

Mission d'accompagnement de Vaucluse Provence Attractivité pour la prospection et la détection de projets d'implantation d'entreprises

Cahier des charges

1 Présentation générale	3
1.1 Objet de la consultation	3
1.2 Présentation de VPA	3
1.3 La prospection et la détection de projets d'investissement	4
2 Le pôle prospection et filières	5
2.1 Filières d'excellence	5
2.2 Ciblage géographique.....	8
2.3 Offre de service du pôle prospection et filières	8
3 Un territoire aux multiples atouts	9
4 Besoins et attentes	11
4.1 Lot n°1 Marketing digital & direct, veille et lead génération	11
4.2 Lot n°2 - Préparation d'actions de prospection sur salon pour les chefs de projet filières	13
5 Gestion de projet.....	14
5.1 Réunions.....	14
5.2 Calendrier	15
6 Réponse à la consultation.....	15
6.1 Allotissement	15
6.2 Eléments attendus pour la réponse technique	15
6.3 Critères	16
6.4 Budget	17
6.5 Reconstitution de la mission	17
7 Annexes	17



1 PRESENTATION GENERALE

1.1 Objet de la consultation

Afin de répondre à ses objectifs d'attractivité économique, Vaucluse Provence Attractivité souhaite être appuyée d'un ou plusieurs prestataires intervenant sur la prospection et la détection de projets d'investissement.

La présente consultation a pour objet de sélectionner, au moyen de deux lots le ou le(s) prestataire(s) qui réalisera(ont) la préparation d'actions de prospection sur salons, et la détection de leads pour des projets d'investissement, grâce à différents outils ou méthodes :

- Marketing digital permettant de capter les projets d'entreprises en phase de recherche active
- Veille sur les signaux forts et faibles permettant d'identifier les entreprises en phase d'expansion ou de relocalisation,
- Actions de prospection dédiées à l'identification de nouveaux leads : mailings ciblés sur les cœurs de cible, phoning...
- Lead génération
- Prise de rendez-vous qualifiés sur salons.

1.2 Présentation de VPA

Née d'une volonté partagée entre le Conseil départemental, les EPCI, les chambres consulaires et des organismes privés et publics, Vaucluse Provence Attractivité est issue de la fusion de l'ancienne Agence du Développement Touristique (ADT Vaucluse Tourisme) et de l'Agence de développement économique (Vaucluse Développement).

Créée en 2017, Vaucluse Provence Attractivité s'est attachée à structurer ses services afin de permettre à l'Agence d'être pleinement au service du développement, du tourisme et des territoires du département.

a) Les missions de l'Agence

L'Agence a pour mission d'accroître la notoriété et le rayonnement du territoire afin d'attirer des touristes, des talents et des investisseurs.

Pour cela elle a défini 3 axes stratégiques :

Développer la connaissance et accompagner le développement des territoires :

- Produire, analyser et partager des données pour qualifier les territoires et leurs clientèles
- Accompagner les EPCI et les OTI dans leur stratégie de développement

Accélérer la création de valeur ajoutée sur les territoires

- Conseiller et accompagner les professionnels et acteurs du territoire
- Structurer et coordonner les principales filières du département
- Mobiliser une Ingénierie de projets pour le développement de nouvelles activités
- Animer des réseaux de partenaires et développer un esprit du « travailler ensemble »

Accroître le rayonnement de la destination Vaucluse en France et à l'international

- Promouvoir les écosystèmes, pôles d'excellence du département et détecter de nouveaux projets d'implantation
- Promouvoir la destination Vaucluse Provence et valoriser les professionnels du tourisme en France et à l'international
- Développer et piloter une stratégie connectée de webmarketing

b) Les pôles d'activité de l'agence

L'agence est structurée autour de 3 pôles :

- Le pôle INGENIERIE & TERRITOIRE
- Le pôle PROSPECTION - FILIERES
- Le pôle COMMUNICATION

1.3 La prospection et la détection de projets d'investissement

Vaucluse Provence Attractivité souhaite détecter des projets d'investissements susceptibles de s'implanter sur le territoire du Vaucluse.

