

# advancity

The Smart Metropolis Hub



## APPEL D'OFFRE POUR PRESTATION DE SERVICES

---

### Renforcement de l'offre advancity® aux PME

Accompagnement généraliste des PME en matière de diagnostic stratégique et diagnostic marketing

---

### CAHIER DES CHARGES

Paris, le 2 novembre 2015

## SOMMAIRE

1. POUVOIR ADJUDICATEUR .....	3
2. INTERLOCUTEURS.....	3
3. OBJET DE LA CONSULTATION.....	3
4. CONTEXTE.....	3
5. MISSION ATTENDUE .....	3
5.1. Objectifs.....	3
5.2. Livrables .....	4
5.3. Ressources et moyens.....	5
8. MODALITES PRATIQUES - CALENDRIER.....	5
9. COMPOSITION DES PROPOSITIONS .....	6
10. CRITERES D'ATTRIBUTION DU MARCHÉ .....	6
11. BUDGET ET FINANCEMENT.....	7
12. PROPRIETE INTELLECTUELLE ET CONDITIONS DE LIVRAISON DES LIVRABLES .....	7

## 1. POUVOIR ADJUDICATEUR

La personne morale responsable du marché est :

Advancity, représenté par sa Directrice Générale, Mme Florence CASTEL.

Adresse : 6-8 avenue Blaise Pascal, Champs-sur-Marne

77455 Marne-la-Vallée Cedex 2

## 2. INTERLOCUTEURS

Natalia CICIARELLO – Chargée du développement de l'offre de services aux entreprises

Tél : 01 45 92 65 73

natalia.ciciarello@advancity.eu

## 3. OBJET DE LA CONSULTATION

Accompagnement généraliste des PME - Diagnostic stratégique et marketing (à indiquer dans toute correspondance)

## 4. CONTEXTE

Advancity, étant chargé par la Région Ile-de-France du programme de développement de la filière des éco-activités à l'échelle de la région francilienne, met en place des actions spécifiques pour renforcer l'offre d'accompagnement aux PME. En 2014, Advancity lance son programme « offre advancity® » aux entreprises. C'est dans ce cadre-là qu'en 2015, Advancity propose aux PME de la filière des éco-activités un accompagnement généraliste. Celui-ci se traduit par la mise en œuvre des diagnostics des potentiels de développement des entreprises afin de mieux cibler les actions futures. Cet accompagnement, d'intérêt régional, vise à apporter un appui spécifique aux PME par le biais des analyses stratégiques et marketing.

## 5. MISSION ATTENDUE

### 5.1. Objectifs

Advancity sélectionne un prestataire pour accompagner, au maximum, 10 PME franciliennes de la filière des éco-activités dans l'élaboration d'un diagnostic stratégique suivi d'un diagnostic marketing. Cette analyse objective et complète cherche à apporter aux PME une vision de leur situation actuelle, en identifiant leurs forces et leurs faiblesses, ainsi que les outils nécessaires pour assurer leur pérennité à moyen et long terme. En saisissant les opportunités et surmontant les menaces, les PME se voient la possibilité de profiter des avantages de l'environnement et d'améliorer leur rendement.

Advancity met en relation le prestataire avec les PME souhaitant bénéficier de cet accompagnement.

Chaque diagnostic, stratégique ou marketing, doit :

- prévoir au moins trois rendez-vous en face à face (dans les locaux de l'entreprise participante).
- garantir un consultant unique pour chaque PME pendant la durée du diagnostic.
- définir le détail de l'accompagnement du diagnostic en question, la charge horaire, les sujets abordés à chaque rendez-vous. Ces informations sont communiquées par le prestataire au bénéficiaire lors du premier contact.
- envisager un questionnaire de satisfaction à l'issue du même.
- proposer un suivi du plan d'action post mission pour mesurer les résultats obtenus.

## Diagnostic stratégique

Le diagnostic stratégique adapté aux PME de la filière des éco-activités Ile-de-France doit donner des outils et des méthodes à chaque entrepreneur pour comprendre son secteur d'activité et mieux appréhender l'analyse de son entreprise. Il se formule en cinq phases :

1. Segmentation de l'organisation en Domaines d'Activité Stratégique (DAS), si besoin est.
2. Diagnostic interne et diagnostic externe (analyse SWOT) de chaque DAS
3. Définition des objectifs stratégiques
4. Mise en œuvre de la stratégie
5. Contrôle stratégique

## Diagnostic marketing

En s'appuyant sur les informations recensées lors de la matrice SWOT du diagnostic stratégique, le diagnostic marketing reste davantage orienté sur une logique marché-produits. Il permet à chaque PME d'identifier les faits et tendances, d'atteindre une meilleure compréhension de la situation ainsi que de son évolution et, enfin, de mettre en place des actions correctives dans le but d'améliorer sa productivité. Le diagnostic marketing présente les quatre volets suivants :

1. Analyse externe
2. Analyse interne
3. La formulation du diagnostic
4. La définition d'un plan de marketing

## 5.2. Livrables

Un compte-rendu au plus tard trois jours calendrier, après chaque rendez-vous avec l'entreprise doit être remis à cette dernière. D'autre part, un document final de diagnostic, relevant les recommandations identifiées à l'issue du même est remis à chaque participant, au plus tard, sept jours calendrier après le rendez-vous final. L'ensemble de ces documents se présentent sous la forme d'un fichier numérique (PDF format A4 et/ou Word et/ou Excel, selon préférence de chaque participant).

