

**Ville de Marseille - Mairie de Marseille**

DGAVDE-DPE-SRPDPE (40304)

**Cahier des Clauses Techniques  
Particulières (C.C.T.P.)**

**PROSPECTION, ORGANISATION DE  
RENDEZ-VOUS D'AFFAIRES ET  
D'EVENEMENTS DE NETWORKING  
SUR LES FILIERES ECONOMIQUES  
D'EXCELLENCE DE MARSEILLE  
POUR L'ANNEE 2020 - MISSIONS  
ECONOMIQUES A L'ETRANGER**

**Numéro de la consultation :** 2019\_40303\_0042

**Procédure de passation :** Procédure adaptée

**Date de notification :**

## Sommaire

<b>Article 1 - PREAMBULE</b> .....	3
<b>Article 2 - OBJECTIFS DE LA PRESTATION</b> .....	4
<b>Article 3 - CONTENU ET RESULTATS ATTENDUS</b> .....	5
* <u>Lot 1 - Mission économique au CANADA</u> .....	5
* <u>Lot 2 - Mission économique à LONDRES</u> .....	10

## Article 1 - PREAMBULE

**En l'espace de deux décennies, Marseille a enregistré un redressement économique incontestable, qui s'est traduit par la création de 44 000 emplois, essentiellement dans le secteur privé. Un résultat salué par l'OCDE qui a classé Aix-Marseille au deuxième rang des métropoles européennes dans ce domaine et au premier rang des métropoles françaises.**

**Pour y parvenir, la ville a diversifié ses piliers économiques.**

Ainsi, l'économie du territoire se caractérise notamment par :

- 82 700 entreprises
- 340 465 emplois recensés par l'INSEE
- 44 000 créations d'emplois
- 1er port de France pour la croisière et 3ème port pétrolier mondial
- le centre ville de Marseille, avec près de 6 000 commerces, qui génère un chiffre d'affaires de 760 millions d'euros
- Marseille est le second territoire de France le plus filmé avec 513 tournages en 2018 qui représentent plus de 70 millions de retombées économiques
- Marseille, 2ème pôle français de recherche médicale avec plus de 80 laboratoires
- La filière numérique sur Aix-Marseille représente 44 000 emplois. 7 000 entreprises font partie de cette filière générant quelques 10 milliards d'euros de chiffre d'affaires.

Afin d'atteindre ses objectifs, la Ville de Marseille conduit depuis six ans des opérations de prospection de grands comptes et d'entreprises et de promotion économique. Ces opérations sont conduites dans le cadre de missions économiques à l'étranger.

## Article 2 - OBJECTIFS DE LA PRESTATION

Afin d'être plus efficace dans sa relation avec les porteurs de projets et investisseurs, la Direction des Projets Économiques de la Ville de Marseille souhaite s'adjoindre l'assistance de professionnels pour la prospection, l'organisation de rendez-vous d'affaires et d'événements de networking sur les filières économiques d'excellence de Marseille. Ceci, dans le cadre des différentes missions auxquelles elle participera en 2020.

A cet effet, l'ensemble des prestations est réparti en plusieurs lots traités par marchés séparés et définis comme suit :

N°	Intitulés lots séparés	Filière concernée
Lot 1	Mission économique au Canada	Multi filières
Lot 2	Mission économique à Londres	Industries Culturelles et Créatives

## Article 3 - CONTENU ET RESULTATS ATTENDUS

### Lot n° 1 – Mission économique au CANADA – Juin 2020

Accompagnement à l'organisation d'une mission économique au Canada. La mission Canada fait l'objet de deux volets : Toronto et Montréal. A Toronto, à l'occasion de la participation au Forum « Collision » (22-25 juin 2020) qui est l'une des plus importantes conférences sur la technologie et l'innovation en Amérique du Nord. L'événement compte plus **de 25 000 participants, PDG, fondateurs et investisseurs d'entreprises de technologie de plus de 120 pays**. L'extension à Montréal devra être programmée en amont ou en aval du déplacement à Toronto.

Les dates définitives de cette mission seront communiquées ultérieurement au prestataire.

#### **1. Contexte**

Dans le cadre d'une politique de développement de son attractivité, la Ville de Marseille pilote, depuis 4 ans, des missions économiques à l'international avec 4 objectifs prioritaires :

- Promouvoir la Ville et ses filières afin d'accroître la dimension internationale de Marseille et de sa région métropolitaine ;
- Soutenir les entreprises du territoire dans leur internationalisation ;
- Attirer des investisseurs et des talents ;
- Établir des partenariats internationaux pour renforcer et pérenniser les échanges et courants d'affaires.

