

Avec le soutien financier du
Programme d'Investissements d'Avenir



Thésame - Lab PEAK

thésame
TECH & INNOVATION



Appel à Manifestation d'Intérêt

*Accompagnement stratégique et opérationnel de la communication
du Lab PEAK et de la diffusion des résultats du programme PEAK 3.0.*

Avec le support de :





Une action coordonnée par :



Avec le support de :





Table des matières

| | |
|---|----|
| 1. Préambule | 4 |
| 1.1. Présentation de Thésame..... | 4 |
| 1.2. Présentation du Lab PEAK | 4 |
| 1.3. Objet de l'Appel à Manifestation d'Intérêt | 5 |
| 2. Les grands enjeux du Lab PEAK | 6 |
| 2.1. Le programme PEAK 3.0 (2017-2020) et autres activités du Lab PEAK..... | 6 |
| 2.2. Déploiement de PEAK après 2020 et complexité de son positionnement | 7 |
| 2.3. Cibles de communication stratégiques du Lab PEAK | 8 |
| 3. Enjeux et stratégie de communication du Lab PEAK..... | 9 |
| 3.1. Objectifs de communication contractualisés PEAK 3.0..... | 9 |
| 3.2. Enjeux et objectifs stratégiques de communication de PEAK..... | 10 |
| 3.3. Etat des lieux et analyse de la communication existante | 11 |
| 4. Besoins d'accompagnement stratégique et de conduite opérationnelle | 12 |
| 4.1. Accompagnement stratégique | 12 |
| 4.2. Conduite opérationnelle et déroulement | 12 |
| 5. Modalités de réponse à l'AMI | 13 |
| 5.1. Attentes | 13 |
| 5.2. Conditions de réponse | 13 |
| 5.3. Pièces constitutives | 14 |
| 5.4. Planning..... | 14 |



1. Préambule

1.1. Présentation de Thésame

Thésame est une association loi 1901 initiée en 1985. C'est le Centre de Ressources et d'Expertise en Technologie (numérique, robotique, mécatronique) et Innovation (produit-service, process, organisation) de la Région Auvergne-Rhône-Alpes. Grâce à un financement public/privé, Thésame agit pour le développement économique des entreprises de toutes tailles : startup, PME, ETI et grands groupes.

Convaincu que le futur de l'entreprise se gagne par l'efficacité, l'innovation et l'ouverture au monde, Thésame allie une offre de service opérationnelle (offre BOOSTER) pour répondre dès aujourd'hui aux besoins d'amélioration de performance de l'entreprise à une offre novatrice (INNO LAB) proposée dans le cadre de trois Labs. Leur vocation est d'anticiper et accompagner deux mutations majeures, les transformations digitale et organisationnelle, par le prototypage, l'expérimentation et la mise en œuvre de nouvelles pratiques.

Ainsi, Thésame informe et met en relation, conseille et accompagne les entreprises et les professionnels dans la gestion de leurs projets, de l'idée à la réalisation finale, tout en préparant les mutations futures à travers les offres suivantes :

- Accompagnement (conseil et formation ; performance ; transformation organisationnelle ; financement et subventions etc.) ;
- Recherche et Développement de nouvelles méthodes et pratiques (Programmes de recherche avec des laboratoires et expérimentation via l'accompagnement d'entreprises pionnières) ;
- Organisation d'événements et animation de clubs (regroupant des acteurs d'un même corps de métier pour échanger, réseauter et benchmarker à propos de leurs pratiques respectives).

Chaque année, ce sont 250 entreprises qui sont associées aux formations-actions de Thésame, 4 000 participants à ses événements, 10 programmes de R&D et des startups régulièrement primées à l'international.

Pour plus d'informations : [Consulter notre site www.thesame-innovation.com](http://www.thesame-innovation.com) & [visionnez notre vidéo de présentation](#).

1.2. Présentation du Lab PEAK

PEAK est le premier réseau français Recherche-Formation-Entreprises au service de l'élaboration et de la promotion de la collaboration client-fournisseur pour l'innovation. Le Lab PEAK de Thésame a pour ambition de concevoir, expérimenter et promouvoir une offre de service innovante à l'attention d'entreprises et de filières pionnières, souhaitant développer des pratiques performantes d'innovation collaborative et de création de valeur responsable avec leurs fournisseurs PME sur les territoires.