Typologie des projets recherchés :

- Projets exogènes d'implantation (l'entreprise n'est pas encore implantée sur le département du Vaucluse).
- Projets nationaux ou internationaux en recherche d'un site d'implantation.
- Projets ciblés sur les filières d'excellence du territoire (ciblage décrit plus bas) : agroalimentaire, tourisme, économie créative & TIC, industrie, logistique, bâtiment & environnement, cosmétique. Sans exclure les projets dans les autres secteurs.
- Projets en corrélation avec l'offre foncière et immobilière du territoire.

Le territoire est adapté à l'accueil d'entreprises de toute taille, à des stades variés de développement, de la start-up à l'entreprise de taille intermédiaire, en passant par les TPE et PME.

L'activité du pôle prospection et filières est évaluée chaque année selon plusieurs critères :

- Nombre de projets d'investissement implantés (24 en 2017)
- Nombre d'emplois prévus à 3 ans (404 en 2017)

- Qualité des projets : activité innovante ou apportant une valeur ajoutée à l'écosystème sectoriel local, société étrangère, création de nouveau site plutôt qu'extension ou création, importance du nombre d'emplois créés...

Le constat ces dernières années, c'est la concrétisation de projets de taille plus réduite, qui s'explique notamment par un foncier pas toujours disponible pour l'accueil de grands projets.

2 LE POLE PROSPECTION ET FILIERES

L'équipe du pôle Prospection – Filières est constituée de 6 personnes : 5 chefs de projets sectoriels et un assistant chef de projet en alternance. Il est animé par un manager de pôle (compté dans l'effectif des chefs de projets car en charge de plusieurs filières).

2.1 Filières d'excellence

a) Filière Agroalimentaire

1^{ère} filière industrielle du Vaucluse.

Le Vaucluse est un des principaux bassins de production de fruits et légumes en France. C'est pourquoi de nombreux industriels font le choix de s'y implanter.

Le territoire compte à la fois de grandes entreprises comme McCormick (épices Vahiné, Ducros...), Continental Foods France (Soupes Liebig), NATUREX (ingrédients pour l'industrie agroalimentaire, cosmétique et pharmaceutique), Charles Faraud (compotes et légumes préparés), AGIS (plats cuisinés), Les Crudettes (salades prêtes à l'emploi)..., et aussi des PME et TPE très dynamiques.

Le Vaucluse est bien positionné dans toute la chaîne de valeur alimentaire de la graine à l'assiette avec notamment des compétences pointues sur la valorisation du végétal. Des technologies de pointe dans les équipements ou les procédés pour l'agriculture et la transformation agroalimentaire sont présentes ainsi qu'un savoir-faire dans les ingrédients pour la nutrition-santé. Le Vaucluse bénéficie d'un écosystème propice à l'accélération des start-up food tech, agtech et wine tech.

C'est aussi **l'un des plus grands départements viticoles** de France, avec notamment l'appellation des Côtes-du-Rhône.

b) Filière Tourisme

C'est le plus récent des secteurs d'excellence travaillés sous l'angle de la prospection d'investisseurs, suite à la création de l'agence au service du tourisme et des territoires en janvier 2017.

Le tourisme est un secteur économique déterminant en Vaucluse. Le Vaucluse accueille **4,2 millions de touristes à l'année**.

C'est un secteur d'activité transversal qui concerne les hébergements, la culture, l'œnotourisme, les activités de loisirs de plein air, la gastronomie...

C'est aussi un secteur innovant en pointe (dont le vélo et VTT), lié à l'infrastructure des start-up e-tourisme et Culture, avec un positionnement fort sur les produits bio, le développement durable et la mise en réseau significative des différents acteurs publics et privés.

c) Filière Cosmétique

Le Vaucluse est un territoire précurseur dans la production **d'ingrédients naturels et éco-efficients pour l'industrie cosmétique**, avec des savoir-faire industriels et académiques reconnus.

