



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 SUR LES
FILIERES ECONOMIQUES
D'EXCELLENCE DE MARSEILLE POUR
L'ANNEE 2020**

Numéro de la consultation : 2019_40303_0043

Procédure de passation : Procédure adaptée

Date de notification :

Sommaire

Article 1 - PREAMBULE.....	3
Article 2 - OBJECTIFS DE LA PRESTATION.....	4
Article 3 - CONTENU ET RESULTATS ATTENDUS.....	5
 Lot 1 – Porteurs de projets de création, d'implantation et de développement sur le secteur de l'immobilier d'entreprise.....	5
 Lot 2 - Porteurs de projets de création, d'implantation et de développement sur le secteur des commerces et enseignes.....	7
 Lot 3 - Porteurs de projets de création, d'implantation et de développement sur le secteur des médias et industries culturelles et créatives.....	11

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. 8 000 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 salon professionnels.

Sur chaque salon, la Ville de Marseille anime un stand ou dispose d'un espace sur un stand commun avec d'autres institutions, telles que Aix-Marseille Provence Métropole, la Chambre de Commerce et d'industrie Marseille Provence, le Grand Port Maritime de Marseille, Euroméditerranée ou d'autres partenaires tels que des clusters d'entreprises.

De plus, la Ville de Marseille souhaite, dans le cadre de la stratégie « Ambition Centre-Ville », sur le volet économique, revitaliser les commerces en attirant de nouvelles enseignes et renforcer son attractivité économique en attirant des PME et des startups.

Pour l'année 2020, la Ville de Marseille souhaite intensifier son action de prospection et d'accueil de projets économiques en s'allouant les services de consultants spécialisés tout au long de l'année.

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 sur les filières économiques d'excellence de Marseille tout au long de l'année 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
1	Porteurs de projets de création, d'implantation et de développement sur le secteur de l'immobilier d'entreprise	Immobilier d'Entreprise
2	Porteurs de projets de création, d'implantation et de développement sur le secteur des commerces et enseignes	Commerce
3	Porteurs de projets de création, d'implantation et de développement sur le secteur des médias et industries culturelles et créatives	Industries culturelles et créatives

Article 3 - CONTENU ET RESULTATS ATTENDUS

Filière Immobilier d'Entreprise

Lot 1 : Porteurs de projets de création, d'implantation et de développement sur le secteur de l'immobilier d'entreprise

Afin d'être plus efficace dans sa relation avec les porteurs de projets et investisseurs, la Direction des Projets Économiques (D.P.E.) de la Ville de Marseille souhaite s'adjoindre l'assistance de professionnels pour la prospection, l'organisation de rendez-vous d'affaires sur les filières économiques d'excellence du territoire. Ceci, tout au long de l'année 2020 soit dans le cadre de rencontres d'affaires à Marseille ou autres lieux à convenir avec les prospects et le prestataire, soit dans le cadre des différents salons auxquels la D.P.E. participera en 2020 (à titre d'exemple MIPIM, Euro Maritime, Salons des entrepreneurs, SIMI...)

Il s'agira pour le prestataire d'accompagner la Ville de Marseille pendant un an en termes de prospection afin de détecter en vue de les implanter à Marseille, des porteurs de projet de création, de développement d'entreprises ou d'extension de leurs activités. La prestation comprendra également la recherche d'investisseurs.

Tous secteurs d'activité en lien avec les filières d'excellence du territoire Marseillais et notamment les filières : maritime, santé, tertiaire, logistique, numérique, IT, biotechnologie, greentech et une attente particulière est souhaitée pour des implantations en Centre-Ville.

L'objectif est de 50 rendez-vous par an avec des porteurs de projets différents.

1. Prestations attendues pour ce lot

1.1. Prestations techniques

- Dès la notification du Marché et sur sollicitation du Maître d'ouvrage, mise au point avec le prestataire des objectifs de la prospection au regard des enjeux et de l'actualité du territoire.
- Préparation de la liste des filières et secteurs d'activités dans lesquels devra intervenir le travail de prospection et d'organisation des RDV professionnels.
- Sourcing des investisseurs immobiliers ou entreprises au niveau national et international.
- Ciblage et qualification des prospects susceptibles de s'implanter et/ou d'investir à Marseille.
- Ciblage et qualification des prospects susceptibles de s'implanter et/ou d'investir en priorité dans le périmètre du centre-ville.

