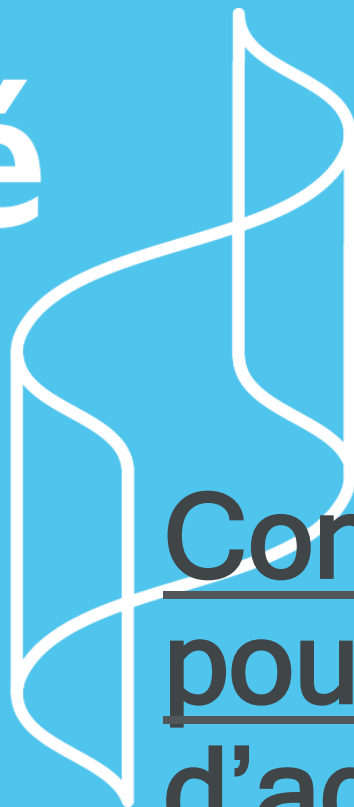


Société du Grand Paris



Consultations
pour les marchés
d'agences tronçons
et d'évènementiel

Vendredi 17 juin 2016

Ordre du jour

- Introduction
- Organisation
- Les marchés de mise en œuvre de la communication de proximité
- Calendrier de la consultation
- Les marchés de communication événementielle
- Cadre général de la consultation



Introduction

L'ampleur du projet, ses étapes, l'approche de la Société du Grand Paris et ses valeurs.

