

# MARCHE DE PRESTATIONS INTELLECTUELLES

Marché n° 2011-002

## CAHIER DES CHARGES



### **Midi-Pyrénées Innovation**

Agence régionale de l'innovation  
9-11 rue Matabiau  
BP 78534  
31685 Toulouse Cedex

Objet de la consultation :

### **Accompagnement dans l'élaboration du plan marketing de Midi-Pyrénées Innovation**

Date d'envoi de la demande : 1<sup>er</sup> mars 2011  
Date limite de remise des offres : 15 mars 2011 à 12 heures  
Choix des candidats : vendredi 15 mars 2011 après-midi  
Date d'exécution souhaitée : lancement dès le 21 mars 2011

ORGANISME QUI PASSE LA COMMANDE

Identité

### **Midi-Pyrénées Innovation**

9-11 rue Matabiau  
BP 78534  
31685 Toulouse Cedex

Représentant

Le Directeur Général de Midi -Pyrénées Innovation  
**Christophe Nicot**

Cahier des charges : **Accompagnement dans l'élaboration du plan marketing (cible prioritaire : entreprises) de Midi-Pyrénées Innovation**

## 1 - Rappel du Contexte

### 1.1 – Présentation de Midi-Pyrénées Innovation

L'Agence Régionale de l'Innovation, Midi-Pyrénées Innovation (ci-après désignée MPI), est une association Loi 1901 qui a pour principales missions de :

- participer au développement économique de l'ensemble du territoire de Midi-**Pyrénées**, en mettant **l'innovation, sous ses différentes formes**, au cœur de la stratégie de développement des entreprises existantes, quels que soient leur niveau et leur intensité technologiques.
- **améliorer la cohérence et l'efficacité du système régional d'innovation**, en développant des fonctions inexistantes ou insuffisamment développées et en mutualisant les fonctions supports dispersées et parfois redondantes. Midi-Pyrénées Innovation s'insère ainsi dans le réseau des acteurs existants en recherchant la complémentarité et en développant des relations partenariales.
- **renforcer le rôle de stratège de la Région Midi-Pyrénées et de l'État**, à travers une analyse prospective des besoins des entreprises en matière de soutien à l'innovation, la proposition de nouveaux modes d'intervention pour y répondre et l'évaluation des actions mises en œuvre.

MPI suscite, promeut et soutient des programmes d'innovation industrielle dans une optique de développement commercial et stratégique, en s'appuyant sur la mise en réseau des acteurs.

### 1.2 – Le contexte de la mission

MPI a su s'imposer au cours de ces 4 dernières années comme un acteur incontournable de l'action des pouvoirs publics en faveur de l'innovation. Cet acquis se devait d'être renforcé à la fois sur :

- Le plan de la valorisation des savoir-faire de MPI (assurer une plus grande lisibilité des actions engagées auprès des entreprises auprès des partenaires institutionnels de MPI et des entreprises elles-mêmes,...)
- Le développement d'actions en direction des entreprises :
  - Définir la politique de services
  - Clarifier le positionnement stratégique de l'agence
  - Elaborer un plan d'actions spécifiques
  - ...

Un groupe de travail interne à MPI s'est ainsi constitué en 2009 et a été accompagné par un cabinet de conseil en marketing stratégique en 2009/2010.

Cette action a notamment permis de mettre en évidence des services centraux piliers de l'offre de services de MPI, et en particulier :

- La mise en cohérence du programme d'innovation de l'entreprise avec son potentiel et son environnement
- L'intégration par l'entreprise de l'innovation dans une stratégie formalisée.

Cahier des charges : **Accompagnement dans l'élaboration du plan marketing (cible prioritaire : entreprises) de Midi-Pyrénées Innovation**

## **2 – Objet du marché : Contenu du marché et planning de réalisation**

### **2.1 – Contenu du marché**

#### **2.1.1. Phase 1 : Accompagnement de MPI dans le marketing opérationnel de l'offre de services aux entreprises**

Le présent marché de prestations intellectuelles vise à l'accompagnement du groupe de travail interne « Marketing » dans :

- La matérialisation des processus de servuction des services centraux précédents pour identifier notamment les axes d'amélioration de la qualité des services rendus
- L'optimisation de l'efficacité commerciale des chargés de mission de l'agence via :
  - Le développement des aptitudes de l'équipe à la « vente » de services de haut niveau
  - La définition de la nature des outils d'aides à la vente,
  - La production des premiers outils prioritaires (modalités de contractualisation avec les entreprises par exemple,...)
- La formalisation des cahiers des charges des outils de communication commerciale à élaborer

#### **2.1.2. Phase 2 : Mission complémentaire d'accompagnement.**

A l'achèvement de la phase 1, MPI se réserve le droit de faire appel au cabinet de conseil retenu pour des missions complémentaires :

- Aide à la définition et à la réalisation de nouveaux outils complémentaires,
- Formation-action de nouveaux chargés de mission de MPI,
- Participation à la formalisation d'outils de communication complémentaires,
- ...