Cette offre répond au besoin de transformation organisationnelle et de développement des compétences en innovation collaborative, notamment par l'évolution de la fonction Achats.

Dispositif original et unique en France, PEAK regroupe des entreprises de tous secteurs et de toutes tailles ainsi que des chercheurs, des écoles de formation aux Achats et des cabinets de conseil



en pointe sur les relations client-fournisseurs et les nouvelles évolutions de la fonction achats. Le Lab PEAK s'appuie également sur l'ancrage territorial de Thésame et sa proximité avec les PME et aspire à faire d'Auvergne-Rhône-Alpes, première Région de sous-traitance française, un « territoire précurseur » de la collaboration et de l'excellence des relations client-fournisseur comme cadre propice à la co-création de valeur et à la co-innovation.

La Région Auvergne-Rhône-Alpes (financement européen FEDER), la Filière Automobile & Mobilités française (Projet « Attractivité, Compétences et Emplois » de la PFA soutenu par le Programme d'Investissement d'Avenir de la Caisse des Dépôts), le secteur de la mécanique-métallurgie (Fonds F2I de l'UIMM) sont actuellement le cadre privilégié mais non exclusif d'expérimentation de ces nouvelles pratiques (programme PEAK 3.0).

Côté entreprises, ARAYmond, Bouygues Construction, Continental France, EDF, General Electric, Hospices Civils de Lyon, Merieux NutriSciences, NTN SNR, Somfy, Volvo Group font partie des pionniers qui soutiennent les projets du Lab PEAK et participent aux expérimentations du programme PEAK 3.0 et/ou au Club des Dirigeants Achats.

Enfin, PEAK développe des collaborations scientifiques avec le laboratoire CRCGM de l'Université de Clermont Auvergne, CIME Innovation, l'EIPM, l'ESSEC, l'EM Lyon, le laboratoire ERPI de l'Université de Lorraine, le laboratoire IREG de l'Université de Savoie, le laboratoire GSCOP de Grenoble INP et le laboratoire Meta-RIST-Lab. Il développe aussi des partenariats avec les cabinets de conseil A Sens Ouvert, By.O, Correl, Elya, Pro'Act et le Conseil National des Achats (CNA).

Pour plus d'informations : voir www.peak-purchasing.com

1.3. Objet de l'Appel à Manifestation d'Intérêt

Cet appel à manifestation d'intérêt a pour vocation d'identifier les acteurs en capacité de comprendre les enjeux du Lab PEAK et de participer à la définition stratégique et la conduite opérationnelle de sa communication et de la refonte de son site internet.

Ces acteurs pourront alors postuler à tout ou partie de l'appel d'offres à venir qui aura pour objectif de sélectionner les partenaires qui accompagneront la définition, la mise en place et le suivi de notre stratégie de communication jusqu'à fin 2020, incluant la refonte du site et la création de supports. L'appel d'offres sera publié pendant le premier trimestre 2019.



2. Les grands enjeux du Lab PEAK

Le Lab PEAK mène aujourd'hui 2 missions de front, d'une part le programme PEAK 3.0, contractualisé avec des financeurs et des fournisseurs ainsi que des activités propres au Lab PEAK (Club, événements etc.) et d'autre part la définition de la prochaine phase de PEAK qui fera suite aux travaux de PEAK 3.0.

2.1. Le programme PEAK 3.0 (2017-2020) et autres activités du Lab PEAK

Le programme PEAK 3.0 (2017-2020) capitalise et consolide les précédents travaux pour s'orienter vers la conception et l'expérimentation de nouvelles pratiques relationnelles et l'identification des compétences individuelles et collectives favorisant la création de valeur et l'innovation par la collaboration.