De même, une copie de chaque diagnostic effectué, sous la forme de fichier numérique (PDF format A4), et le questionnaire de satisfaction complété par la PME concernée sont livrés à Advancity au plus tard sept jours calendrier après le rendez-vous final, avec chaque entreprise.

Advancity doit recevoir une fiche finale regroupant les attestations de conformité des livrables pour chaque PME, avec leur signature et cachet respectif. Parallèlement, une fiche de l'état d'avancement des diagnostics pour l'ensemble des PME est envoyée à l'interlocuteur d'Advancity le dernier jour ouvrable de chaque mois.

Les livrables cités ci-dessus devront impérativement permettre à Advancity d'évaluer les accompagnements réalisés sur des critères objectifs.

### Tableau récapitulatif des livrables

Livrables	Calendrier	Destinataire
Compte-rendu ponctuel	J+3 de chaque rendez-vous avec PME	PME
Diagnostic stratégique	J+7 du RDV final avec PME	PME
Diagnostic stratégique + questionnaire de satisfaction	J+7 du RDV final avec PME	Advancity
Diagnostic marketing	J+7 du RDV final avec PME	PME
Diagnostic marketing + questionnaire de satisfaction	J+7 du RDV final avec PME	Advancity
Fiche de l'état d'avancement	Dernier jour ouvrable de chaque mois	Advancity
Fiche finale	Le 5 mars 2016	Advancity

### 5.3. Ressources et moyens

Les compétences recherchées sont au croisement de l'innovation, de la ville durable et de l'expertise en matière d'accompagnement de PME dans l'élaboration de diagnostics en stratégie et marketing.

Advancity met en relation le prestataire avec les PME sur une période s'étalant de la date de la sélection du prestataire jusqu'au 29 février 2016.

## 8. MODALITES PRATIQUES - CALENDRIER

Dates	Détails
2 novembre au 18 novembre	Publication de l'appel d'offre sur le site Internet <a href="http://www.advancity.eu">www.advancity.eu</a> et consultation des opérateurs.
18 novembre 2015 (10h)	Date limite de réponse à l'appel.
18 novembre 2015	Choix du prestataire.

23 novembre 2015 au 29 février 2016	Déroulement des diagnostics.
31 décembre 2015	Date limite de réception des inscriptions PME, dans la limite des places disponibles.
29 février 2016	Fin de la prestation.

## 9. COMPOSITION DES PROPOSITIONS

La réponse à la consultation doit comprendre des documents administratifs, d'une part, et une offre détaillée, d'autre part.

### Documents administratifs :

- Kbis – police d'assurance
- Attestation URSSAF et trésorerie (attestation fiscale)
- Attestation CA et effectif sur les 3 dernières années

### Offre :

- Une proposition répondant au cahier des charges.
- Une offre budgétaire détaillée.
- Présentation de l'équipe dédiée au projet.
- Présentation de la société.
- Références en termes de diagnostics stratégiques et marketing déjà effectués.

Toutes demandes ou interrogations complémentaires doivent être formulées par voie électronique à [natalia.ciciarello@advancity.eu](mailto:natalia.ciciarello@advancity.eu). Les réponses aux questions sont apportées jusqu'à 17h la veille de la date limite de remise des offres.

Les prestataires doivent faire parvenir leur offre à Advancity, par mail à [natalia.ciciarello@advancity.eu](mailto:natalia.ciciarello@advancity.eu) au plus tard le 18 novembre 2015, 10h.

## 10. CRITERES D'ATTRIBUTION DU MARCHÉ

Les critères retenus pour l'examen des offres sont les suivants :

Libellé	%
Conformité au cahier des charges	30
Prix	40
Pertinence de la méthodologie	20
Références en termes de diagnostics stratégiques et marketing déjà effectués pour des PME	10

Chaque critère sera noté sur 5, 5 correspondant à « excellent » et 1 à « mauvais ». L'appréciation du coût de la prestation étant effectuée par rapport à la moyenne pondérée des offres reçues.

Sur la base des critères énoncés, Advancity retiendra un prestataire. Le démarrage des accompagnements est prévu dès le 23 novembre 2015.

## **11. BUDGET ET FINANCEMENT**

La recette des livrables de chaque diagnostic finalisé donne lieu au versement d'acomptes correspondant au montant forfaitaire. Toutefois, une avance de 10% du montant total est versée au début de l'accompagnement de la première PME correspondant à 10% de la prestation globale. Cette avance couvre la totalité du montant forfaitaire des deux premiers diagnostics. Les acomptes sont payés en règlement des factures émises par le Titulaire, dans un délai de 60 jours à compter de la date de réception de la facture.

## **12. PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE ET CONDITIONS DE LIVRAISON DES LIVRABLES**

Les livrables sont à fournir sous la forme de fichiers numériques réutilisables par les PME bénéficiaires. Les livrables sont la propriété des PME bénéficiaires ne pouvant pas être réutilisés par Advancity sans autorisation expresse.