Parmi les grands acteurs de cet écosystème, nous pouvons citer Aroma Zone – leader sur le web en aromathérapie et cosmétiques maison-, Naturex, leader mondial de la production et de la commercialisation d'extraits végétaux naturels, TERRALIA, le pôle de compétitivité des filières végétales agricoles et agro-alimentaires du sud-est de la France, GREEN une équipe de l'UMR408 INRA-Université d'Avignon qui travaille sur l'Eco-Extraction du Végétal, ainsi que la PEEV, Plateforme d'éco-extraction de Valréas.

Le Vaucluse compte des entreprises spécialisées dans toute la chaîne de valeur : la fabrication et le conditionnement d'huiles essentielles, la recherche en formulation cosmétique, le conditionnement à façon, ou encore la production d'arômes et d'ingrédients.

d) Filière logistique

Le Vaucluse, au cœur de l'Europe du Sud et traversé par l'axe autoroutier nord-sud (A7) le plus fréquenté d'Europe garantit une accessibilité exceptionnelle aux entreprises implantées sur son territoire.

Sa localisation géostratégique de premier choix, permet aux entreprises d'accéder aux principaux marchés et bassins de consommations de l'Europe et de la Méditerranée :

- Pôles industriels majeurs
- 115 millions de consommateurs européens
- 9 millions à moins de 2h de route

3^{ème} pôle logistique national avec 130 000 emplois et 68 millions de tonnes de marchandises, le territoire se dote d'infrastructures performantes faisant du Vaucluse un territoire hyper-connecté :

- 1 gare TGV qui devrait accueillir 4 millions de voyageurs à horizon 2030
- 5 aéroports internationaux à proximité
- 4 autoroutes
- A 1h du 1^{er} port de France, le Grand Port Maritime de Marseille
- Des connexions fluviales et ferrées pour le transport de marchandises Nord-Sud
- Un hub multimodal Avignon Confluence à venir

- Des offres immobilières et foncières adaptées à la logistique

Le Vaucluse est donc un hub transport- logistique incontournable en France.

e) Filière aéronautique

La filière aéronautique du Vaucluse cible plus particulièrement les entreprises des « Nouveaux Services Aériens ». Ce positionnement est très différenciant par rapport aux autres territoires aéronautiques français.

f) Filière énergies et bâtiments intelligents

L'efficacité énergétique est la convergence des énergies renouvelables, des nouvelles techniques de construction et des outils logiciels de pilotage.

En Vaucluse, cette filière se traduit par une très forte présence d'acteurs de la construction et un très fort potentiel de production d'énergies renouvelables (solaire et biomasse).

Les acteurs de l'isolation et de l'étanchéité des bâtiments sont particulièrement bien représentés en Vaucluse. Cela contribue à accroître les économies d'énergie dans le bâtiment.

g) Filière économie créative

Depuis très longtemps, la région attire naturellement créateurs et artistes, qui trouvent en Provence un style de vie, des infrastructures, des équipements et des lieux propices et uniques. Au-delà de cette incontestable « magie du lieu », la création de filières spécialisées de formation et de recherche permet de soutenir le développement des projets et des entreprises.

Plusieurs sous-filières sont particulièrement dynamiques en Vaucluse :

- Valorisation du patrimoine
- Théâtre et spectacle vivant
- Création numérique autour du multimédia et du jeu vidéo, du cinéma, des arts graphiques, de l'animation

L'obtention récente du label national French Tech permet à notre territoire de devenir la capitale du numérique culturel en vue d'un rayonnement international.

h) Filière TIC

Le département de Vaucluse est un acteur des industries numériques dans le grand sud est de la France et de par sa position géographique bénéficie du rayonnement R&D, évènementiel et de la dynamique de grandes métropoles très proches.