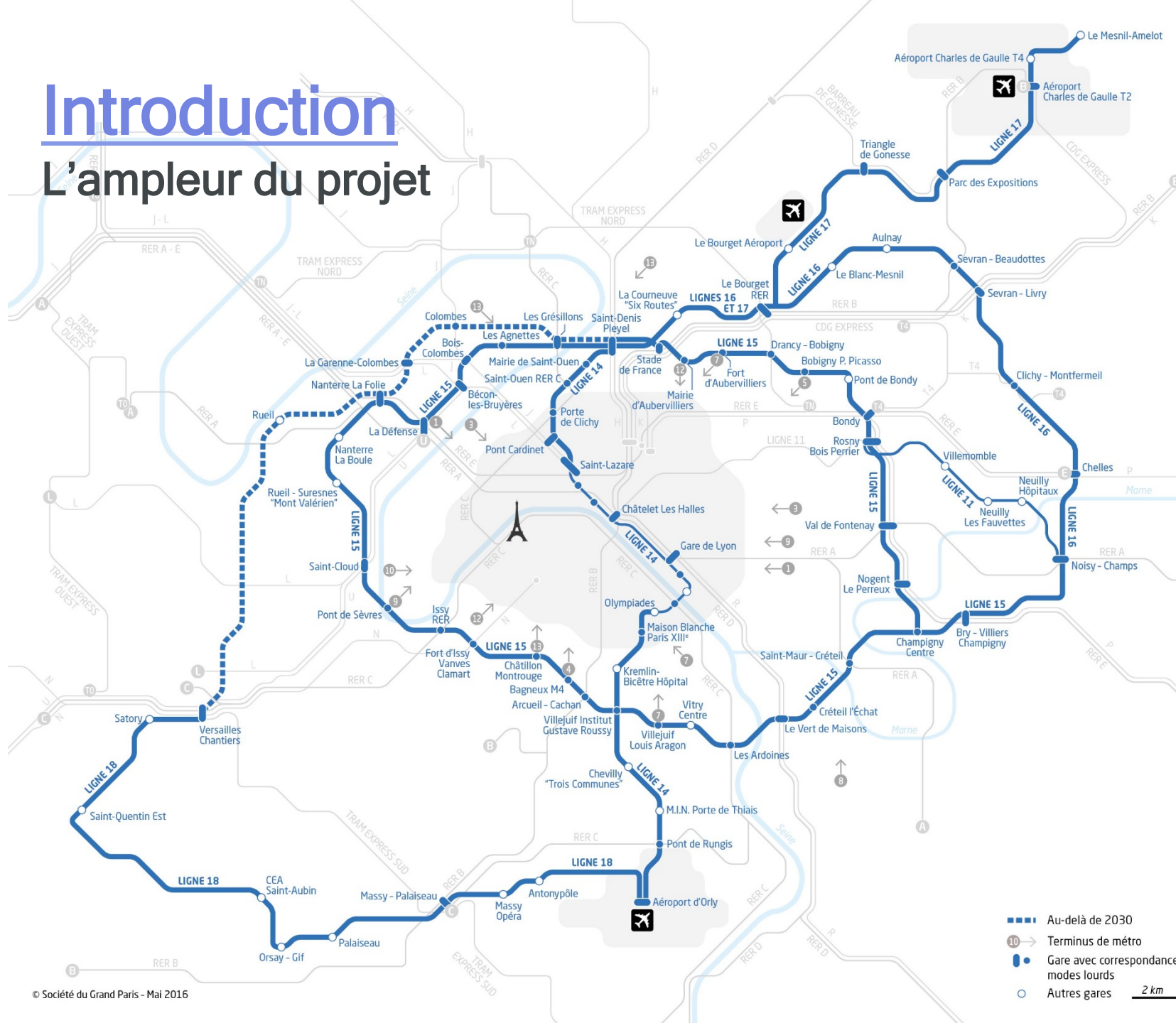
Introduction

GRAND PARIS EXPRESS

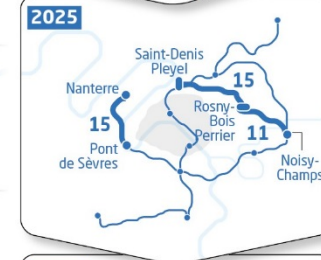
UN MÉTRO POUR LE 21^{ÈME} SIÈCLE

Introduction

L'ampleur du projet



Calendrier de mises en service



**Société
du Grand
Paris**

Introduction

Les chiffres clés

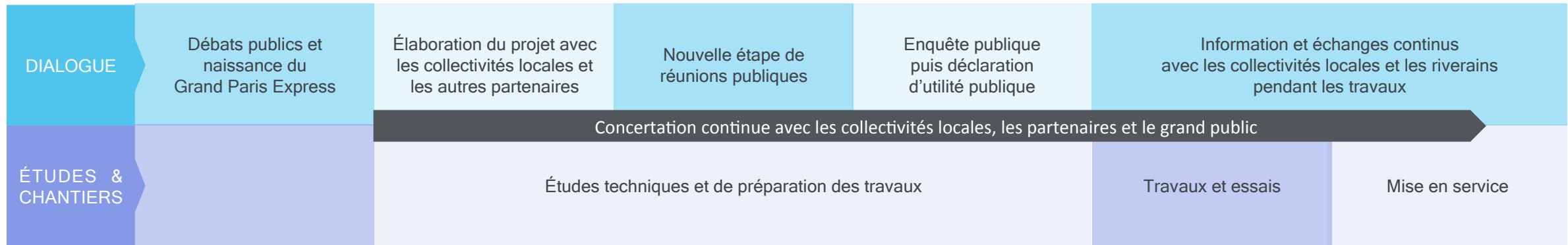
- 200 km de lignes
- 68 nouvelles gares dont 51 connectées au réseau existant
- 90% de réseau souterrain
- 2 millions de voyageurs quotidiens

Mais aussi

- près de 300 sites en chantier
- 149 ouvrages annexes
- 32 puits d'entrée de tunneliers
- 7 sites industriels

Introduction

Les étapes du projet



Les travaux ont débuté en 2015, et de 2022 à 2030, toutes les lignes seront progressivement mises en service.

Le Grand Paris Express contribuera à renforcer l'attractivité de la région, à favoriser l'égalité au sein de la métropole et à créer, pour des millions d'usagers, une nouvelle manière de vivre leur territoire et leur temps de transport

L'approche de la Société du Grand Paris

La Société du Grand Paris fait de l'information auprès de tous une priorité et de la concertation avec les territoires et leurs habitants une exigence absolue.

Les valeurs de la Société du Grand Paris :

- La maîtrise
- L'exigence
- La détermination
- L'enthousiasme
- L'ouverture
- La rigueur

Les valeurs du projet de Grand Paris Express :

- La proximité
- L'écoute
- La sincérité
- L'innovation
- La créativité
- Le festif

Le projet se construit autour d'un sentiment d'implication et de fierté.