Ces missions, pilotées par la Ville, sont conduites en partenariat avec l'ensemble des acteurs institutionnels du territoire et des forces vives du tissu économique local.

En 2019, une importante délégation s'est rendue au Canada pour y découvrir les opportunités d'affaires et développer les échanges entre Toronto, Montréal et Marseille. Le succès de cette mission nous conduit à renouveler l'opération en 2020 afin de pérenniser les liens établis et renforcer l'attractivité de Marseille au Canada.

Terres d'innovation, Montréal et Toronto constituent des viviers intéressants à la fois en termes de benchmark (solutions innovantes et créatives appliquées aux centres-villes et inspirantes pour la dynamisation du centre-ville de Marseille, dans une logique de ville intelligente) et de prospection (French tech hub - Bleu Blanc Tech - Intelligence artificielle, santé, ville intelligente, médias et nouveaux médias, innovation au sens large).

Par ailleurs, les Français expatriés au Canada, et qui souhaiteraient soit revenir en France, soit développer une partie de leur activité en France, constituent également des cibles intéressantes à prospecter.

L'objectif de cette mission économique est de s'appuyer, d'une part, pour la partie Toronto, sur l'événement « Collision » qui se tiendra en juin 2020 afin de promouvoir l'innovation sur un événement pertinent, et nos filières plus largement en marge de cet événement, avec pour ambition de nouer des partenariats pour des structures telles que le Pôle Média de la Belle de Mai à Marseille (ex : partenariat en termes de softlanding). D'autre part, l'extension à Montréal devra quant à elle s'inscrire en amont ou en aval de cet événement.

La mission a donc pour ambition :

- De renforcer les liens et partenariats établis en 2019.
- D'accroître la dimension internationale de Marseille Provence.
- De faire rayonner l'image de Marseille auprès des médias internationaux spécialisés.
- De promouvoir les atouts de Marseille Provence pour attirer des entrepreneurs et investisseurs dans ces filières.
- De nouer des partenariats stratégiques pour le Pôle Média de la Belle de Mai.
- D'identifier des opérations/actions/concepts innovants pour la dynamisation du centre-ville.
- D'accompagner des entreprises du territoire qui souhaiteraient développer leur activité à l'international sur ces destinations (volet rendez-vous d'affaires , recherche de co-production notamment à Montréal).

Le message global à véhiculer est « Marseille, terre de créativité et ville ouverture vers la Méditerranée ».

## **2. Missions du prestataire**

La mission Canada fait l'objet de deux volets : Toronto et Montréal. Elle s'inscrit d'une part, pour la partie Toronto, principalement dans le cadre de "Collision" qui se déroulera du 22 au 25 juin 2020 à Toronto et en marge de cet événement (dates précisées ultérieurement au prestataire).

La partie Montréal s'inscrira en amont ou en aval de la partie Toronto.

### **2.1.Prestations de prospection et montage de rendez-vous d'affaires**

#### **2.1.1. Sourcing d'entreprises situées dans le territoire de la Métropole Aix-Marseille**

- Détection des entreprises du territoire Aix-Marseille Provence intéressées par cette mission économique. Pour cela, le prestataire pourra s'appuyer à la fois sur les réseaux économiques et les institutions mobilisés sur cette mission, mais aussi sur ses propres canaux de détection.

- Préparation au pitch pour les membres de la délégation en amont de la mission (prise de parole en public en Français et en Anglais, éléments de langage,...).
- Portfolio des entreprises du territoire Aix-Marseille qui pourraient être intéressées par la mission (description, contact, profil et intérêt).

#### 2.1.2. Sourcing de professionnels étrangers

- Identification et mobilisation des entreprises canadiennes correspondant aux attentes de la Ville de Marseille,
- Fichiers de contacts des entreprises canadiennes présentes sur "Collision", pertinentes pour la Ville de Marseille et à mobiliser pour l'événement de networking (Nom, Société, Fonction,mail).

#### 2.1.3. Gestion de rendez-vous

- Organisation d'au moins 25 rendez-vous qualifiés (exemple : rendez-vous invest/porteurs de projets/institutionnels/partenaires potentiels) pour la délégation institutionnelle (la Ville de Marseille) sur l'ensemble de la mission.
- Les rendez-vous seront honorés sur le salon (à Toronto), et dans un tiers lieu proposé par le prestataire ou chez le prospect.
- Gestion du planning des rendez-vous, planning fourni 15 jours à l'avance.