### **2.2 – Planning de réalisation**

L'action débutera dès sélection du ou des cabinets retenus.

#### **LOT 1 : Phase 1 telle que décrite ci-dessus**

2 réunions de travail sont à programmer rapidement avec le groupe interne « marketing ».

Idéalement cette phase de la mission devrait être achevée en septembre 2011

#### **LOT 2 : Phase 2 telle que décrite ci-dessus**

Elle débutera dès l'achèvement de la phase 1 et pourra être conduite sur 2011 et 2012 en fonction des besoins exprimés par l'agence (part du marché à bon de commande)

### **3 – Conditions de participation des candidats**

L'offre, qu'elle soit présentée par une seule entreprise ou par un groupement, devra indiquer tous les sous-traitants connus lors de son dépôt.

Les entreprises sous-traitantes devront être obligatoirement agréées par Midi-Pyrénées Innovation.

En cas de groupement, la forme souhaitée par le pouvoir adjudicateur est un groupement conjoint avec mandataire solidaire.

### **4 – Transmission de l'offre**

Les candidats transmettent leur offre sous pli cacheté ou par messagerie électronique portant les mentions du titre du présent marché.

Cet envoi doit contenir les pièces définies dans le présent cahier des charges et devra être remis contre récépissé ou, s'il est envoyé par la poste, parvenir avant la date et l'heure limites de réception des offres indiquées sur la page de garde du présent document et ce, à l'adresse suivante :

Midi-Pyrénées Innovation  
9-11 rue Matabiau  
BP 78534  
31685 Toulouse cedex 6

ou par mail à l'adresse suivante : [contact@mp-i.fr](mailto:contact@mp-i.fr)  
en indiquant dans l'objet du mail l'objet de la consultation (page de garde du présent cahier des charges)

### **5 – Prix et conditions de règlement**

#### **LOT 1**

Le marché est un marché à prix global, ferme et forfaitaire.

Le candidat unique ou le groupement présentera une décomposition détaillée du nombre de journées d'intervention.

Ce prix s'entend tous frais inclus et comprend tous les frais afférents à la réalisation de la prestation (déplacements, nuitées, repas,...).

Le règlement des prestations s'effectuera mensuellement sur présentation de facture et pour la première fois au 31 mars 2011.

#### **LOT 2**

Le candidat unique ou le groupement indiquera également le prix unitaire des séances complémentaires d'accompagnement qui pourraient s'avérer nécessaires dans le cadre de la présente mission (indication du prix à la journée de conseil et des frais annexes associés).

Ce lot n°2 correspond à un marché à bons de commande.

Il n'y aura pas d'engagement contractuel concernant cette phase mais des demandes de devis (contenu de l'intervention, moyens mis en œuvre, résultats attendus, budget temps,...) seront effectuées au fil de l'eau en fonction des besoins exprimés par le groupe de travail « marketing » et validés par la Direction Générale de MPI.

## **6 – Choix des candidats**

Les offres des candidats, exprimées en Euro, seront entièrement rédigées en langue française.

Chaque candidat aura à produire un dossier complet comprenant les pièces suivantes, datées et signées par lui :

- Le présent cahier des charges dûment paraphé
- Une offre technique et financière détaillant la méthodologie d'accompagnement et les prestations relatives aux différentes étapes de la phase 1 avec le prix des prestations et une présentation détaillée de l'équipe projet
- Le coût d'intervention à la journée (frais associés inclus) pour la phase 2 mobilisable en 2011 et 2012
- Une présentation synthétique de l'entreprise ou du groupement (références en matière d'accompagnement dans la conduite du changement)
- Une déclaration sur l'honneur du ou des candidats (respect des obligations fiscales et sociales)
- Le n° Siret et le n° de TVA intracommunautaire
- Un extrait Kbis de moins de 3 mois

Le marché sera attribué au candidat (ou au groupement) présentant l'offre économique la plus avantageuse en fonction des critères suivants :

- Prix des prestations 30 %

Le chiffrage devra intégrer tous les frais afférents à la mission ainsi que les temps de rencontre et de coordination préalable, en cours et en fin de mission avec l'équipe projet.

- Qualité technique et méthodologique de l'offre globale 70 %

Une attention particulière sera portée sur les points suivants :

- Méthodologie d'accompagnement proposée
- Composition de l'équipe (qualité et expérience des intervenants)
- Connaissance « métier » de MPI et des acteurs institutionnels partenaires.

Correspondants :

Aspects opérationnels :

Alexandra SIE, Chargée de mission et animatrice du groupe de travail « marketing »

Aspects administratifs :

Marc BIGOT, secrétaire technique (05.34.40.41.06)

**Cahier des charges : Accompagnement dans l'élaboration du plan marketing (cible prioritaire : entreprises) de Midi-Pyrénées Innovation**