Les grands enjeux de communication du Grand Paris Express



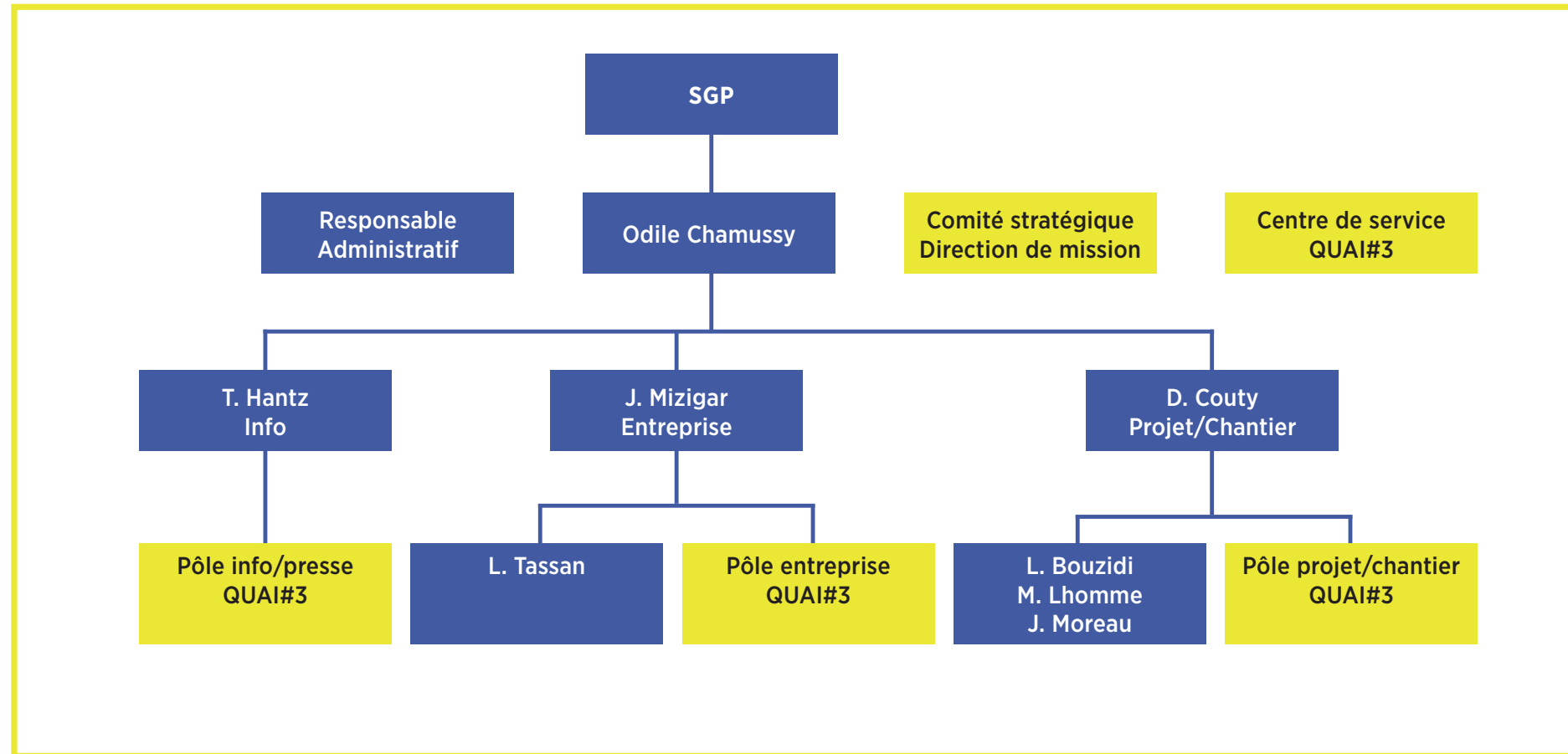


Organisation

La direction de la communication de la Société du Grand Paris, l'AMO QUAL#3 et le fonctionnement avec les marchés de communication