#### 2.1.4. Sourcing de lieux d'innovation

- Identification de 2 ou 3 lieux d'innovation créatifs inspirants, à visiter pour chacune des 2 villes ayant un intérêt pour les membres de la délégation (exemple : accélérateur média, incubateurs, lieux d'innovation ...).
- Organisation de la visite de ces lieux et mise en relation avec les responsables.

#### 2.1.5. Sourcing de partenaires potentiels pour le Pôle Média de la Belle de Mai

- Identification et mise en relation avec un partenaire potentiel pour le Pôle Média de la Belle de Mai (type accélérateur Média) dans chacune des 2 villes.
- Accompagnement au montage du partenariat avec la structure identifiée.

#### 2.1.6. Mobilisation de la presse en lien avec le Service Presse de la Ville

- Un fichier presse qualifié d'au minimum 10 journalistes pour chacun des 2 villes devra être fourni par le prestataire avec leurs coordonnées complètes.

- En coordination avec le Service Presse de la Ville de Marseille, envoi des communiqués et dossiers de presse aux journalistes.
- Invitation et relance des journalistes.

## **2.2. Evénements de networking**

En complément de la présence sur le salon "Collision", un événement de networking devra être organisé dans chacune des 2 villes, Montréal et Toronto. Les formats proposés pourront être différents pour s'adapter aux usages de chacune des villes.

En dehors de cette spécificité éventuelle, les attendus restent les mêmes dans les deux cas et tels que précisés ci-dessous.

### **2.2.1. Prestations logistiques et techniques**

En fonction de sa connaissance des traditions et des habitudes de travail, le prestataire devra préconiser un format d'événement qui lui permettra de concevoir le cadre idéal pour optimiser les contacts professionnels et les courants d'affaires.

- Création d'une invitation, envoi des invitations par e-mailing, suivi des réponses, relance.
- Location au sein du salon, ou à proximité, d'un lieu pour réaliser un événement de networking pouvant accueillir 80 personnes.

Le lieu devra être équipé afin de permettre :

- la projection d'un film fourni par la Ville de Marseille (sonorisation, ordinateur portable pour diffuser les supports, grand écran de projection, vidéo projecteur, un écran de contrôle)

- la prise de parole des intervenants (sonorisation de l'espace; pupitre pour le modérateur, chaises avec tables basses pour les panelistes, 4 micros main avec supports).

- Organisation de l'événement de networking pour 60 à 80 personnes (cocktail dînatoire salé, sucré + boissons ou autre selon le moment choisi pour l'organisation de cet événement).

A titre informatif, le déroulé de l'événement pourrait être prévu comme suit :

- Accueil général.
- Projection d'un film promotionnel de Marseille.

- Prise de parole d'un élu avec 1 ou 2 témoins clés illustrant les atouts de Marseille dans les filières d'excellence;
- Échanges avec la salle.
- Networking autour d'un apéritif dînatoire ou autre selon le moment choisi pour l'organisation de cet événement.
- Fin de l'opération.

### 2.2.2 Prestations d'animation

- Accueil des participants et invités lors de l'événement de networking.
- Aide à la scénarisation de l'événement de présentation, conseil sur le marketing de l'offre et éléments de langage et accompagnement sur le message à diffuser afin d'être pertinent par rapport à la cible de prospects et d'invités identifiés.

### **3. Mission de suivi**

A l'issue de la mission, le prestataire remettra au plus tard dans un délai de 3 mois :

- un rapport post mission : remerciements, établissement d'un bilan faisant état des rendez-vous, des perspectives envisagées et de l'ensemble des contacts, avec la transmission d'un fichier détaillé (nom, fonction, société, mail, téléphone) à la Ville de Marseille, de toutes les personnes rencontrées ainsi que des personnes sourcées.
- un document de synthèse récapitulant les différentes étapes et un deuxième bilan concernant le suivi des rendez-vous réalisés. Il sera aussi précisé les rendez non aboutis indiquant les raisons de refus et les suites possibles qui peuvent être envisagées.
- les opportunités d'affaires qui découlent de la mission en matière d'innovation et de développement économique.
- un bilan de l'opération incluant l'interview des participants pour recueillir leurs impressions et savoir si l'opération correspondait à leurs attentes.

## **Lot n° 2 - Mission économique à LONDRES – début décembre 2020**

### **1. Contexte**

Dans le cadre d'une politique de développement de son attractivité, la Ville de Marseille pilote, depuis 4 ans, des missions économiques à l'international avec 4 objectifs prioritaires :

- Promouvoir la ville et ses filières afin d'accroître la dimension internationale de Marseille et de sa région métropolitaine ;
- Soutenir les entreprises du territoire dans leur internationalisation ;
- Attirer des investisseurs et des talents ;
- Établir des partenariats internationaux pour renforcer et pérenniser les échanges et courants d'affaires.

