

Marché subséquent n°2 Conception et organisation du séminaire manager de l'INPI

CAHIER DES CLAUSES TECHNIQUES PARTICULIERES (CCTP)

SIÈGE

15 rue des Minimes – CS 50001
92677 COURBEVOIE Cedex

Tél +33 (0)1 56 65 89 98

Fax +33 (0)1 56 65 86 00
www.inpi.fr – contact@inpi.fr

Établissement public national
créé par la loi n°51-444 du 19 avril 1951

| | | |
|----------|---|----------|
| 1 | <u>PRESENTATION GENERALE</u> | 3 |
| 1.1 | SES MISSIONS | 3 |
| 1.2 | ORGANISATION | 3 |
| 1.3 | MOYENS HUMAINS ET FINANCIERS | 3 |
| 1.4 | LA COMMUNICATION A L'INPI | 3 |
| 1.4.1 | LA COMMUNICATION INSTITUTIONNELLE | 3 |
| 1.4.2 | LA COMMUNICATION INTERNE | 4 |
| 1.4.3 | LA COMMUNICATION DE L'OFFRE CLIENT | 4 |
| 1.5 | OBJET DE LA CONSULTATION | 4 |
| 2 | <u>CONTEXTE ET PRESENTATION GENERALE DU BESOIN</u> | 4 |
| 2.1 | PRESENTATION DE L'EXISTANT | 5 |
| 2.1.1 | EVENEMENTS INTERNES | 5 |
| 2.1.2 | EVENEMENTS EXTERNE | 5 |
| 2.2 | EXPRESSION DETAILLEE DES BESOINS | 6 |
| 3 | <u>ORGANISATION ET MISE EN ŒUVRE DES PRESTATIONS</u> | 6 |
| 3.1 | COMMUNICATIONS | 6 |
| 3.2 | REUNION DE LANCEMENT | 6 |
| 3.3 | ORGANISATION DES REMISES EN CONCURRENCE (MARCHES SUBSEQUENTS) | 7 |

1 PRESENTATION GENERALE

1.1 SES MISSIONS

L'Institut national de la propriété industrielle (INPI) est un acteur majeur de l'innovation et de la création en France. Il délivre les titres de propriété industrielle (brevets, marques, dessins et modèles) et agit en faveur du développement économique par ses actions de sensibilisation et de formation.

L'INPI est l'opérateur du guichet unique pour les formalités d'entreprises (créations, modifications, cessations) et du Registre national des entreprises.
Il assure la diffusion des données sur les entreprises et la propriété industrielle.

L'INPI participe activement à l'élaboration du droit dans les domaines de la propriété intellectuelle, du soutien à l'innovation et à la compétitivité des entreprises, et de la lutte contre la contrefaçon, en France et à l'international.

Enfin, l'INPI assure l'homologation des indications géographiques artisanales et industrielles.

1.2 ORGANISATION

Cinq directions placée sous le pilotage de la Direction générale, une directrice de la communication (DCOM) ainsi que l'Agence comptable, qui lui est rattachée fonctionnellement concourent à l'accomplissement des missions de l'INPI :

- Direction de la Propriété Industrielle et des entreprises, ci-après désignée DPIE ;
- Direction de l'Action Economique, ci-après désignée DAE ;
- Direction des Opérations, ci-après désignée DO ;
- Direction Juridique et Financière, ci-après désignée DJF ;
- Direction des Ressources Humaines et Développement Social, ci-après désignée DRHDS ;

1.3 MOYENS HUMAINS ET FINANCIERS

L'INPI compte environ 800 collaborateurs qui se répartissent entre le siège à Courbevoie, les principaux établissements de Compiègne et Lille, et 12 implantations régionales, ainsi qu'une présence dans 10 pays étrangers.

1.4 LA COMMUNICATION A L'INPI

La Communication est pilotée par la directrice de Communication. Elle se décline en 3 services placés dans 3 directions différentes :

1.4.1 LA COMMUNICATION INSTITUTIONNELLE à la Direction générale

La communication institutionnelle recouvre tout ce qui concerne l'image de l'INPI ou de la Direction Générale, en interne comme en externe. Elle est notamment en charge des relations presse, des grands événements de l'INPI (Trophées INPI, déjeuner annuel des collaborateurs, vœux, participation aux salons) et des contenus institutionnels, sur l'ensemble des canaux de l'INPI. Dans un contexte de forte évolution des missions de l'INPI, elle a notamment pour objectif d'expliquer ces nouvelles missions et d'accompagner ces évolutions en termes de communication. Piloté par une responsable, le pôle

Communication institutionnelle est rattaché à la Direction Générale.

1.4.2 LA COMMUNICATION INTERNE A LA DRHDS

Les activités de la communication interne sont pilotées et mises en œuvre par la communication interne de la DRHDS.

D'autres acteurs dans les autres entités de l'INPI sont également contributeurs de la communication interne de l'Institut.