Le Vaucluse accueille des structures de formation et de recherche de haut niveau :

- Le Centre d'Enseignement et de Recherche en Informatique (CERI)

- Le Laboratoire Informatique d'Avignon qui accueille un grand nombre de chercheurs étrangers
- Le Laboratoire de Géomatique d'Avignon.

Un pôle de compétitivité mondial : le pôle Solutions Communicantes Sécurisées (SCS)
Les Solutions Communicantes Sécurisées intègrent des matériels et des logiciels pour transmettre, échanger et traiter des informations de manière sécurisées et fiable.

De nombreux lieux pour accueillir et soutenir les activités dans le domaine des TIC sont au service des entreprises.

2.2 Ciblage géographique

Zones prioritaires :

- Sud Est de la France, Région Parisienne, Autres régions françaises
- Europe et plus particulièrement pays suivants : Allemagne, Belgique, Espagne, Italie, Pays-Bas, Suisse, UK, Irlande
- Bassin Méditerranéen en particulier Maghreb, Turquie, Egypte
- Amérique du Nord

2.3 Offre de service du pôle prospection et filières

a) Ingénierie foncière et immobilière

- Etude du cahier des charges de l'entreprise
- Recherche des offres correspondantes et relais auprès de nos réseaux (agences immobilières, collectivités, SEM...)
- Présentation des opportunités répondant au cahier des charges
- Organisation de visites de sites en lien avec les différents interlocuteurs

b) Ingénierie financière

- Diagnostic des aides disponibles selon le profil et le projet de l'entreprise
- Présentation du projet aux financeurs pour 1^{ère} validation de l'éligibilité du projet
- Organisation de mises en relation ou tours de table

c) Expertise et réseau filière

- Etude du projet et 1^{er} niveau de conseil expert
- Mise en relation avec les acteurs pertinents de la filière et du territoire (Grandes entreprises, pôles de compétitivité...)
- Mise à disposition de notre carnet d'adresse : avocats, experts comptables...

d) Talents et mobilité

- Aide au recrutement en mobilisant les partenaires de l'emploi (Paca mode d'emploi, Apec, Pôle emploi...)
- Information sur les mesures spécifiques (ARDAN...) ou les écoles spécialisées pour de l'alternance (ISEMA...)
- Aide aux formalités administratives (visa, logement notamment à l'aide de structures de relocation, école de langue...)

3 UN TERRITOIRE AUX MULTIPLES ATOUTS

a) Une localisation et des réseaux performants



Situé sur l'axe nord/sud, placé à la croisée des chemins entre l'Espagne et l'Italie, ouvert sur le bassin méditerranéen et sur l'Afrique du Nord, le Vaucluse bénéficie d'un positionnement géostratégique de premier choix.

Il garantit une accessibilité exceptionnelle aux entreprises implantées sur son territoire, grâce à ses réseaux ferroviaires, routiers et aériens performants.

Ainsi, Avignon est accessible de Paris par TGV en 2 h 40 et de Lyon en 1 heure.

Londres, Bruxelles et Madrid sont respectivement desservies par avion en 2 heures, 1 h 45 et 1 h 30.

b) Offres foncières et immobilières

Le territoire compte une offre foncière et immobilière variée : parcs d'activités technologiques ou industriels, sites tertiaires, zone franche urbaine, pépinières, sites logistiques sont disponibles.

La pression foncière et le prix sont parfois un frein à l'implantation de nouvelles activités mais plusieurs nouvelles ZA viennent compléter l'offre existante.

c) Un écosystème d'innovation

Le Vaucluse abrite une grande concentration de pôles de compétitivités dont le siège du pôle Terralia (filiales végétales – alimentation & cosmétique), un pôle universitaire fortement spécialisé dans les agro sciences ainsi que sur la culture, patrimoine et sociétés numériques, et enfin, un label national French Tech thématisé sur la culture...

d) Un vivier de talents

L'offre de formation variée permet d'accéder à un riche vivier de compétences.

