

MARCHÉ DE PRESTATIONS INTELLECTUELLES

N° 2012-002

CAHIER DES CHARGES



Midi-Pyrénées Innovation
Agence régionale de l'innovation
11 bd des Récollets
31078 Toulouse Cedex 4

Objet de la consultation :

Gestion des relations presse de Midi-Pyrénées Innovation

Date d'envoi de la demande : 26 janvier 2012
Date limite de remise des offres : 15 février 2012 12h00.
Choix des candidats : semaine 9
Date d'exécution souhaitée : 1^{er} mars 2012

Cahier des charges : **Mission de gestion des relations presse de Midi-Pyrénées Innovation**

1 - CONTEXTE DU MARCHÉ

1.1 – Présentation de Midi-Pyrénées Innovation

Agence Régionale de l'Innovation, Midi-Pyrénées Innovation (MPI) est le **sésame de l'innovation en région**. Créée en 2006 par la Région Midi-Pyrénées et l'État avec le soutien de l'Europe, elle **participe au développement économique du territoire en renforçant le potentiel d'innovation des entreprises**.

Présidée par Catherine Jeandel, ses missions s'inscrivent dans le cadre de la politique économique du Conseil Régional et de l'État en région. Elles s'articulent autour de 3 axes :

- **Coordonner, animer et développer le dispositif régional d'aide à l'innovation** : coordonner l'innovation au plan régional, c'est rejoindre et fédérer les réseaux d'innovation régionaux, nationaux et internationaux, proposer la mise en place d'instances de concertation, favoriser la transversalité, développer les complémentarités avec et entre les acteurs régionaux... MPI est aujourd'hui en interaction avec **plus de 80 partenaires** sur l'ensemble du territoire et dans les 3 dimensions enseignement/recherche/entreprise. Elle intervient dans différents comités de pilotage ou comités de sélection afin de garantir l'efficacité et la cohérence des initiatives liées à l'innovation en région Midi-Pyrénées.

- **Détecter les projets, susciter l'innovation** : l'ambition de MPI est de **sensibiliser les entreprises de la région** à l'innovation quelle que soit leur taille ou leur secteur d'activité, et en particulier les PME/PMI qui se sentent parfois éloignées de l'innovation. Sur cet axe MPI a choisi d'aller directement au contact des entreprises régionales en leur proposant des temps :

- de rencontres avec les acteurs de la recherche, de la formation et du monde institutionnel,
- d'information et de sensibilisation sur des technologies, des méthodes...
- d'échanges ou de découverte (entreprises, laboratoires, instituts...).

Chaque année, MPI organise plus de 50 manifestations sur le territoire régional.

- **Accompagner le développement des entreprises par l'innovation** : MPI a mis au point une gamme complète de services pour les entreprises qui va **de l'ingénierie du programme d'innovation à la définition des processus d'innovation de l'entreprise**. En fonction des besoins de l'entreprise MPI propose :

- de mettre en cohérence le programme d'innovation avec son potentiel et son environnement;
- d'intégrer l'innovation dans la stratégie de l'entreprise ;
- ainsi que des services d'information, d'assistance, de mise en relation et de formation spécifiques.

À MPI, l'**innovation est appréhendée au sens large** : innover ce n'est pas forcément révolutionner, mais introduire un changement. Ce changement répond au besoin du marché et confère un avantage concurrentiel notable et durable à une entreprise. L'innovation est ainsi présente dans les produits, les services, l'organisation de l'entreprise, le mode de commercialisation, le modèle économique...

La spécificité de MPI tient notamment à :

- une **combinaison d'expertises** unique au sein d'une même structure : technologiques et non technologiques,
- une **approche marchés** et multimarchés
- une capacité de **mise en réseau** très forte du fait de sa position centrale dans le dispositif d'innovation en région.

1.2 – Contexte de la mission

Pour atteindre ses objectifs MPI souhaite dans le cadre de ce marché élaborer **une stratégie de relation avec les médias**, permettant de répondre aux impératifs suivants :

I. **Assurer la cohérence de l'image de MPI entre les différents vecteurs de communication.**

II. **Articuler avec pertinence les différents niveaux de communication** : image, notoriété, proximité, conquête...

III. **Accompagner avec succès la mise en œuvre des grands projets de l'agence**

2 – OBJET DU MARCHÉ

2.1 – Contenu du marché

Le présent marché de prestations intellectuelles a pour objet les prestations de conseil stratégique et de gestion opérationnelle des relations de l'agence MPI avec les médias locaux, régionaux et nationaux.