Ces missions, pilotées par la Ville, sont conduites en partenariat avec l'ensemble des acteurs institutionnels du territoire et des forces vives du tissu économique local.

Depuis 2016, la Ville a conduit trois Missions économiques à Londres : en 2016, sur l'attractivité générale du territoire de Marseille Provence et en 2018 et 2019 orientées sur la filière des Industries Culturelles et Créatives, en ciblant en particulier les secteurs de l'innovation, l'audiovisuel et les médias. L'objectif de ces missions était de :

- Promouvoir Marseille et son territoire comme carrefour d'échanges pour le développement d'activités.
- Attirer des talents, entreprises souhaitant créer ou développer des activités entre Londres et Marseille, en ciblant en particulier la communauté francophone et francophile des affaires.
- Développer des partenariats concrets avec des relais qualifiés à Londres (réseaux d'entrepreneurs, incubateurs, pépinières, living labs, écoles, accélérateurs,...).

### **Le concept**

Pour 2020, la Ville de Marseille souhaite renouveler son expérience à Londres à travers une Mission de promotion et prospection sur le secteur des industries créatives.

Les objectifs de cette mission sont :

- La poursuite des contacts initiés lors des précédentes missions à Londres avec des professionnels britanniques et francophones.
- La détection de nouveaux prospects britanniques en lien avec l'innovation dans les Industries Créatives (cinéma, animation, entertainment, Tech VR/AR/VFX, Design, (E-Sport...)).

- Des visites de lieux dédiés aux industries créatives à Londres avec l'objectif d'envisager des partenariats avec des lieux créatifs de Marseille (ex : Pôle Média de la Belle de Mai).
- La présentation de l'offre Marseille Provence aux professionnels et à la presse (décors et industrie technique, start up, infrastructures, ...).
- L'organisation de RDV qualifiés avec les professionnels britanniques.
- La détection et l'accompagnement, lors de la mission économique, d'entreprises issues de la filière du territoire de Marseille (évaluation des besoins et prise de RDV).
- La préparation et l'entraînement au pitch des élus, techniciens et chefs d'entreprises qui composeront la délégation marseillaise.
- L'organisation d'une opération de promotion Cinéma, Audiovisuel, Numérique et Tourisme à conduire avec le services de la Ville de Marseille, ses partenaires et notamment l'Office de Tourisme et des Congrès.
- En lien avec les services de la Ville de Marseille, des préconisations en termes de Plan média – presse spécialisée, web et réseaux sociaux.
- Un suivi sur 3 mois des contacts et prospects identifiés lors de cette mission économique : fourniture d'un rapport incluant la liste exhaustive des prospects et contacts (nom, prénom, mail, etc), les opportunités d'affaires qui découlent de la mission (tournages, rendez-vous d'affaires pour les membres de la délégation), la liste des contacts presse.

Les cibles :

- Des talents français, francophiles et francophones : chercheurs, ingénieurs, développeurs, chefs de projets, cadres, free lancers, entrepreneurs ;
- Des entreprises innovantes (dans la Tech ou le contenu), Grands comptes, Startup, PME, Media, Universités, centres R&D, ..., souhaitant investir à Marseille : créer ou développer des entreprises, produire des films/séries/créations, investir, s'investir en tant qu'associés, être ambassadeurs des grands projets de la Ville de Marseille ;
- Dans le domaine de l'Entertainment & des Industries Créatives: publicité, digital agencies, film, animation, jeux vidéos, design, mode, Edtech, animation, loisirs, sports et tourisme.

## **2. Missions du prestataire**

### **2.1. Prestations de prospection et montage de rendez-vous**

#### 2.1.1. Sourcing d'entreprises situées dans le territoire de Marseille

- Détection des entreprises de Marseille Provence intéressées par cette mission économique. Pour cela, le prestataire pourra s'appuyer à la fois sur les réseaux économiques et les institutions mobilisés sur cette mission, mais aussi sur ses propres canaux de détection.
- Préparation au pitch pour les membres de la délégation (prise de parole en public en Anglais, éléments de langage,...).
- Portfolio des entreprises du territoire Aix-Marseille qui pourraient être intéressées par la mission (description, contact, profil et intérêt).