2 offres sont particulièrement développées :

- Agrosociences, agroalimentaire et alimentation : CAP, BPA, Bac Pro, Licence Professionnelle, Master et Doctorat. Nos domaines de formation sont aussi variés : agroalimentaire, agrosociences, e-marketing, alimentation, maintenance des matériels agricoles, etc.
- Numérique : école des nouvelles images, grande école du numérique...

e) Vivre en Provence

Avec ses 2800 heures d'ensoleillement par an (environ 300 jours), contre une moyenne de 1973 h/an pour la France, le Vaucluse est un territoire de lumière où le soleil illumine les paysages tout au long de l'année.

Le Vaucluse permet la pratique d'activités variées tout au long de l'année :

- La randonnée à pied ou à cheval avec 3.000 km de sentiers pédestres, équestres balisés
- Le vélo avec 1.600 km cyclables cumulés via 50 circuits vélo et VTT balisés ou en cours
- L'escalade avec 1.600 voies d'escalade équipées réparties sur 27 sites
- L'œnotourisme à travers la visite de plus de 300 caves, domaines dotés d'un caveau de vente directe
- Une offre culturelle avec 57 musées qui accueillent plus d'1.6 millions de visiteurs par an, et plus de 460 associations culturelles recensées
- Des balades au cœur des marchés de Provence, ou dans les boutiques des 93 artisans d'art, antiquaires et boutiques de décoration qualifiés tourisme du département
- et bien d'autres activités...
- Plus de 20 festivals et manifestations de notoriété nationale et internationale : théâtre (Festivals d'Avignon), danse (les Hivernales, Vaison Danses), musique (Chorégies d'Orange, Festival d'art Lyrique de Lacoste, Luberon Jazz)...



4 BESOINS ET ATTENTES

4.1 Lot n°1 Marketing digital & direct, veille et lead génération

a) Marketing digital

1) Publication de contenu

Mise en ligne de l'offre foncière et immobilière du territoire :

- Objectif : identifier des entreprises actives dans la recherche de leur futur site d'implantation
- Présenter les offres à vocation économique dans les filières travaillées par l'agence et plus largement toute entreprise ayant un projet d'implantation.
- Type d'offres : zones d'activités, offres immobilières, pépinières d'entreprises spécialisées...
- Portée du ou des site(s) : national et international (détailler si besoin dans la proposition tarifaire)

Mise en ligne de l'offre et de tout focus ou actualité susceptible d'intéresser les investisseurs.

2) Référencement payant et naturel

- Réaliser un travail en lien avec les équipes de VPA pour identifier les expressions à positionner en référencement
- Veiller au développement d'un contenu stratégique et aux optimisations techniques pour favoriser un référencement en 1ère page de google sur les expressions identifiées, idéalement dans les 3 premiers résultats
- Achat de mots clés pertinents et non concurrents avec ceux déjà utilisés par l'agence

3) Tracking des visiteurs et prise de contact

- Solution de tracking de l'adresse IP des entreprises
- Recoupement avec les données de la société
- Prise de contact téléphonique
- Mailing aux entreprises ayant consulté nos offres

b) Veille sur les signaux forts et faibles et marketing direct

Identification de leads grâce à la veille :

- Veille sur la base de fichiers qualifiés, notamment selon le cœur de cible de Vaucluse Provence Attractivité
- Repérage des signaux forts et faibles : croissance rapide, organisation multi-sites, fin de bail prochaine...

- Prise de contact et qualification du besoin

Actions de prospection dédiées à l'identification de nouveaux leads:

- Mailings et phonings sur les secteurs cœurs de cibles, ou dans le cadre d'actions de prospection ou de campagnes voulues par l'agence (offre à promouvoir sur une cible...),
- Actions de représentation de VPA par le prestataire lors de missions de prospection sur salon. Lister les salons prévus dans le plan d'action du prestataire et correspondant aux secteurs d'excellence suivis par l'agence.

c) Lead génération

Les axes précédents (webmarketing, veille signaux, marketing direct) doivent permettre d'identifier, pendant toute la durée du contrat, un flux permanent de nouveaux projets d'investissement qualifiés, et susceptibles de cibler le territoire du Vaucluse.