Ce programme réunit enseignants-chercheurs, professionnels et consultants qui travaillent ensemble vers 3 grands objectifs, contractualisés et faisant l'objet de cahiers des charges et d'un suivi précis :

- Acquérir des connaissances sur la consolidation des liens d'affaires dans les relations entre client et fournisseur dans le cadre d'activités industrielles et de services associés, et d'explorer et expérimenter les « bonnes pratiques » des Achats collaboratifs auprès d'entreprises pionnières.
Ces recherches permettront *in fine* de donner des clés pour faire évoluer la fonction Achats et ses formations vers l'innovation.
- Concevoir et expérimenter un référentiel de compétences – individuelles, collectives et stratégiques – de formation « relations collaboratives » dans le but de faire évoluer les programmes pédagogiques (formations initiales et continues), notamment ceux de la fonction Achats des clients, comme levier pour modifier de façon durable les pratiques contreproductives issues de relations dures entre clients et fournisseurs.
- Diffuser largement et promouvoir les bonnes pratiques observées et expérimentées ainsi que le référentiel de compétences et valoriser les avancées du programme, notamment au sein de la filière automobile et mobilité. Amorcer la transformation stratégique et opérationnelle des Achats vers la collaboration afin qu'elle devienne une fonction clé pour la création de valeur et l'innovation.
Cela notamment grâce au Forum du Collaboratif, événement à portée nationale autour du collaboratif clients-fournisseurs, organisé en partenariat avec le CNA (Conseil National des Achats).
Réunir les différents acteurs régionaux concernés pour échanger et progresser sur ces thématiques, dans l'objectif de faire d'Auvergne-Rhône-Alpes un territoire précurseur.

En complément de ces activités contractuelles, le Lab PEAK s'attache également à observer et partager les pratiques collaboratives client-fournisseur et à amplifier leur diffusion et les échanges entre les parties prenantes de la relation.

- Observer et comprendre les pratiques actuelles de collaboration (PEAK Collaborative Index, suivi de grappes client-fournisseurs, enquête co-développement)
- Club PEAK des Directeurs Achats : Un cercle d'une dizaine de Dirigeants Achats de la Région, qui se réunit 4 fois par an pour échanger sur les bonnes pratiques, individuelles et collectives, de la fonction Achats.



Quelques chiffres clés :

- Un réseau d'une centaine d'organisations
- Près de 40% du potentiel de formation Achats français en lien avec PEAK
- 20 entreprises leader impliquées
- Un référentiel de qualité des relations adopté par la filière automobile (2000 répondants)
- 10 projets de recherche lancés
- Un soutien de filières et de syndicats professionnels
- De nombreuses expérimentations sur le terrain avec des projets d'innovation collaborative de grande ampleur.

2.2. Déploiement de PEAK après 2020 et complexité de son positionnement

Après le programme PEAK 3.0 qui se terminera fin 2020, le Lab PEAK entamera une nouvelle phase capitalisant sur les trois précédentes. Cette quatrième phase s'attachera au déploiement des outils et méthodes précédemment développés dans l'objectif d'aider les entreprises, filières et territoires à créer de la valeur et à innover grâce à la collaboration et l'excellence de leurs relations client-fournisseur.

Cette prochaine étape, d'une dimension différente, se construira sur de nouvelles propositions de valeur qui sont aujourd'hui encore à définir. Le défi sera de mettre à disposition les connaissances acquises et les outils conçus et expérimentés afin de faire évoluer les pratiques. En effet, PEAK s'orientera alors principalement vers le secteur privé en proposant probablement des offres de services aux entreprises, filières et cabinets de conseil. PEAK s'adressera également aux organismes de formation aux Achats (initiale et continue) dans l'optique de diffuser le référentiel de compétences établi.

La diffusion et la valorisation des travaux actuels de PEAK et des résultats produits sera alors capitale, tout comme le travail de promotion des offres à venir.

Le Lab PEAK s'apparente ainsi à un projet d'innovation dont le modèle économique futur est en cours de définition et basé sur la valorisation des travaux actuels, la dynamique de PEAK est par conséquent à l'image de celle d'une start-up.

La vocation de PEAK est donc double, c'est à la fois celle d'un Lab, dédié à mener la recherche et le développement d'outils et méthodes pour les entreprises, filières, formations et consultants mais aussi celle d'un Cluster, centre d'expertise et d'expérimentation, chargé de mettre à disposition les outils (développés en Lab) et de connecter les acteurs concernés sur un territoire donné.