- Élaboration d'un carnet de rendez-vous trimestriel avec des temps forts au moment des salons immobiliers.
- **Tous les rendez-vous devront être validés par les services Développement Territorial et Rayonnement Economique de la Direction des Projets Économiques en début de trimestre.**
- Les RDV devront être qualifiés c'est à dire correspondre en priorité à des entreprises qui souhaitent s'implanter à Marseille, même si il ne s'agit que d'une première approche et correspondre aux cibles filières prédéfinies.
- Gestion du planning des rendez-vous : planning fourni au moins 15 jours à l'avance avec actualisation finale à 72h.

1.2. Prestations de suivi

Le prestataire remettra :

a) au plus tard dans les 15 jours maximum suivant chaque rendez-vous :

- un rapport post rendez-vous : remerciements, perspectives envisagées et transmission d'un fichier détaillé de toutes les personnes rencontrées et/ou sourcées (nom, fonction, société, mail, téléphone).

b) au plus tard dans les 15 jours maximum suivants la fin de chaque trimestre :

- un bilan consolidé de son action.

c) au plus tard dans les 15 jours maximum suivants la mission annuelle :

- un document de synthèse faisant état de tous les échanges effectués au cours des rendez-vous et spécifiant aussi les rendez-vous non aboutis, les raisons des refus ainsi que les suites concrètes possibles ;
- les coordonnées des entreprises sourcées et n'ayant pas donné suite seront également mentionnées dans ce document ;
- les opportunités d'implantations ou de développement d'entreprises qui en découlent ;
- des préconisations sur les suites à donner aux échanges avec les professionnels rencontrés.

Filière Commerce

Lot 2 – Porteurs de projets de création, d'implantation et de développement sur le secteur des commerces et enseignes

Le prestataire retenu devra répondre à deux objectifs :

- Prospection d'enseignes
- Prospection d'investisseurs / franchisés

1- Prospection d'enseignes

La Ville de Marseille axe aujourd'hui la prospection dans le domaine du retail autour de 3 salons : le MAPIC Milan, le MAPIC Cannes et le SIEC à Paris.

Ces salons dédiés à l'immobilier commercial permettent à la Ville une prise de contacts assez aisée avec la majorité des retailers.

En dehors de ces rendez-vous incontournables du retail et de l'immobilier commercial, la Ville de Marseille rencontre des difficultés dans l'approche de grandes enseignes nationales et internationales.

L'objectif de ce marché est donc d'aider la Ville de Marseille à atteindre ces enseignes renommées et avec qui le contact est difficile à établir.

Le titulaire devra donc accompagner la Ville de Marseille pendant un an en terme de prospection et détecter des porteurs de projets de nouvelles enseignes commerciales.

L'enjeu pour la Ville de Marseille est, d'une part, promouvoir le territoire auprès de ces enseignes qui peuvent jouer un rôle de locomotive dans le centre-ville, et d'autre part, faciliter leurs démarches dans le cadre d'une possible implantation à Marseille.

Les salons pourront être une porte d'entrée de prospection mais ne peuvent constituer en aucun cas le seul axe de prise de contact.

La Ville de Marseille souhaite orienter sa prospection vers des enseignes ayant un fort impact en termes d'attractivité et de rayonnement pour la Ville dans des secteurs d'activités stratégiques et dont les projets d'implantation privilégieront le centre-ville.

Le titulaire pourra organiser les rendez-vous d'affaires soit lors des salons professionnels, soit en dehors des salons durant la période de l'année 2020, en fonction des disponibilités des enseignes.

La présence du titulaire lors des rendez-vous est fortement souhaitée.

2- Prospection de franchisés

De par sa participation à différents salons dédiés au retail, la Ville de Marseille est en contact avec de nombreuses enseignes, mais qui souhaitent se développer en franchise.

Ces franchiseurs rencontrent des difficultés dans l'identification de leurs futurs franchisés, ce qui est un réel frein à la dynamisation commerciale du centre-ville.