Les objectifs visés :

- accroître la notoriété de MPI (ses missions et son action), notamment au niveau local et régional ;
- renforcer la présence de MPI sur les 8 départements ;
- développer le réflexe MPI dès que l'on parle d'innovation en Midi-Pyrénées ;
- contribuer à faire de MPI un acteur incontournable de l'innovation en Midi-Pyrénées ;
- promouvoir l'innovation régionale au niveau national et européen.

2.2 – Prestations globales attendues

• **Accompagnement stratégique de MPI** : à partir du plan stratégique réalisé par MPI et du plan de communication, le prestataire élaborera une stratégie vis-à-vis des médias et en assurera après validation, la mise en œuvre en collaboration avec le service communication de MPI. Au delà des médias traditionnels MPI souhaite un conseil sur les médias digitaux et notamment auprès des bloggeurs influents dans le secteur de l'innovation.

• **Veille et suivi de la presse** quotidienne, hebdomadaire et mensuelle nationale et régionale et de la presse spécialisée dans le domaine de l'innovation y compris la presse audio-visuelle régionale. Cette veille devra être menée en regard des actions de l'Agence MPI mais également des agences régionales de l'innovation présentes sur le territoire français.

• **Analyse quantitative et qualitative régulières des retombées presse**. Le prestataire devra évaluer sur une périodicité à définir la qualité des retombées presse tant sur leur nombre que sur leur contenu. Cette analyse devra donner lieu si besoin à un réajustement de la stratégie définie.

• **Mise en place de média training** pour la direction, le service communication et les chargés de mission de MPI (15 personnes) avec séances de travail vidéo. L'image de MPI est également véhiculée par la capacité de ses collaborateurs à délivrer des messages lors d'échanges face à la presse ou en public. Il est donc important de leur transmettre les bases de la communication en public et de les confronter à des exercices pratiques.

2.3 – Détail des prestations

• **Élaboration d'un fichier presse** :

Le prestataire devra être en mesure d'élaborer et de présenter à MPI un fichier presse rassemblant tous les contacts presse relatifs à l'activité de MPI et au secteur dans lequel elle évolue : géographique, professionnel, économique et politique. Ce fichier devra comprendre des bloggeurs et twittos influents. MPI agit sur la Région Midi-Pyrénées mais peut rayonner de part ses actions et ses domaines d'interventions au niveau national voir européen.

• **Rédaction de dossiers de presse, de communiqués** :

- **constitution et mise à jour permanente d'un dossier de presse sur l'agence MPI**. Celui-ci devra prendre la forme d'un format informatique et sera ainsi décliné sur le web (format pdf mis en page). Néanmoins il devra satisfaire aux besoins de l'édition d'un format papier. La forme et le fond seront à proposer. Les travaux de création graphique et d'exécution et d'édition s'y rapportant sont à considérer dans l'approche financière.

- **rédaction et diffusion de communiqués de presse** sur les actions de MPI (manifestations, signature de convention ...). MPI organise environ 60 événements par an. Selon leurs sujets et leur taille, tous ne nécessitent pas de communiqué de presse spécifique. De plus il est difficilement envisageable de diffuser à certaines périodes 3 ou 4 communiqués par semaine. Le prestataire devra donc être force de proposition sur le suivi presse à mettre en œuvre pour chaque événement.

Il est généralement prévu une quinzaine de communiqués par an, ce chiffre pouvant varier

en fonction de l'activité. Les travaux de rédaction et de mise en page dans la charte MPI sont à considérer dans l'approche budgétaire. Après validation, le prestataire assurera lui-même la diffusion des communiqués auprès des journalistes. Ces communiqués feront également l'objet d'un archivage sur le site Internet sous une forme pdf.

MPI apportera l'éclairage nécessaire sur les différentes manifestations, les messages à faire passer, le ton de la communication, le style, les cibles, les contraintes ou la cohérence avec d'autres plans de communication lancés par ailleurs.

• **Organisation de conférences de presse :**

Lors des événements publics de MPI, le prestataire assurera l'invitation des journalistes, leur encadrement, le suivi des interviews et des tournages audiovisuels.

Cette prestation comprend l'établissement :

- de tableaux de suivi des contacts des journalistes (gestion amont et aval),
- de la liste des médias dont la présence est confirmée (à fournir la veille)
- d'une synthèse et d'un document d'évaluation à l'issue de l'événement.

Il est considéré comme compris dans ce dispositif toute la démarche de préparation de la conférence et les actions nécessaires à la bonne gestion de l'événement, que ces actions se situent en amont, pendant ou en aval de la manifestation.

À ce jour, on peut estimer à 3 par an le nombre de conférences de presse nécessaires :

- pour Midinnov et le concours régional de l'innovation,
- pour les résultats de l'agence lors de la sortie du rapport d'activité,
- pour un projet spécifique et/ou un événement particulier.