L'objectif est alors de devenir la référence régionale puis nationale en termes de collaboration client-fournisseur, afin que les organisations concernées nous contactent spontanément pour acquérir notre expertise et être mises en relation avec notre communauté, qui échange et partage son expérience.

C'est notamment cette double vocation ainsi que la superposition d'activités aux temporalités différentes qui font la complexité du Lab PEAK et de ses enjeux.

Ces différentes vocations et temporalités, la diversité des cibles et des parties prenantes (cf partie 2.3 ci-après) ainsi que l'incertitude vis-à-vis de la suite du projet contraignent à travailler avec une approche fonctionnelle, en ayant une vision projet dans sa globalité.



2.3. Cibles de communication stratégiques du Lab PEAK

C'est dans ce contexte également que notre cible est multiple. Nous avons choisi de définir la cible vers laquelle nous devons désormais nous tourner sur plusieurs niveaux, auxquels contenus et formes de communication devront être adaptés.

Cœur de cible :

- **Financeurs institutionnels** (PFA, PIA2 Caisse des dépôts, UIMM F2i UDIMERAA, Région AuRA...) et **partenaires privés** (ARaymond, EDF, Merieux Nutrisciences, NTN SNR, Somfy, Volvo Group...).
- **Directions Achats, Innovation, RH et Directions générales d'entreprises** en position de **client** ; souhaitant créer de la valeur avec leurs fournisseurs.
- **Filières et écosystèmes**, dans lesquels ces entreprises se situent et en premier lieu, la **filière automobile** dans le cadre du projet PIA ACE « Attractivité, Compétences et Emplois ».
- **Organismes de formation aux Achats**, enseignants-chercheurs, domaine de la collaboration clients-fournisseurs et de l'innovation ouverte notamment, formation initiale et continue.

Second niveau :

- **Organismes de conseil**, en Achats et Innovation Ouverte notamment mais aussi en transformation des organisations et RH.
- Fonctions Achats d'autres **entreprises** en position de **client**, plus ou moins mature sur ses relations fournisseurs.
- **Entreprises de toutes tailles**, en position de **fournisseur**, notamment les fournisseurs innovants.
- Tout **professionnel, formateur ou expert** dans le domaine de la collaboration clients-fournisseurs et de l'innovation ouverte.
- **Partenaires institutionnels potentiels**, pouvant être prescripteurs de nos offres notamment.
- **Etudiant** dans le domaine des **Achats**.

Niveau général :

- Tout **professionnel/entreprise impliqué dans une relation client/fournisseur** créant de la valeur.



3. Enjeux et stratégie de communication du Lab PEAK

Les enjeux de communication de PEAK sont multiples, il faut à la fois satisfaire les indicateurs de communication contractualisés du programme PEAK 3.0 mais également satisfaire les besoins de communication des autres activités du Lab PEAK et préparer la phase de déploiement qui succédera à PEAK 3.0.

La stratégie de communication, c'est-à-dire les objectifs précis ainsi que les ressources et moyens déployés pour y parvenir, devra répondre aux différents enjeux ci-dessous, en alignant les différents supports, plateforme et canaux de communication dans cette direction.

Nous avons donc besoin de transformer les objectifs et concepts ci-dessous en actions concrètes, permettant de faire parvenir un message clair aux bonnes personnes grâce aux formats et canaux appropriés.

3.1. Objectifs de communication contractualisés PEAK 3.0

- Le contrat du projet ACE, mené pour le compte de la PFA, inclut la diffusion des travaux conduits dans le cadre de PEAK 3.0, notamment la construction du référentiel de compétences « relations collaboratives » auprès des entreprises et formations Achats et le développement d'un outil de valorisation de ces travaux. Celui-ci passera par l'adaptation voire la refonte de la plateforme web existante, l'évolution vers une plateforme d'échanges ainsi que l'enrichissement régulier des contenus.

Ces communications feront état des travaux effectués auprès de la filière automobile mais aussi d'autres secteurs dans l'objectif de faciliter leur connaissance dans tous les secteurs concernés. Cette tâche est contractualisée et implique un reporting des outils de valorisation développés et communications effectuées vis-à-vis d'indicateurs à respecter (nombre de personnes informées, visiteurs site web etc.)