La Ville de Marseille souhaite donc établir des contacts avec des franchisés/dirigeants ayant la capacité financière (de 500 000€ à 1 000 000€) et la volonté d'investir dans une franchise commerciale, afin de les mettre en lien avec des franchiseurs.

1. Prestations attendues pour ce lot

1.1. Prestations techniques

- Sourcing de développeurs d'enseignes au niveau national et international :

=> Ces prospects susceptibles de s'implanter à Marseille devront répondre à au moins l'un des critères suivants :

- Ne pas représenter une grande ou moyenne surface alimentaire ;
- Représenter une marque absente du territoire marseillais ;
- Apporter une valeur ajoutée au dynamisme et l'attractivité du territoire ;
- Jouer un rôle de locomotive dans un centre-ville et avoir la capacité d'attirer un flux de clientèle élevé.

=> Ces prospects devront répondre à des priorités établies par la Direction des Projets Économiques (DPE) lors d'une réunion de cadrage suite à la notification du marché.

A titre d'exemple, voici quelques types d'enseignes recherchées par la Ville de Marseille :

- Enseigne de lingerie non encore implantée en France en-dehors des aéroports ;
- Enseigne de jouets spécialisée dans les jeux de construction ;
- Enseigne dans le domaine du sport, équipementier d'une équipe professionnelle de football ;
- Pure-players développant des concepts en boutiques ;
- Enseigne internationale spécialisée dans les nouvelles technologies et la téléphonie mobile ;
- Cette liste n'est pas exhaustive.

Les fichiers fournis par les organisateurs des salons ne doit pas constituer la seule base de contact, le prestataire devra donc identifier des entreprises dans ce domaine. Cela signifie que le prestataire doit nécessairement être spécialisé dans le domaine du retail et y avoir un réseau élargi.

- Sourcing de franchisés

=> Ces prospects susceptibles d'investir à Marseille devront :

- Avoir la volonté d'investir dans une franchise commerciale ;
- Avoir une capacité d'investissement dans une fourchette d'environ 500 000€ à 1 000 000€ ;

- Par ailleurs, une priorité sera portée sur des prospects souhaitant investir dans la restauration.
 - => Ces prospects devront répondre à des priorités établies par la Direction des Projets Économiques (DPE) lors d'une réunion de cadrage suite à la notification du marché.
- Élaboration d'un carnet de rendez-vous :
 - => A partir de cette liste de prospects (enseignes, franchisés / investisseurs), un minimum de 15 rendez-vous qualifiés tout au long de l'année seront organisés par le prestataire, répartis comme suit : 10 représentants d'enseignes et 5 investisseurs / franchisés .
 - => Tous les rendez-vous devront être validés par les services Commerce et Rayonnement Économique de la Direction des Projets Économiques
 - => Pour chaque rendez-vous, une fiche d'identité de l'enseigne et/ou de l'investisseur sera établie (description de l'enseigne et de son développement, une explication de sa qualification pour une implantation à Marseille, le type de locaux recherchés, les coordonnées de contacts).
 - => Le planning des rendez-vous sera fourni au moins 15 jours à l'avance avec actualisation finale à 72h.
Si le planning de rendez-vous nécessite le déplacement d'agents de la Ville de Marseille hors Marseille (à Paris par exemple), le planning devra être annoncé au moins un mois à l'avance.

1.2. Prestations de suivi

Le prestataire remettra :

a) au plus tard dans les 15 jours maximum suivant chaque rendez-vous :

- un rapport post rendez-vous : perspectives envisagées et transmission d'un fichier détaillé de toutes les personnes rencontrées et/ou sourcées (nom, fonction, société, mail, téléphone).

b) au plus tard dans les 15 jours maximum suivants la fin de chaque trimestre :

- un bilan consolidé de son action.

c) au plus tard dans les 15 jours maximum suivants la mission annuelle :

- un document de synthèse faisant état de tous les échanges effectués au cours des rendez-vous et spécifiant aussi les rendez-vous non aboutis, les raisons des refus ainsi que les suites concrètes possibles ;
- les coordonnées des entreprises sourcées et n'ayant pas donné suite seront également mentionnées dans ce document ;
- les opportunités d'implantations ou de développement d'entreprises qui en découlent ;
- des préconisations sur les suites à donner aux échanges avec les professionnels rencontrés.