#### 2.1.2. Sourcing de professionnels étrangers

- Identification et mobilisation des entreprises britanniques selon les attentes de la Ville de Marseille sur le secteur des Industries Créatives (cinéma, animation, Tech VR/AR/VFX, Design, ...), des Loisirs (E-Sport...) pour l'événement de networking (Nom, Société, Fonction, mail).
- Identification de 2 ou 3 lieux d'innovation créatifs, inspirants à visiter ayant un intérêt pour les membres de la délégation (exemple : accélérateur média, incubateurs, lieux d'innovation ..).
- Identification et mise en relation avec un partenaire potentiel pour le Pôle Média de la Belle de Mai (type accélérateur Média).
- Accompagnement au montage du partenariat avec la structure identifiée.

#### 2.1.3. Gestion de rendez-vous

- Organisation d'au moins 25 rendez-vous qualifiés pour les membres de la délégation de la Ville de Marseille avec des professionnels du secteur Industries Créatives, Loisirs et Tourisme.
- Les rendez-vous seront honorés dans un lieu approprié ou chez le prospect.
- Gestion du planning des rendez-vous, planning fourni 15 jours à l'avance.

#### 2.1.4. Mobilisation de la presse en lien avec le Service Presse de la Ville

- Un fichier presse qualifié d'au minimum 10 journalistes devra être fourni par le prestataire avec leurs coordonnées complètes.
- En coordination avec le Service Presse de la Ville de Marseille, envoi des communiqués et dossiers de presse aux journalistes.
- Invitation et relance des journalistes.

## 2.2. Evénement de networking

### 2.2.1. Prestations logistiques et techniques

- Création d'une invitation, envoi des invitations par e-mailing, suivi des réponses, relance.
- Location au sein du salon, ou à proximité, d'un lieu pour réaliser un événement de networking pouvant accueillir 80 personnes.

Le lieu devra être équipé afin de permettre :

- la projection d'un film fourni par la Ville de Marseille (sonorisation, ordinateur portable pour diffuser les supports, grand écran de projection, vidéo projecteur, un écran de contrôle).
- la prise de parole des intervenants (sonorisation de l'espace ; pupitre pour l'intervenant principal, chaises avec tables basses pour les autres intervenants ; 4 micros main avec supports).
- l'organisation des rendez-vous BtoB des membres de la délégation. La salle devra donc être aménagée avec le mobilier nécessaire afin de permettre le confort et la confidentialité des rendez-vous (jusqu'à 10 rendez-vous simultanés).
- Organisation de l'événement de networking pour 80 personnes (cocktail dînatoire salé, sucré + boissons ou autre selon le moment choisi pour l'organisation de cet événement).

En fonction de sa connaissance des traditions et des habitudes de travail, le prestataire devra préconiser un format d'événement qui lui permettra de concevoir le cadre idéal pour optimiser les contacts professionnels et les courants d'affaires.

A titre informatif, le déroulé de l'événement pourrait être prévu comme suit :

- Accueil général.
- Projection d'un film promotionnel de Marseille.
- Prise de parole d'un élu avec 1 ou 2 témoins clés illustrant les atouts de Marseille et le dynamisme de la filière des Industries Créatives (cinéma, animation, Tech VR/AR/VFX, Design, ...), des Loisirs (E-Sport...) et leurs perspectives de développement à Marseille.
- Echanges avec la salle.
- Networking autour d'un apéritif dînatoire ou autre, selon le moment choisi pour l'organisation de cet événement.
- Fin de l'opération.

### 2.2.2. Prestations d'animation

- Accueil des participants et invités lors de l'événement de networking.
- Aide à la scénarisation de la soirée de présentation, conseil sur le marketing de l'offre et éléments de langage et accompagnement sur le message à diffuser afin d'être pertinent par rapport à la cible de prospects et d'invités identifiés.

### **3. Mission de suivi**

A l'issue de la mission, le prestataire remettra au plus tard dans un délai de 3 mois :

- un rapport post mission : remerciements, établissement d'un bilan faisant état des rendez-vous, des perspectives envisagées, et de l'ensemble des contacts avec la transmission d'un fichier détaillé (nom, fonction, société, mail, téléphone) à la Ville de Marseille de toutes les personnes rencontrées ainsi que des personnes sourcées.
- un document de synthèse récapitulant les différentes étapes et un deuxième bilan concernant le suivi des rendez-vous réalisés. Il sera aussi précisé les rendez-vous non aboutis indiquant les raisons de refus et les suites possibles qui peuvent être envisagées.
- les opportunités d'affaires qui découlent de la mission en matière de tournage.
- un bilan de l'opération incluant l'interview des participants pour recueillir leurs impressions et savoir si l'opération correspondait à leurs attentes.