- Pour le compte de la Région, dont l'objectif est de faire d'Auvergne-Rhône-Alpes un territoire d'excellence en termes de relations client-fournisseur, nous sommes chargés de bâtir un écosystème régional réunissant : entreprises clientes et fournisseurs ; laboratoires de recherche et formations Achats ; experts et consultants etc. autour du thème de la collaboration client-fournisseur. Nous devons donc être à même de fédérer un maximum d'entreprises (de toutes tailles) et d'experts (formation et conseil) de la Région et d'animer cette communauté.

L'ensemble de ces objectifs sont évalués par nos financeurs et feront l'objet de précisions dans l'appel d'offre à venir.



3.2. Enjeux et objectifs stratégiques de communication de PEAK

Les activités de communication mises en place pour répondre aux objectifs ci-dessus devront également servir les enjeux de valorisation, diffusion et promotion liés aux autres activités du Lab PEAK et à la préparation de sa prochaine phase de déploiement que voilà :

- Faire connaître et valoriser l'ensemble des activités du Lab PEAK : travaux de recherche (modélisation, conception), expérimentations et accompagnement d'entreprises, grappes client-fournisseur, événements (Forum du Collaboratif), Club PEAK des Dirigeants Achats etc..
- Donner de la visibilité et mettre en valeur nos partenaires, financeurs et adhérents
- Développer la notoriété et l'attractivité de PEAK en faisant valoir la qualité des travaux et accompagnements réalisés ainsi que la pertinence des connaissances acquises et des outils développés dans le cadre du programme PEAK 3.0.
- Développer notre image de centre d'expertise et d'expérimentation de référence dans le domaine des relations client-fournisseur, de la collaboration et de l'innovation auprès de nos partenaires institutionnels, de la profession Achats et de potentiels nouveaux partenaires institutionnels ou scientifiques.
- Changer d'image auprès des entreprises, organismes de formation et cabinets de conseil pour préparer l'arrivée d'offres de service en passant d'une communication type vitrine à une communication plus proactive et engageante notamment.
- Se rendre visibles et attractifs auprès des entreprises (clients et fournisseurs), filières (automobile par exemple), des organismes de formation et des cabinets de conseil en Achats.
- Continuer à développer notre capacité à fédérer un écosystème sur un territoire ou une filière donnée sur la thématique des relations client-fournisseur et à mettre en relation et animer ces communautés.



3.3. Etat des lieux et analyse de la communication existante

Aujourd'hui, la communication autour des activités de PEAK se fait majoritairement grâce à son site internet www.peak-purchasing.com, la presse spécialisée et LinkedIn.

- Thématiques principalement abordées : enjeux et ambitions du projet PEAK 3.0, travaux lancés et productions réalisées, temps forts et événements du projet.
- Format : principalement éditorial et presse (communiqués de presse, articles de fond, nouvelles, promotion de nos clubs et événements, revues de presse et partage d'article au sujet de PEAK, etc.)
- Diffusion et canaux de communication : Nos communications sont généralement publiées sur peak-purchasing.com puis relayées sur LinkedIn via nos comptes personnels ainsi que par différents canaux de Thésame (site web, newsletter, Twitter, LinkedIn, etc.). Nos communiqués de presse donnent régulièrement lieu à des articles dans la presse spécialisée, Achats et automobile notamment, que nous relayons ensuite.
- Equipe interne : la communication est pilotée et réalisée (rédaction, publication, diffusion) par l'équipe impliquée dans le projet PEAK et relayée par l'équipe de communication de Thésame. L'équipe souhaite garder la main sur la communication avec les utilisateurs et être conseillée et assistée sur ces activités.
- En externe : Accompagnement stratégique et opérationnel régulier en Relations Presse et en communication éditoriale. Développement, maintenance et autres aspects technique du site externalisés.

La communication de PEAK est donc principalement de forme littéraire, ainsi que quelques vidéos lors d'évènements, et utilise des formats et canaux plutôt traditionnels. Nous ne disposons pas à ce jour de contenu visuel et moderne (infographies, contenu interactif, vidéo de présentation) et n'utilisons pas tous les canaux disponibles.