Ces projets doivent faire l'objet d'une communication sous 2 jours ouvrés auprès de Vaucluse Provence Attractivité, au moyen d'une fiche projet claire et synthétique (voir exemple en annexe).

Les actions du lot 1 permettront de sourcer des projets en France ou à l'international.

d) Suivi des projets et aide au déclenchement de visites / d'implantations

Pour l'ensemble des projets identifiés par le prestataire, il est attendu de pouvoir réaliser des échanges réguliers avec le chef de projet concerné, et d'apporter un soutien actif à la concrétisation des projets : croisement des informations, aide au déclenchement de visites et d'implantations....

e) Livrables

Le prestataire devra assurer :

- L'intégration et la diffusion sur ses supports webmarketing des informations filières, des offres foncières et immobilières et de toute autre information fournie par Vaucluse Provence Attractivité utile à la promotion de l'implantation d'activités en Vaucluse
- La transmission régulière de leads exogènes qualifiés sous forme de fiches projets, et l'information sur les projets endogènes à caractère stratégique, majeur, touchant aux filières prospectées par VPA
- La bonne transmission des informations sur les projets identifiés au moyen de fiches projets claires et complètes (exemple en annexe)
- Des suivis réguliers sur les actions réalisées et les leads détectés avec les chefs de projets concernés
- Le reporting complet d'activité tous les 3 mois pour la période écoulée et en fin d'année sur l'ensemble de l'exercice en cours.

Ces documents ne pourront pas être communiqués par le prestataire à des tiers sans autorisation préalable du Maître d'ouvrage.

d) Confidentialité et exclusivité des projets

Le prestataire retenu s'engage à préserver une exclusivité à Vaucluse Provence Attractivité pour les projets détectés dans le cadre des actions menées pour l'agence.

Le prestataire s'engage à solliciter l'accord de Vaucluse Provence Attractivité pour toute nouvelle prestation envisagée sur le territoire du Vaucluse.

4.2 Lot n°2 - Préparation d'actions de prospection sur salon pour les chefs de projet filières

Le prestataire devra pouvoir proposer des actions ciblées sous forme de prise de rendez-vous sur salon en France ou à l'étranger. Pour cette prestation, le prestataire prend contact avec un large public participant au salon prévu (exposants, visiteurs, participants de précédentes éditions ou de la filière visée...) afin de présenter la démarche de prospection de VPA, de pré-identifier des entreprises ayant des vellétés à créer un nouveau site ou relocaliser un site existant. Les actions pourront se dérouler en France ou à l'étranger, selon le plan d'action 2019.

Une dizaine d'actions est envisagée, chiffre donné à titre indicatif sans aucune obligation pour Vaucluse Provence Attractivité. Le prestataire devra donc proposer un coût par action (salon en France, salon à l'international). Un nombre moyen de 10 rendez-vous qualifiés par action est attendu. Par « qualifié », nous entendons des rendez-vous avec des entreprises ayant clairement signifié au prestataire le souhait de créer un nouveau site ou de relocaliser un site existant à court, moyen ou long terme. Nous excluons les projets de recherche de distributeurs, partenaires....

Le prestataire pourra aussi être force de proposition pour l'organisation d'autres opérations (événement/réunion d'information à une cible d'entreprises...).