Dans un contexte de fort développement du télétravail, et d'évolution des missions de l'Institut, le principal enjeu de la communication interne est d'informer sur les changements, les succès de l'INPI et sur son écosystème, tout en maintenant le lien avec les équipes.

1.4.3 LA COMMUNICATION DE L'OFFRE CLIENT A LA DIRECTION DE L'ACTION ECONOMIQUE

La communication des services et prestations en interne comme en externe portée par la Direction de l'Action Economique (DAE) qui a pour objectif au niveau national et international :

- d'accompagner les clients et partenaires dans l'utilisation des produits créateurs de richesse pour notre économie,
- d'accroître la connaissance et la compétence des acteurs économiques dans le domaine de la propriété industrielle, afin d'en faire un outil stratégique au service de la compétitivité et de l'attractivité de la France.

1.5 OBJET DE LA CONSULTATION

Le présent marché subséquent a pour objet la conception et l'organisation du séminaire manager auquel 110 collaborateurs sont invités.

2- CONTEXTE ET PRESENTATION GENERALE DES BESOINS

2-1 PRESENTATION DE L'EXISTANT

Contexte : Dans le cadre de sa communication managériale, l'INPI organise chaque année un séminaire résidentiel de deux jours pour ses managers (110 managers).

Le Directeur général convie ses managers (responsables d'équipe) à deux jours de séminaire afin de travailler sur le nouveau Contrat d'Objectifs et de Performance 2025.

L'objectif de ces séminaires est de développer une cohésion entre les managers de l'INPI et de leur fournir les informations et outils nécessaires à leur fonction managériale.

2.2 EXPRESSION DETAILLEE DES BESOINS

Il est demandé au candidat de concevoir et de gérer l'organisation générale du séminaire manager de l'INPI. La plupart des contenus et thématiques seront fournis par l'INPI.

Dates : 13 et 14 octobre 2025 (une nuit d'hébergement)

Invités : 100 responsables d'équipe de l'INPI. Intervenants extérieurs éventuels.

Programme prévisionnel :

| Le premier jour | Le second jour |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> - 9h : accueil café/viennoiseries - 10h : plénière (auditorium) - 12h30 : déjeuner - 14h30 : retour en plénière - 15h : 10 ateliers de 10/11 personnes avec pause - 19 h 30 : apéritif puis dîner (avec animation) | <ul style="list-style-type: none"> - 8 h : Petit-déjeuner - 9 h : 10 ateliers de 10/11 personnes - 11 h : pause - 11 h 15 : plénière - 12 h 30 : déjeuner - 14h : team building - 16h30 : fin du séminaire |

Lieux et transport :

- **Le lieu a déjà été réservé, c'est le Radisson Blu Marne La Vallée (à Magny Le Hongre)**
- **Les prestations déjà commandées (pour 100 pax) :**
 - Hébergement : 100 chambres individuelles.
 - Les salles de sous-commission et la plénière.
 - Restauration : un café d'accueil, deux déjeuners (buffet), deux pauses et un dîner assis (avec apéritif)

▪ **Le transport**

Le lieu dispose d'une navette au départ de l'hôtel et en direction de l'hôtel, cependant cette navette ne circule qu'à certaines heures et sur des rotations de 30 minutes. Une navette secondaire est donc à prévoir le matin du premier jour (entre 8h30 et 10h) et en fin d'après-midi du second jour (entre 16h15 et 17h15).

Le candidat doit indiquer la capacité de la navette

Par ailleurs, la mise à disposition d'un(e) hôte(sse) à la gare de Marne La Vallée pour guider les participants le premier matin est obligatoire. Sa bonne connaissance de la gare est un plus, la gare ferroviaire et la gare routière étant complexes en termes d'orientation).

Logistique générale

- Accueil (pointage et distribution de documents au début de l'événement).
- Organisation et suivi : modalités de gestion des demandes tout au long du séminaire (ex. : demandes de photocopies...).
- Matériel de projection et de sonorisation pour les présentations (projecteur, écran, enceintes, consoles, pupitre avec micro, micro sans fil, techniciens (son) si nécessaire, etc.).

- Création et distribution de badges nominatifs pour tous les participants.
- Gestion de la projection des présentations en lien avec un régisseur.
- Chaque poste logistique doit être bien détaillé.

Animation

Le candidat doit proposer et organiser une animation lors du dîner qui permet à tous de participer et qui convienne à une population de managers.

Le candidat pourra proposer jusqu'à 3 animations différentes.

L'objectif est de développer la convivialité et de renforcer les liens entre managers.

L'animation doit s'adresser à un public de managers (pas d'animation infantilisante ou pouvant ridiculiser les participants) et ne doit pas être clivante ou s'adresser à une population de connaisseurs. Plus l'animation est adaptée à un grand nombre de participants, meilleure elle sera notée.