Notre site internet www.peak-purchasing.com (Wordpress) est « un site vitrine » qui nous permet de présenter :

- Le programme, ses enjeux, ambitions, soutiens et partenaires
- Les productions des précédentes phases
- Nos activités (notamment les projets de recherche) et résultats obtenus
- L'agenda, les actualités de PEAK, notre revue de presse, nos événements (passés et à venir)
- Nos offres de services

Il répond à la fois aux contraintes de communication imposées par le programme PEAK 3.0 et nos soutiens et financeurs ainsi qu'aux nécessités et volontés de communication de l'équipe PEAK et de ses partenaires. Il est assez adapté à une cible institutionnelle mais est cependant trop peu visuel et vivant pour engager des entreprises et des professionnels.



4. Besoins d'accompagnement stratégique et de conduite opérationnelle

4.1. Accompagnement stratégique

Accompagnement stratégique à la définition, au déroulement et au suivi d'un plan de communication à 2 ans, conseil en communication, éditorial web, médias sociaux professionnels, presse etc. Cela nécessitera d'accompagner Thésame dans la définition précise :

- Des axes stratégiques de communication, d'objectifs clairs et d'indicateurs quali et quanti
- Des canaux et types de communication pertinents pour chaque cible identifiée
- D'un calendrier éditorial et presse (cadences de publication, temps forts etc.)
- Des objets de communication et de méthodes et d'outils de communication et de suivi.
- De l'évolution de notre plateforme de communication :
 - Clarification de son positionnement, repenser son rôle pour en faire un outil d'engagement de nos cibles et de fédération d'une communauté.
 - Construction d'un cahier des charges précis, adapté à la stratégie définie
- De l'évolution de nos formats de communication et des canaux utilisés : infographies, vidéos, retours d'expérience, contenu interactif etc.
- De notre stratégie de Relations Presse, incluant des objectifs de visibilité notamment institutionnelle, spécialisée (Achats, RH, Industrie, filière auto etc.) et plus générale.

4.2. Conduite opérationnelle et déroulement

Conduite opérationnelle de la création et du développement de notre nouvelle plateforme, identité visuelle et nouveaux supports et contribution au déploiement de notre communication. Cette action devra prendre en compte le caractère « start-up » de l'activité de PEAK, en cours d'élaboration et vouée à évoluer ainsi que la contribution au PIA « Attractivité, Compétences et Emplois » de la PFA.

- Evolution ou refonte de notre site vers une plateforme plus visuelle, moderne et interactive, répondant au cahier des charges qui sera défini et incluant la nouvelle identité visuelle et de nouveaux supports de communication. Et ce en conformité avec le cadre légal (RGPD etc.).
- Adaptation de notre identité visuelle et création de modèles conformes à cette charte (logo, noms, base line, charte graphique print et web, modèles)
- Création de nouveaux supports de communication (infographies, animations vidéo, contenus interactifs etc.).
- Mise en œuvre et suivi de notre stratégie de R.P. (coordination des communications, rédaction et diffusion des communiqués de presse (réseau requis), suivi des retombées etc.)
- Veille et *content curation* (repérer les contenus pertinents, les entreprises pionnières, les professionnels et chercheurs influents, les événements majeurs etc. dans l'objectif de les intégrer à notre communication).
- Adaptation de contenu aux formats et canaux choisis et création de contenus à valeur ajoutée correspondant à la stratégie définie (à partir de contenus fournis par PEAK et ses partenaires ainsi que par l'activité de veille et de curation).
- Alimentation et animation des plateformes et canaux de communication choisis.



5. Modalités de réponse à l'AMI

5.1. Attentes

Nous attendons des candidats à cet AMI qu'ils justifient leur intérêt en montrant leur compréhension de l'écosystème et des enjeux de communication ainsi que la valeur qu'ils pourraient apporter à ce projet.

