



PROJET AIBILL

MARCHE N° 2025-0610

Marché A Procédure Adaptée

(En application des articles L2123-1 et R2123-1 à 7 du code de la commande publique)

Projet Aibill – Marchés de services

Lot3

WP 3 - Prestations de conseil en marketing et en stratégie

Centre Inria Grenoble Rhône-Alpes

CAHIER DES CLAUSES TECHNIQUES PARTICULIERES

1 GENERALITES

Le Centre de recherche Inria de l'Université Grenoble Alpes est un établissement public de recherche à caractère scientifique et technologique (EPST) sous la double tutelle des ministères en charge de la Recherche et de l'Industrie.

Créé en 1967, Inria a pour mission de produire une recherche d'excellence dans les champs informatiques et mathématiques des sciences du numérique, et de garantir l'impact de cette recherche auprès des acteurs économiques et sociétaux.

Cette recherche s'effectue au sein de 9 centres de recherche répartis dans toute la France (Paris, Rennes, Sophia Antipolis, Grenoble, Lyon, Nancy, Bordeaux, Lille et Saclay). Le siège social de l'institut est situé à Rocquencourt, près de Paris.

Le centre Inria Grenoble Rhône-Alpes compte une trentaine d'équipes de recherche ainsi que des services d'appui à la recherche. Le personnel du centre (750 personnes environ réparties sur cinq campus) est composé de scientifiques de différentes nationalités, d'Ingénieurs, de Techniciens et d'Administratifs.

2 CONTEXTE DE LA PRESTATION

AIBILL, un projet de startup en cours d'incubation au sein de l'INRIA STARTUP STUDIO. Vise à révolutionner l'expérience d'achat en offrant une visibilité en temps réel sur les magasins, les produits et les stocks, tout en dotant les commerçants d'un outil de gestion des stocks robuste. Via application mobile pour les consommateurs, et une interface web pour les commerçants.

Les applications fourniront les fonctionnalités de base suivantes :

****Fonctionnalités Consommateurs / application mobile****: Visualisation en temps réel des magasins, des produits et des stocks, suivi des dépenses, gestion des reçus, stockage de coupons, recommandations d'achats personnalisées et participation au programme de fidélité.

****Fonctionnalités commerçants / interface web ****: Gestion des stocks, publication du catalogue de produits, génération de rapports et d'analyses de ventes, et campagnes promotionnelles.

3 OBJET DU MARCHE

La présente consultation s'adresse à un cabinet de conseil en stratégie de marketing et le lancement de marques, capable d'accompagner AIBILL dans la définition et la mise en œuvre d'une stratégie de marketing et communication efficace et percutante.

4 DESCRIPTIF DES MISSIONS

Benchmark et étude quantitative du marché : Acquérir une connaissance approfondie du marché cible, de ses tendances, de ses acteurs et de ses spécificités.

Stratégie de marque AIBILL : identité, proposition de valeur.

Élaborer un plan de lancement de marque complet : définition des objectifs, des étapes clés, des canaux de communication, des actions de marketing et de communication à mettre en place.

Développer une stratégie de communication de lancement : définition des messages clés, choix des canaux de diffusion et recommandations des publications.

Mettre en place un plan de marketing digital : définition des actions de marketing digital, élaboration d'un budget prévisionnel, estimation des performances.

Accompagner AIBILL dans la mise en œuvre du plan de lancement : soutien méthodologique, animation d'ateliers de travail, estimation des résultats.

La liste ci-dessus n'est pas exhaustive, le prestataire est libre de proposer d'autres missions qu'il détaillera dans le mémoire technique et qui deviendront contractuelles.

5 COMPETENCES ATTENDUES

Expérience et compétences : Expérience démontrée en étude de marché et en élaboration de stratégies marketing de l'innovation, en particulier dans le secteur des applications mobiles et web.

Connaissance du marché : Connaissance approfondie du marché cible, de ses tendances, de ses acteurs et de ses spécificités.

Méthodologie : Méthodologie rigoureuse pour l'élaboration de la stratégie marketing.

Créativité : Capacité à proposer des idées créatives et innovantes pour la stratégie marketing et la communication.

Références : Présentation de projets similaires réalisés.

6 OBLIGATIONS DE CONFIDENTIALITE

L'article 5 du CCAG FCS est applicable.

Le titulaire qui à l'occasion de l'exécution du marché, a reçu de la personne publique communication, à titre confidentiel, de renseignements, documents ou objets quelconques, est tenu de maintenir la confidentialité attachée à cette communication.

Il ne doit divulguer aucune information qui résulte de l'exécution du marché ou qui pourrait parvenir à sa connaissance à l'occasion de celui-ci.

Il doit sans délai, avertir la personne publique de toute violation de l'obligation de confidentialité ci-dessus.

La responsabilité du titulaire peut être recherchée en cas de manquement aux consignes de la part de son personnel en matière de contrôle de sortie de documents de toute nature, objets, matériels ou marchandises par ces mêmes personnes. Elle peut être recherchée en cas de dissimulation, d'appréhension, de détournement ou de dissipation de toute information.

En cas de non-respect par le titulaire, des obligations résultant du présent article, la personne publique peut résilier le marché sans parler du droit à dommages et intérêts pour le préjudice éventuellement subi.

Chaque partie au marché est tenue au respect des règles, européennes et françaises, applicables au traitement des données à caractère personnel éventuellement mis en œuvre aux fins de l'exécution du marché. A ce titre, toute transmission de données à des

tiers, y compris au bénéfice d'entités établies hors de l'Union européenne, qui ne serait pas strictement conforme à la réglementation en vigueur est formellement prohibée.