L'animation ne doit pas être passive (ex. : proposition d'un spectacle), mais doit au contraire être interactive et faire participer le plus grand nombre.

Team building

L'après-midi du second jour est traditionnellement réservée à un moment de cohésion d'équipe. Le candidat devra proposer une activité de team building permettant aux managers de se retrouver dans un contexte hors cadre professionnel, développant ainsi les liens et la connaissance de leurs pairs. Les activités de « jeux olympiques » et de jeux sportifs et quiz ont déjà été proposés les années passées, il s'agira de proposer une autre activité qui porte en elle la notion de challenge.

Le team building doit être proposé pour 100 personnes, cela peut être en intérieur ou extérieur (avec une possibilité d'intérieur si la météo l'exige). Il doit être réalisé à proximité du lieu de séminaire ou sur le lieu-même.

Le candidat pourra proposer jusqu'à 3 activités différentes.

Le team building doit s'adresser à un public de managers (pas d'animation infantilisante ou pouvant ridiculiser les participants) et ne doit pas être clivant ou s'adresser à une population de connaisseurs. Plus il est adapté à un grand nombre de participants, meilleure sera la note.

Le team ne doit pas être passif (ex. : escape game devant des écrans), mais doit au contraire être interactive et faire participer le plus grand nombre.

Budget maximum : 45 000 € TTC maximum (honoraires compris) – hors lieu et restauration déjà commandés.

Sont exclus des besoins :

- La conception et rédaction de la plupart des contenus
- Les prestations de création de contenus audiovisuels (celles-ci font l'objet d'un autre marché)

3. ORGANISATION ET MISE EN ŒUVRE DES PRESTATIONS

3.1 COMMUNICATIONS

Les communications entre le titulaire et les responsables qui assurent le suivi de l'accord-cadre INPI seront de 3 types :

- Réunions, en visioconférence ou en présentiel
- Mail
- Téléphone

3.2 REUNION DE LANCEMENT

Le marché subséquent fera l'objet d'une réunion de lancement après sa notification.

L'objectif de cette réunion est de faire connaissance entre les équipes et de définir le cadre du travail. Participeront au minimum à cette réunion, le responsable du suivi de l'accord-cadre et le responsable opérationnel côté titulaire, un responsable de suivi du marché (Directrice de la communication), un référent au sein de la Direction de l'Action Economique, un référent au sein de la Communication institutionnelle et un référent au sein de la Direction des Ressources Humaines et du Développement Social côté INPI.

Cette réunion se tiendra au plus tard dans les 10 jours après la notification de l'accord-cadre, dans les locaux de l'INPI de Courbevoie.

3.3 ORGANISATION DES REMISES EN CONCURRENCE (MARCHES SUBSEQUENTS)

Nombre maximum d'entreprises mises en concurrence : 3

Pour chaque événement, l'INPI s'engage à communiquer un brief aux trois meilleurs candidats arrivés en tête du classement pour l'Accord-cadre, afin d'organiser une négociation dans le cadre d'une procédure de marché subséquent.

Les paramètres de négociation seront les critères de jugement des offres définis pour chaque marché subséquent. Les modalités pratiques de la négociation seront communiquées aux candidats en temps utile.

3.4 METHODOLOGIE ET MOYENS HUMAINS EN CHARGE DES PRESTATIONS

La méthodologie du titulaire devra permettre un bon suivi de projet et une prise en compte de potentiels aléas, et a minima : réunion de lancement pour chaque projet, etc.

Equipes dédiées :

Le titulaire mettra à la disposition de l'INPI les moyens humains présentés dans son mémoire technique dont 1 ou 2 interlocuteurs dédiés (de profil sénior), soit un responsable du suivi de l'accord-cadre et un responsable technique, pour la coordination avec l'INPI et le contrôle de la bonne exécution des prestations.

Cette équipe dédiée devra permettre de répondre en permanence aux besoins de l'INPI. L'équipe dédiée du titulaire est composée de différents profils, justifiants de compétences et d'expériences propres aux prestations attendues dans le cadre de cet accord-cadre, avec une capacité à appréhender les enjeux de l'événementiel au sens large.

Toute modification ultérieure de l'équipe présentée dans le mémoire technique devra être portée à la connaissance de l'INPI dans un délai de 15 jours ouvrés par écrit (mail ou courrier). La nouvelle

équipe proposée devra avoir les compétences équivalentes à celle présentée dans l'offre pour pouvoir faire l'objet d'un agrément par l'INPI. Sans réponse dans un délai de 10 jours ouvrés de l'INPI, le changement sera considéré comme étant accepté.

Si l'INPI refuse le remplaçant, le titulaire dispose de 8 jours ouvrés pour désigner un autre remplaçant.

A défaut de cette désignation, ou si ce remplaçant est refusé, l'accord-cadre pourra être résilié dans les conditions prévues à l'article 26 du CCAP.