Filière Industries Culturelles et Créatives

Lot 3 - Porteurs de projets de création, d'implantation et de développement sur le secteur des médias et industries culturelles et créatives

Marseille est le second territoire de France le plus filmé avec 513 tournages en 2018 qui représentent plus de 70 millions de retombées économiques. La Ville de Marseille a un rôle central pour le rayonnement et l'attractivité de cette filière pour la Métropole. La filière compte 29.000 salariés hors intermittents.

Les productions accueillies sont majoritairement françaises. Néanmoins, le rehaussement à 30 % du crédit d'impôt international constitue une opportunité pour attirer et fixer des productions étrangères.

De plus, Marseille possède, avec le Pôle Média de la Belle de Mai, un hôtel d'entreprises dédié à l'audiovisuel susceptible de proposer des solutions en termes de bureaux de production et d'implantation d'entreprises audiovisuelles et numériques. Enfin Marseille, bénéficie du label French Tech et présente un écosystème numérique et innovant dynamique susceptible de constituer un vivier de talents intéressants pour les entreprises des Médias et des Industries Culturelles et Créatives souhaitant s'implanter dans le sud.

Le titulaire devra donc accompagner la Ville de Marseille pendant un an en termes de prospection des acteurs des industries créatives.

L'enjeu pour la Ville de Marseille est, d'une part, promouvoir le territoire auprès des professionnels français et étrangers, et d'autre part, cibler des décideurs et organisateurs d'événements susceptibles d'organiser leur événement ou un événement professionnel à Marseille.

Les salons pourront être une porte d'entrée de prospection mais ne peuvent constituer en aucun cas le seul axe de prise de contact.

La Ville de Marseille souhaite orienter sa prospection vers l'implantation de studios d'animation, des studios de jeux vidéos, des sociétés d'effets spéciaux dans le domaine des industries culturelles et créatives.

Le titulaire pourra organiser les rendez-vous d'affaires soit lors des salons professionnels, soit en dehors des salons durant la période de l'année 2020, en fonction des disponibilités des parties.

La présence du titulaire lors des rendez-vous est fortement souhaitée.

A titre indicatif les salons sont Mifa, Mipcom, Viviatechnologie, Paris Games Week.

1. Prestations attendues pour ce lot

1.1. Prestations techniques

- Cibler des professionnels susceptibles d'implanter une activité à Marseille dans des projets économiques en lien avec les industries culturelles et créatives.
- Tous les rendez-vous devront être validés par le service Rayonnement Économique de la Direction des Projets Économiques en amont de chaque salon.
- Élaboration d'un carnet de rendez-vous sur la période des salons ou, en cas d'impossibilité temporelle ou géographique, monter les rendez-vous en dehors du salon sur toute la période de l'année à Marseille de préférence.
- Au delà des fichiers fournis par les organisateurs des salons, le prestataire devra identifier des entreprises dans les filières demandées (industries créatives)
- Organisation de 50 rendez-vous d'affaires pendant l'année. Dans la mesure du possible le prestataire assistera au rendez-vous.
- Gestion du planning des rendez-vous, planning fourni au moins 15 jours à l'avance avec actualisation finale à 72h avant les rendez-vous.

1.2. Prestations de suivi

Le prestataire remettra :

a) au plus tard dans les 15 jours maximum suivant chaque rendez-vous :

- un rapport post rendez-vous : remerciements, perspectives envisagées et transmission d'un fichier détaillé de toutes les personnes rencontrées et/ou sourcées (nom, fonction, société, mail, téléphone).

b) au plus tard dans les 15 jours maximum suivants la fin de chaque trimestre :

- un bilan consolidé de son action.

c) au plus tard dans les 15 jours maximum suivants la mission annuelle :

- un document de synthèse faisant état de tous les échanges effectués au cours des rendez-vous et spécifiant aussi les rendez-vous non aboutis, les raisons des refus ainsi que les suites concrètes possibles ;
- les coordonnées des entreprises sourcées et n'ayant pas donné suite seront également mentionnées dans ce document ;

- les opportunités d'implantations ou de développement d'entreprises qui en découlent ;
- des préconisations sur les suites à donner aux échanges avec les professionnels rencontrés.