



FICHE D'INFORMATION AUX CANDIDATS
AVIS N° 2019_40303_0043

A Marseille, le 08/11/2019

Direction des Projets Economiques

Adresse du profil acheteur : marchespublics.mairie-marseille.fr

Objet : Prospection, organisation de rendez-vous d'affaires sur les filières économiques d'excellence de Marseille pour l'année 2020.

RÉPONSE SUITE A DES DEMANDES D'INFORMATION

Question 1, posée le 06/11/2019 :

a) Svp définir les secteurs concernés : immobilier d'entreprise; commerces et enseignes; médias et industries culturelles et créatives.

Réponse 1 a), transmise le 08/11/2019 :

Pour le lot n° 1 :

Filière « immobilier d'entreprise ».

Le Lot n° 1 est intitulé "Porteurs de projets de création , d'implantation et de développement sur le secteur de l'immobilier d'entreprise". Ce lot vise à 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.

Cette prospection devra s'opérer dans tous les secteurs d'activité en lien avec les filières d'excellence du territoire Marseillais et notamment les filières : Santé, IT, biotechnologie, maritime, greentech, logistique urbaine, et en particulier pour son Centre-Ville les industries créatives.

Pour le lot n° 2 :

Filière « Commerce ».

Comme indiqué dans le CCTP, les 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.

Par ailleurs, en dehors de cette recherche d'enseignes, il est également demandé au prestataire d'orienter sa prospection sur des dirigeants ayant la volonté d'investir dans une franchise commerciale.

Pour le lot n° 3 :

Filière « Industries culturelles et créatives ».

Comme indiqué dans le CCTP, Marseille est le second territoire de France le plus filmé avec 513 tournages en 2018.

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.

Question 1, posée le 06/11/2019 :

b) Activités prévues : salons ?- si oui, combien ? missions- ? si oui, où et combien ?

Réponse 1 b), transmise le 08/11/2019 :

Pour le lot n° 1 :

Les activités qui mobiliseront le prestataire dans le cadre du lot n° 1 sont définies dans la partie "1.1. Prestations techniques" du CCTP et précise les points suivants :

- 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 des prospects susceptibles de s'implanter et/ou d'investir à Marseille.
- Ciblage 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 le service Développement Territorial 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 s'il ne s'agit que d'une première approche et correspondre aux cibles filières prédéfinies.

Le CCTP précise en outre que "les RDV pourront se tenir tout au long de l'année de préférence à Marseille, mais en cas d'impossibilité, dans la Ville du porteur de projet ou à l'occasion de salons professionnels (à titre indicatif : le MIPIM en mars, le salon des entrepreneurs de Marseille en octobre, le salon Euro Maritime en octobre, ou le SIMI en décembre...).

Estimation des objectifs en terme de nombre de rendez-vous.

Le CCTP précise un objectif de 50 RDV par an avec des porteurs de projets différents. Ceci, tout au long de l'année 2020 soit dans le cadre de RDV à Marseille ou autre lieu à convenir avec les prospects, soit dans le cadre des différents salons auxquels la D.P.E. participera en 2020 (à titre d'exemple MIPIM, Euro Maritime, Salon des entrepreneurs, SIMI...).

Pour le lot n° 2 :

Au sein de la filière commerce, la Ville de Marseille participe à 2 salons (le SIEC à Paris et le MAPIC à Cannes).

Ces salons peuvent constituer un appui ou un prétexte pour rencontrer certaines enseignes, mais la base de données de ces salons est insuffisante et ne doit en aucun cas constituer la seule base de prospection.

Les rendez-vous organisés par le prestataire pourront éventuellement avoir lieu lors de ces salons. En dehors de ces salons, les rendez-vous pourront être organisés à Marseille ou dans une autre ville (en France) en fonction du lieu choisi par l'entreprise prospectée.

Il est demandé au prestataire d'organiser 15 rendez-vous qualifiés. Sur cette base, 15 déplacements sont à prévoir, sauf si certains rendez-vous sont organisés sur une même période.

Pour le lot n° 3 :

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

Les activités qui mobiliseront le prestataire dans le cadre du lot n° 3 sont définies dans la partie "1.1. Prestations techniques" du CCTP et précise les points suivants :

- 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.

Question 1, posée le 06/11/2019 :

c) Appels téléphoniques- si oui, combien ?

Réponse 1 c), transmise le 08/11/2019 :

Pour tous les lots :

Le prestataire reste maître de la manière dont il souhaite procéder pour sa prospection.

La Ville de Marseille ne peut donc pas lui indiquer combien d'appels téléphoniques seront à passer afin de répondre à la commande.

SUIVI DES MODIFICATIONS CONCERNANT LES DOCUMENTS DE LA CONSULTATION

Aucune modification des documents de la consultation n'a été effectuée à ce jour.

La date limite de remise des offres prévue le 22/11/2019 à 16h00 est maintenue.