- Une connaissance de Thésame, du programme PEAK, de son écosystème et de ses enjeux permettra de mieux comprendre les besoins de communication et de visibilité de PEAK.
- Une connaissance des institutions, de nos financeurs notamment, et des secteurs industriels et plus précisément celui de l'automobile sera également appréciée.
- Nous attendons également une capacité d'analyse, de diagnostic, mais aussi d'échange et de collaboration avec l'équipe et des parties prenantes variées.
- Dans une posture de conseil, les prestataires devront être proactifs, force de proposition et en mesure d'identifier des opportunités et les facteurs clés de succès et d'apporter des idées novatrices.
- Ils devront de plus être prêts à s'engager aux côtés de PEAK et Thésame sur le long terme, pour mener ensemble un projet agile auxquels ils seront capables d'apporter les ajustements nécessaires.

Afin de montrer leur aptitude à répondre au futur AO ainsi que leur motivation, nous invitons les candidats à proposer les orientations qu'ils envisageraient de proposer pour répondre à nos enjeux, en précisant les valeurs ajoutées de ces propositions, ce qu'ils seront en mesure de réaliser et de quelle façon (méthodes).

L'objectif des candidats est ici de démontrer leur capacité à répondre à nos besoins et de montrer la valeur ajoutée qu'ils pourraient apporter au projet en proposant des pistes, des idées et exemples de solutions, qui leur permettront de se démarquer et ainsi à l'équipe de mieux apprécier leur expertise. Les candidats pourront aussi fournir des exemples de travaux déjà réalisés pour illustrer leurs propos (site web, infographies, identités visuelles, action de communication originale etc.).

5.2. Conditions de réponse

L'objectif de cet AMI est d'identifier des acteurs et/ou un ensemble d'acteurs à même de répondre à tout ou partie des besoins exprimés ci-dessus. Ils pourront alors se porter candidats à un/des lot(s) de prestations de l'AO à venir, dont l'objectif sera de sélectionner les acteurs auxquels l'exécution de ces lots sera confiée (désignés comme les prestataires).

Nous avons la volonté de faire appel à plusieurs acteurs afin de bénéficier de divers expertises, conseils, et points de vue. Ces différents acteurs devront potentiellement travailler ensemble et leur capacité à collaborer non seulement avec PEAK et Thésame mais aussi avec d'autres prestataires sera bien entendu appréciée.

Chaque acteur peut donc manifester son intérêt pour un ou plusieurs des besoins mentionnés précédemment, et pourra lors de l'AO répondre à nouveau à tout ou partie des lots définitifs.

Chaque acteur peut manifester son intérêt individuellement ou en consortium avec d'autres acteurs, qui manifesteront alors leur intérêt de façon collective en mettant en avant leur capacité à collaborer et explicitant la répartition des tâches en fonction des expertises de chacun.



5.3. Pièces constitutives

- Présentation détaillée du prestataire (ou groupe de prestataires) et de ses (leurs) activités et expertises
- Les besoins auxquels le(s) prestataire(s) souhaite(nt) répondre (et la répartition des tâches dans le cadre d'un groupe) et sa (leur) capacité à y répondre
- Les orientations que le(s) prestataire(s) propose(nt), comment elles permettraient de répondre aux enjeux de communication de PEAK et quelle est la valeur ajoutée de ces solutions. (Voir les Attentes ci-dessus.)
- Les motivations du (des) candidat(s) à travailler sur ce projet
- Des références d'accompagnement et/ou des exemples de réalisations
- Pour les Relations Presse : capacité à mobiliser un réseau en synergie avec les enjeux de PEAK
- Ethique et sensibilité aux enjeux relationnels dans la pratique des affaires
- Tous éléments complémentaires jugés pertinents par le candidat pour justifier sa candidature en relation avec les enjeux de PEAK

5.4. Planning

L'AMI est ouvert du 24 janvier au 11 février 2019. Les dossiers incluant l'ensemble des pièces constitutives ci-dessus devront être remis par mail à Simon Dumas (sd@thesame-innovation.com) avant le lundi 11 février 2019, midi.

Un premier retour sera effectué mi-février, avant la publication de l'appel d'offres.

Les premiers travaux (définition stratégique) débuteront au second trimestre 2019 ; puis s'ensuivront les travaux de réalisation qui devront être terminés avant la fin de l'année 2019 et les activités continues/régulières qui se maintiendront sur le long terme.

Un planning plus précis sera communiqué dans l'appel d'offres.