Des points presse pourront éventuellement être envisagés sur d'autres manifestations organisées par MPI.

• **Réalisation des revues de presse de l'agence :**

Le prestataire devra réaliser une veille. Dans ce contexte il est demandé que les articles de presse soient :

- envoyés au fil de l'eau par voie électronique ;
- regroupés chaque semaine et envoyés par voie électronique
- que soit réalisé 2 synthèses par an sous forme de book imprimé

• **Étude qualitative et quantitative des retombées presse :**

Le prestataire devra fournir un point quantitatif mensuel. Il devra également proposer une analyse qualitative et quantitative trimestrielle ou semestrielle des retombées presse. La forme et le contenu sont à proposer par le prestataire.

En fonction des objectifs définis dans la stratégie initiale, des propositions d'amélioration ou des recadrages, seront proposés par le prestataire.

• **Organisation régulière d'entrevues entre la présidente de MPI, le directeur de MPI et les journalistes :**

Afin d'améliorer la représentativité de MPI dans la presse qu'elle soit locale, nationale ou professionnelle, il serait intéressant d'organiser des rendez-vous réguliers entre la présidente de MPI, le directeur de MPI et les journalistes ou rédacteurs en chef de certains supports à définir.

• **Frais d'encadrement des journalistes**

Les frais d'encadrement des journalistes pourront en fonction de l'importance de l'événement être pris en charge par MPI. La liste des journalistes devra faire l'objet d'une validation préalable.

Dans le cadre de la venue de journalistes étrangers, le prestataire sera chargé d'organiser la mise en place de la traduction de toutes les informations à transmettre à la presse. Le prestataire se chargera en outre d'organiser la venue d'un interprète-traducteur pour assurer toutes les traductions écrites et orales (entretien, discussion, interview, retranscription de documents, articles...).

• Illustrations, photos

MPI s'engage à fournir les photos et généralement les documents « sources » (photos, illustrations, graphiques, esquisses) utiles pour la réalisation des supports ;

Néanmoins le prestataire doit être en capacité de fournir la présence d'un photographe et/ou de réaliser des recherches d'iconographies.

La prestation d'un photographe fera l'objet d'un devis différencié. Toutes les photos devront être chiffrées pour tous droits cédés.

3 – MODALITÉS DU MARCHÉ

3-1 - 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.

3.2 - Documents à fournir

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 présentation synthétique de l'entreprise (,
- 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,
- Une note technique proposant une approche « stratégique » et décomposant les méthodes d'organisation. La première partie devra préciser la stratégie du candidat et sa vision du positionnement de MPI et de ses évolutions possibles :
 - Stratégie générale envers les médias et pistes pour le plan média : détail de l'approche créative et du ton employé pour la communication globale de MPI
 - Choix des déclinaisons en fonction des cibles externes, internes et institutionnelles de MPI

La seconde partie devra préciser les méthodes d'organisation pour :

- L'organisation de réunions de travail (préparatoire, suivi des projets, débriefing) et l'élaboration de comptes-rendus inhérents.
- La méthode d'organisation de l'équipe dédiée à la réalisation des missions confiées (effectif, qualifications, fonctions, disponibilité).
- La nature des documents en réponses faites à chaque phase (support papier, support informatique, ou tout autre outil de communication proposé à ces occasions).
- Le tableau des prix : les candidats devront compléter les tableaux présentés en annexe de ce Cahier des Charges et indiquer leur proposition de prix à travers ce cadre. Les prestataires consultés sont libres de faire d'autres propositions dans le cadre des objectifs de communication décrits ci-dessus (variantes possibles). Il sera alors nécessaire de chiffrer également ces variantes. Ils devront cependant satisfaire au chiffrage des points attendus afin de permettre un comparatif des offres.

3.3 - Transmission de l'offre

Les candidats transmettent leur offre sous pli cacheté 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 -11 boulevard des Recollets
Immeuble le belvédère - 3è étage - 31078 Toulouse Cedex 4

3.4 – Durée et date d'effet du marché

Le présent marché entrera en vigueur à compter de sa notification par Midi-Pyrénées Innovation.

Le marché est conclu pour une durée de 1 an. Le marché pourra être reconduit expressément trois fois par période de 1 an. Cependant le tableau des offres de prix devra faire l'objet d'une révision. Le tableau des offres de prix fera mention de cette révision.

L'action débutera dès sélection du prestataire retenu.

