mais également à « La Vie Etterbeekoise » qui est le journal communal d'Etterbeek, commune où l'évènement prendra place. La rédaction du communiqué de presse est laissée à l'attaché presse ou chargé de communication de RespectZone.
- Les **professeurs** que nous voyons plus comme des personnes susceptibles de devenir sympathisants de la cause et qui pourraient voir l'évènement comme un travail réaliser en amont de ce qu'ils réalisent déjà avec les élèves. Leur connaissance de la cible et leur importance aux yeux des jeunes pourraient être d'une grande importance lors de la communication. C'est pourquoi nous avons choisi de les atteindre via un canal bien spécifique qu'eux seuls utilisent qui est le petit journal des profs.



b. Outils de communication

- Facebook : Alors que nous vivons dans une ère où notre smartphone est pratiquement le prolongement de notre main, il nous paraissait logique d'utiliser les smartphones et plus précisément Facebook. Etant beaucoup utilisé par le public cible et permettant de faire de la pub à moindre coût, Facebook apparait comme une alternative plus que rentable. Toutes les informations pratiques seront mises à disposition des participants sur la page Facebook de l'évènement (heure, date, lieu, transports,..)



- Site internet : A côté de la page Facebook, un site web est également mis à disposition des participants afin de s'inscrire au préalable et de trouver toutes les informations nécessaires en vue de l'avant mais également de l'après évènement.
- Flyers/affiches : Sobres et froids, les flyers/affiches ont pour but d'attirer l'attention et de faire réfléchir tout en restant accessibles à tous. L'utilisation d'un Hashtag sur ceux-ci permettra aux personnes qui feront une recherche sur internet et notamment sur les réseaux sociaux de tomber sur tout ce qui concerne l'évènement. (Photo, publication, site,...)

- Spot Radiophonique : Grâce au partenariat développé avec la Radio bruxelloise AraBel , un spot publicitaire passera tous les jours lors de leur émission avec le plus d'audience "Tout pour faire un monde ". Ce spot, enregistré par Laure Fournier et Darrez (animateurs de l'émission), ne coutera, comme convenu préalablement, rien.



Annexes

Budget :

Postes	Budget réel
Lieux/Autorisation	
Ecole	Gratuit
Bungalow de chantier	958 €
Meubles et déco	331,00 €
Aménagement pour bénévoles	Gratuit
Vestiaires	40 €
Assurance	109,35 €
Logistique	
Electricité	435 €
Cabine Toi-toi	90 €
Camionnette de déménagement	137,94 €
Catering	
Bénévoles	75 €
Communication	
Radio AraBel	Gratuit
Flyers (Graphiste + Impression)	318 €
Site internet	100 €
Partenaire	
Radio AraBel	Gratuit
Ecole	Gratuit
Total	2.594 €

Contrat bénévoles

SOFAR Agency

Formulaire d'inscription pour les bénévoles

RESCAPE GAME du 22/03 et 23/03

Informations personnelles	
Prénom	
Nom	
Sexe	
Nationalité	
Téléphone	
Adresse	
Ville + code postale	
Courriel	
Dates de disponibilité	
Informations obligatoires si bénévolat touche la conduite automobile	
Permis	
Date d'obtention	
Date d'expiration	
Numéro de permis	

Type de tâches que vous voulez accomplir	
Travaux Manuels	
Logistique	
Nettoyage	
Information	
Transport-livraison	
Organisation	

SIGNATURE:

Contrat de location du Bungalow de chantier



Respect Zone
Madame Bouzin
1030 Bruxelles

Algeco Belgium NV/SA
Schoebroekstraat 34-36
3583 PAAL
Belgium

N° devis : B01700946
Page 2

FOURNISSEUR / BAILLEUR

Algeco Belgium NV/SA
Schoebroekstraat 34-36

3583 PAAL
N° de société BTW BE 0403.419.634

N° téléphone +32 (0)114 57211
N° télécopie +32 (0)114 57200
www.algeco.be
BE40 4829 0271 1163
KREDBEBB

PERSONNE DE CONTACT FOURNISSEUR

Vanessa Simonis

N° téléphone +32 (0) 473/99 31 78
vanessa.simonis@as.algeco.com

CLIENT / LOCATAIRE

N° client
Respect Zone.....
.....
.....
1030 Bruxelles.....
.....
IBAN.....
SWIFT Code.....

ADRESSE FACTURATION

N° client
Respect Zone.....
.....
.....
1030 Bruxelles.....
.....
IBAN.....
SWIFT Code.....

ADRESSE DE LIVRAISON

.....
.....
.....
1030 Bruxelles.....

PERSONNE DE CONTACT SUR SITE

à confirmer.....
.....
.....

ADRESSE DE CORRESPONDANCE

.....
.....
.....
.....