Vaucluse Provence Attractivité informera le plus tôt possible le prestataire retenu des actions à engager, au moyen d'un accord écrit pour chaque action validée pour le lancement des opérations. Une réunion de lancement sera organisée en début d'année 2019 afin d'échanger sur les salons prévus au plan d'action du pôle prospection et filières de VPA.

a) Livrables

Le prestataire s'engage pour chacune de ces missions à assurer une information régulière du chef de projet concerné : dans la définition précise de l'action, au moment du lancement de l'action, en fonction de la progression et des résultats de la prospection, pour le choix et la validation des rendez-vous proposés. Il devra enfin transmettre le programme de rendez-vous au minimum 5 jours ouvrés avant l'action (programme pouvant être ensuite amendé en fonction des évolutions). Un point à l'issue de l'action devra être réalisé afin d'assurer un suivi des rencontres effectuées.

b) Confidentialité et exclusivité des projets

Le prestataire retenu s'engage à préserver une exclusivité à Vaucluse Provence Attractivité pour les projets détectés dans le cadre des actions menées pour l'agence.

Le prestataire s'engage à solliciter l'accord de Vaucluse Provence Attractivité pour toute nouvelle prestation envisagée sur le territoire du Vaucluse.

5 GESTION DE PROJET

5.1 Réunions

a) Lot 1

Un planning de réunions et points d'étapes sera établi avec des objectifs différents en fonction des participants :

- Une réunion de lancement avec le pôle prospection et filières pour délimiter le périmètre de l'action à mener et assurer la bonne compréhension des éléments du cahier des charges
- Des points réguliers avec les chefs de projets pour assurer un suivi des projets détectés
- Des points réguliers avec la chef de projet foncier et immobilier d'entreprises pour un suivi de l'intégration des fiches foncières et immobilières, et assurer la bonne exécution de cette mission
- Des points d'étapes avec la direction de VPA et le pôle prospection et filières pour présenter les résultats de la mission confiée : webmarketing, marketing direct, projets détectés.

Les réunions pourront se faire à distance pour les points intermédiaires.

Le compte rendu est rédigé par le prestataire et il reprend synthétiquement les points décidés lors de la réunion. Il est diffusé à l'ensemble des participants.

b) Lot 2

- Réunion de lancement début 2019 entre le prestataire et l'équipe prospection et filières afin de planifier les salons à venir
- Points individuels à réaliser avec chaque chef de projet VPA, environ 2 mois en amont du salon à prospecter pour la définition de l'action à réaliser, puis régulièrement pour faire le suivi des avancées de la prospection et valider les rendez-vous proposés
- Un point global doit être réalisé, au plus tard 3 jours avant le départ en mission afin de transmettre au chef de projet VPA toutes les informations sur les entreprises rencontrées.
- Un échange sur les rendez-vous effectués est à prévoir à l'issue de la mission

5.2 Calendrier

Le démarrage des prestations Lot 1 et 2 est souhaité à compter de la notification du marché au(x) prestataire(s) retenu(s).

6 REPONSE A LA CONSULTATION

6.1 Allotissement

Les prestations attendues sont réparties en 2 lots

6.2 Eléments attendus pour la réponse technique

a) Lot 1

- Présentation de l'outil web du prestataire et de ses fonctionnalités
- Description de la méthodologie : webmarketing, veille, marketing direct
- Présentation des types d'actions de marketing direct réalisables, méthodologie et les cas clients
- Lead génération : méthodologie et exemple de fiche projet
- Suivi de projets / appui au déclenchement de rendez-vous et d'implantations : méthodologie et exemples de réalisation
- Référencement web : méthodologie (nombre de jours travail sur le champs lexical, optimisation...), référencement payant (préciser au forfait ou commission), présentation de cas clients
- Capacité de l'agence à travailler en complémentarité avec les sites internet de VPA sur le volet du référencement
- Présentation de l'expérience du chef de projet et de l'équipe intervenant sur le lot 1, organisation du prestataire pour le suivi de la prestation, connaissance des filières d'excellence du territoire.

b) Lot 2

- Présentation de la méthodologie de prise de rendez-vous sur salon en précisant les différentes étapes et le retro planning

- Rubriques et informations proposées dans le document de synthèse des rendez-vous prévus, exemple de programme de rendez-vous
- Exemple de salons prospectés dans les secteurs d'excellence ciblés par VPA
- Organigramme et expérience de l'équipe intervenant sur la prise de rendez-vous sur salon (préciser si une organisation filière existe et/ou un chef de projet chargé du suivi global du lot 2).