3.5 – Prix et conditions de règlement

Pour les trois premières rubriques du tableau de prix (page 7), « Conseil stratégique », « Revue de presse et analyse des retombées », « Rédaction des dossiers de presse, communiqués et conférences de presse » la facturation s'effectuera par mensualité en fin de mois.

Les autres actions ponctuelles feront l'objet d'un devis et d'une facturation spécifique selon les tableaux de prix ci-dessus (page 8) et l'échéancier suivant :

- Communiqué de presse supplémentaire : facturation à l'issue de la mission
- Actions spécifiques : 30% à la commande et solde à l'issue de la mission

Le règlement des prestations s'effectuera sur présentation de facture et justificatif des travaux réalisés.

Les prix s'entendent tous frais inclus et comprennent tous les frais afférents à la réalisation de la prestation (déplacements, nuitées, repas,...).

4 – CHOIX DES CANDIDATS

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

- Prix des prestations y compris les révisions annuelles : 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 de direction.
- Qualité technique et méthodologique de l'offre globale : 70 %
Une attention particulière sera portée sur les points suivants :
 - Approche méthodologique, mode opératoire
 - Composition de l'équipe (moyens humains mis à disposition et expérience de l'équipe)
 - Délais, service
 - Caractère innovant des propositions
 - Contribution aux enjeux du développement durable
 - Pertinence de la réponse
 - Prise en compte des spécificités de MPI

5 – OBLIGATIONS DE CONFIDENTIALITÉ

Le titulaire qui, à l'occasion de l'exécution du marché, a reçu de MPI, à titre confidentiel, des renseignements, documents ou objets quelconques, est tenu de maintenir la confidentialité attachée à cette communication.

Il ne doit divulguer aucune information qui résulte de l'exécution du marché ou pourrait parvenir à sa connaissance à l'occasion de celui-ci.

Correspondants :

Aspects opérationnels : Jenni Svärd, chargée de communication (05.34.40.41.03)

Aspects administratifs : Marc Bigot, Secrétaire Technique (05.34.40.41.06)

TABLEAU DES PRIX

Les prix sont à fournir en euros, toutes charges comprises

| Relations presse | | |
|---|---|--|
| Intitulé de la prestation | Proposition financière | |
| Conseil stratégique | année 1 Forfait à chiffrer pour 12 mois– préciser le nombre de jours budgétés | |
| | année 2, 3 et 4 Forfait à chiffrer pour 12 mois– préciser le nombre de jours budgétés | |
| Rédaction des dossiers de presse, communiqués et conférences de presse | année 1 Forfait pour l'accompagnement de l'agence sur 12 mois comprenant le dossier presse tenu à jour, 15 communiqués de presse et 3 conférences de presse. | |
| | année 2, 3 et 4 Forfait pour l'accompagnement de l'agence sur 12 mois comprenant le dossier presse tenu à jour, 15 communiqués de presse et 3 conférences de presse. | |
| Revue de presse et analyse des retombées | année 1 Forfait à chiffrer pour un suivi sur 12 mois | |
| | année 2, 3 et 4 Forfait à chiffrer pour un suivi sur 12 mois | |
| Communiqué de presse complémentaire | Prix de la rédaction et la diffusion d'un communiqué de presse | |
| Conférence de presse ou point presse complémentaire | Prix de l'organisation d'une conférence de presse (accompagnée d'un dossier de presse) | |
| Média training | Prix de la journée et de la ½ journée de formation comprenant le formateur et le matériel pour 15 personnes | |

| Travaux et prestations complémentaires* | |
|--|--|
| Intitulé de la prestation | Proposition financière |
| Recherche et achat d'iconographies | Photo et/ou illustration utile pour l'illustration |
| Reportage vidéo | Réalisation d'un film d'1'30 à 2' avec tournage dans une entreprise située à Millau et interview de 2 personnes |
| Rédaction d'articles sur des projets accompagnés par MPI | Sujet de 2000 signes et 3 photos |
| | Brève de 800 signes |
| Intervention d'un photographe Toutes les photos devront être chiffrées tous droits cédés | Réalisation d'une photo spécifique pour illustration d'un article |
| | Reportage sur une journée |
| | Reportage sur une ½ journée |
| | Montage d'un studio photo pour séance d'une journée |
| Animation d'un événement | <ul style="list-style-type: none"> - préparation de la journée via des entretiens avec les participants - introduction - relances et synthèse - animation des échanges et des tables rondes - maîtrise du temps et des échanges |

* Si l'agence retenue doit faire appel à des compétences extérieures (photographe, rédacteur, vidéo...), l'agence devra obligatoirement fournir à MPI 3 devis différents. Si l'agence prévoit un coût supplémentaire lié au suivi de cette prestation, celui devra être précisé dans la réponse à ce marché.