Devis – Location du bungalow de chantier



An ALGECO SCOTSMAN Company

Respect Zone
Madame Bouzin
1030 Bruxelles

Algeco Belgium NV/SA
Schoebroekstraat 34-36
3583 PAAL
Belgium

N° devis : B01700946
Page 3

Durée de la location

LOCATION

Type	Désignation	Quantité	Durée en mois	Début de location	Prix de location par mois en EUR	Montant HTVA EUR
	Forfait max 1 mois module 6x3m sans fenêtre avec 1 porte suivant plan en annexe				527,49	527,49
ADV-18	Unit Advance 6x3m	1		1		
	Marchepied pour une porte simple	1		1		
	Assurance Franchise €200	1		1		
Prix de location HTVA EUR par mois						527,49

SERVICES SUPPLÉMENTAIRES

Désignation	Quantité	Prix EUR	Montant HTVA EUR
Livraison			
Transport heen 1 x Z02 BER	1	367,99	367,99
Mise en place/niveau jusqu'à 15 cm	1	50,00	50,00
Adaptation module	1	80,00	80,00
Transport retour 1 x Z02 BER	1	367,99	367,99
Fiche électrique extérieure CEE 220 V/380 V	1	38,00	38,00
Option: habillage du module par autocollant prix par mètre carré en fonction de votre design			
Algeco Deco (prix/m ²)	1	55,00	55,00

Tension électrique d'alimentation des modules en 380v tri+T+N. Si différent, sur demande et sur

Page 3 / 19

Al onze leveringen en aanbestedingen geschieden met toezichting van de op het moment van aanbidding zijde van de aanbestedende dienst.

RES-uk-uk-802-802717-03 / 808-uk-uk-8040-8020-0271 / 1163 / 126177-uk-uk-49820308 / 1874-uk-uk-80-0403-078-004-1995-Holland-Algeco Belgium nv/za te gsm030101-Belgiegen-en-Peulen



Respect Zone
Madame Bouzin
1030 Bruxelles

Algeco Belgium NV/SA
Schoebroekstraat 34-38
3583 PAAL
Belgium

N° devis : B01700946
Page 4

devis ultérieur.

Inclus :

- mise à niveau

Non inclus :

- fondations
- câble électrique source
- raccordement câble électrique source
- grutage spécifique si nécessaire
- dégâts éventuels au terrain/à la voirie
- démarches à la commune/police/pompier

Vérifiez la stabilité et la planéité du terrain,
s'il n'y a pas des obstacles aériens
(câbles électriques, arbres) ou terrestres (
talus etc...)

- Réactualisable à la restitution

Total services suppl. HTVA EUR	958,96
---------------------------------------	---------------

Délai de préavis : 3 jours
Conditions de paiement :

Prix hors taxes, actualisables selon les conditions générales de location.

Seulement nos conditions générales sont applicables à cette offre, à toutes autres offres ainsi qu'à tous les accords qui seraient passés avec nous.

Adaptation du prix du transport à partir du 1/4/16 à cause de la nouvelle taxe kilométrique pour poids-lourds.

La commande ne peut être approuvée qu'après approbation de notre service crédit et risques. Algeco se réserve le droit de demander le paiement d'un acompte ou d'une caution. Les acomptes ou dépôts doivent être payés avant que la production ne commence et sont différents des délais de paiement convenus.

Taux locatif par mois Délai d'installation: à voir après réception de la commande sous réserve de disponibilité Durée de validité de l'offre: 30 jours, sous réserve de disponibilité des modules
Facturation mensuelle; Terme à échoir (Facturation début de période de location)

Bibliographie/Webographie

Référence syllabus :

- MOREELS Edith, *Stratégies de la communication et analyse de campagnes transmédias*. ISFSC, 2016-2017.
- RAMACKER Jérôme, *Méthode de gestion de projet événementiel*. ISFSC, 2016-2017.

Recherches sur la cible :

- DARMANIN Jules. « Où est le respect ? : Les adolescents le cherchent encore. » Le Figaro [En ligne] (02/05/15) <http://www.lefigaro.fr/secteur/high-tech/2015/05/01/32001-20150501ARTFIG00045-o-est-le-respect-les-adolescents-cherchent-encore.php>
- JEUNEJEAN Thérèse. « Pourquoi nos ados ignorent le respect... ». La ligue [En ligne] (29/05/13) <https://www.laligue.be/leligueur/articles/pourquoi-nos-ados-ignorent-le-respect#>

Mobilier :

- IKEA [En ligne], www.ikea.com/be/fr/ (Consulté le 12/04/17)
- SE MEUBLER [En ligne], www.semeubler.com/ (Consulté le 9/04/17)
- ALGECO [En ligne], <http://www.algeco.be/nos-gammes/advance/modules-advance/> (Consulté le 12/04/17)
- LIDL [En ligne], https://www.lidl-shop.be/fr-BE/LIVARNOLIVING-Coffre-de-rangement-en-bois/p100211958?gclid=CjwKEAajwPjXIBRDhwICRg-DbgHISJADP6QXpSepzK0dUbOa1BuS7gzdZqI1_cG8Kc4Iyq4UKk_7SvhoCQkPw_wcB (Consulté le 9/04/17)
- FIRSTRENTAL [En ligne], <http://www.firstrental.be/fr/product/location/ipad-air-2> (Consulté le 12/04/17)

Communication :

- ARABEL [En ligne], <http://www.arabel.fm/> (Consulté le 5/04/17)
- RESPECTZONE [En ligne], <http://www.respectzone.org/fr/>

Partenaire :

- ATHENEE ROYAL JEAN ABSIL [En ligne], <https://www.absil.eu/categorie/accueil>

Réglementation :

- AXA [En ligne], <https://www.axa.be/ab/FR/secteur-public/services/assurances-responsabilite/Pages/protection-efficace.aspx> (Consulté le 12/04/17)
- Toi-Toi [En ligne, <http://www.dixi.be/fr/> (Consulté le 9/04/17)
- DOCKX RENTAL [En ligne], <http://www.dixi.be/fr/> (Consulté le 12/04/17)
- LOXAM [En ligne], <http://www.loxam.be/b2c/fr> (Consulté le 12/04/17)