6.3 Critères

Critères de jugement Lot 1	Pondération
<p>Valeur Technique</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pertinence de la méthodologie et des outils proposés (dispositif web, veille économique, etc...) - Expertise du prestataire dans le domaine de l'attractivité économique - Connaissance des secteurs d'excellence du territoire et capacité à détecter des projets dans ces secteurs - Capacité à faire la promotion du territoire - Capacité à déclencher des visites d'investisseurs - Références clients - Qualité et expérience du responsable de mission prévu pour la mission, articulation de l'équipe dédiée à la mission de prospection, composition, compétences et expérience de l'équipe dédiée, notamment sur les filières d'excellence - Compréhension de la demande et des enjeux du territoire - Qualité de l'accompagnement et des livrables proposés 	70%
<p>Prix des prestations</p> <p><i>Lors de l'examen des offres, le pouvoir adjudicateur se réserve la possibilité de se faire communiquer les sous détails ou décomposition de prix qu'il estimera nécessaires ainsi que toute pièce permettant d'approfondir l'analyse des offres</i></p>	30%

Critères de jugement Lot 2	Pondération
Valeur Technique	70%

<ul style="list-style-type: none"> - Pertinence de la méthodologie - Expérience de salons dans secteurs d'excellence du territoire et capacité à détecter des projets dans ces secteurs - Capacité à faire la promotion du territoire - Capacité à prendre des rendez-vous qualifiés sur salons - Références clients - Qualité et expérience du responsable de mission prévu pour la mission, articulation de l'équipe dédiée à la mission de prospection, composition, compétences et expérience de l'équipe dédiée, notamment sur les filières d'excellence - Compréhension de la demande et des enjeux du territoire - Qualité de l'accompagnement et des livrables proposés 	
<p>Prix des prestations</p> <p><i>Lors de l'examen des offres, le pouvoir adjudicateur se réserve la possibilité de se faire communiquer les sous détails ou décomposition de prix qu'il estimera nécessaires ainsi que toute pièce permettant d'approfondir l'analyse des offres</i></p>	30%

6.4 Budget

Proposer un budget global pour chaque lot du présent appel d'offres dans le bordereau de prix joint au présent appel d'offre. Préciser pour le lot 2 le coût unitaire d'un salon en France et le coût d'un salon à l'étranger.

Les budgets s'entendent tout compris, déplacements, parts variables et fixes inclus.

6.5 Reconduction de la mission

Lot 1 & 2

Reconduction possible chaque année avec l'accord explicite de Vaucluse Provence Attractivité, dans la limite d'une période de 3 ans.

7 ANNEXES

EXEMPLE DE FICHE POUR PRESENTER UN NOUVEAU PROJET D'IMPLANTATION

- Nom de l'entreprise
- Courte description du projet / synthèse
- Type de projet : création d'établissement, relocalisation, etc

Vaucluse Provence Attractivité - Agence Départementale de l'Attractivité de Vaucluse • 12, rue Collège de la Croix – 84 000 Avignon
 • Tél : +33 (0)4 90 80 47 00 • info@vaucluseprovence.com • SIRET : 824 400 436 00013 • www.vaucluseprovence-attractivite.com
 Version 0.1 – 2018-06-06

- Type de besoin : achat, location, construction / type de bien recherché / surface / nombre d'emplois créés, délais de concrétisation souhaité, date de décision, démarrage activité
- Carte d'identité de l'entreprise (CA, activité, effectif, contact clé, capital social, date création...)
- Méthode de détection du projet
- Territoires concurrents et état d'avancement sur d'autres options
- Présentation complète du projet