L'organisation de la communication

La direction de la communication de la Société du Grand Paris



L'organisation de la communication

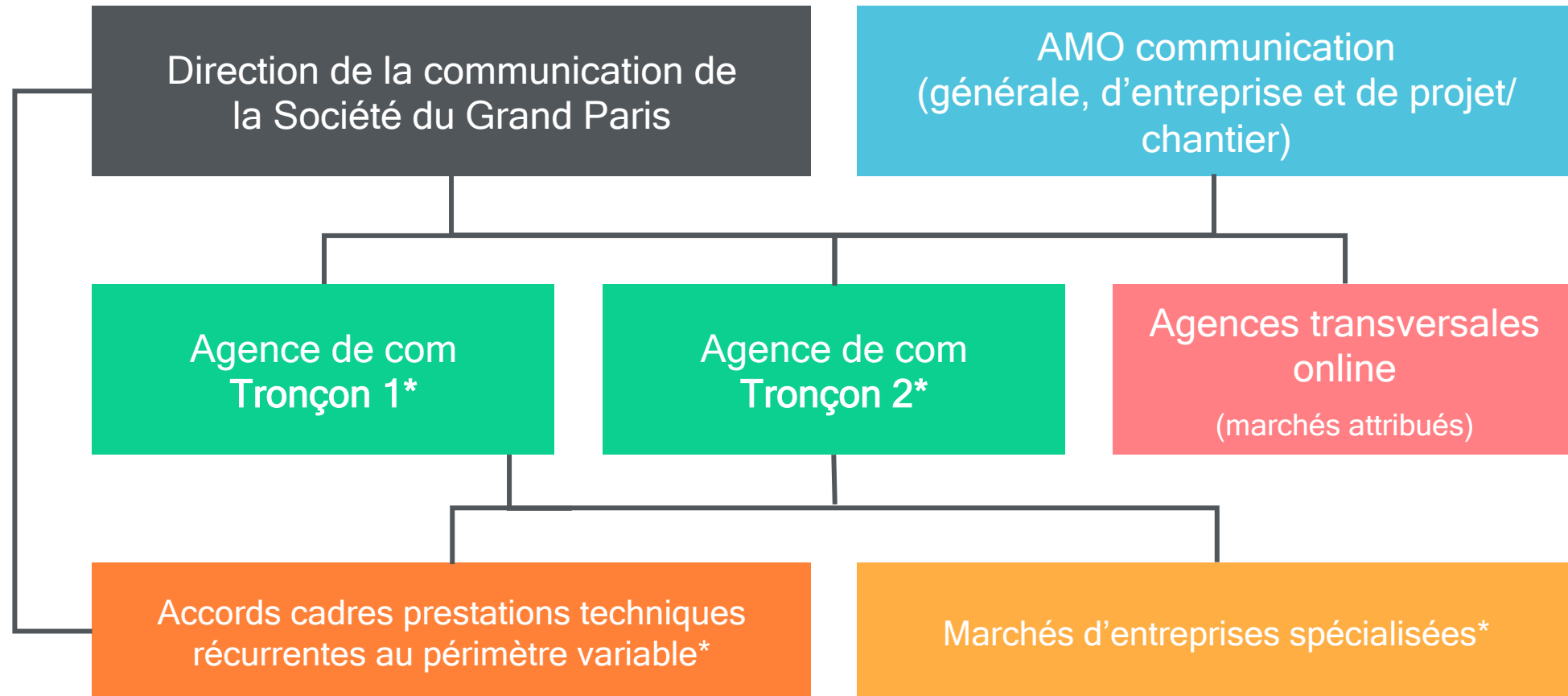
L'AMO QUAI#3

Entité commune et intégrée d'Egis Conseil, MullenLowe et bdcconseil, elle assure en démultiplication et au profit de la DCOM de la Société du Grand Paris des missions de :

- Conseil stratégique grand projet de transport et communication
- Communication d'entreprise
- Communication de Projet et de Chantier
- Assistance à conduite d'opérations, Achats, Contrats Gestion

L'organisation de la communication

Le fonctionnement avec les différents marchés de la DCOM





Les marchés de mise en œuvre de la communication de proximité

Le rôle, les prestations attendues et l'organisation d'une agence tronçon.

Le rôle d'une agence tronçon

En lien fonctionnel et opérationnel avec l'organisation de projet et de la communication de la Société du Grand Paris, l'agence tronçon met en œuvre sur un territoire défini, la communication de proximité destinée à :

- Informer sur l'avancée des travaux
- Permettre aux habitants d'anticiper les perturbations
- Prévenir les mécontentements
- Créer les conditions de la compréhension, de l'acceptation et de l'adhésion au Grand Paris Express et à ses chantiers

Le rôle d'une agence tronçon

- Elle conçoit et réalise les actions et outils nécessaires à sa mission.
- Elle applique les schémas directeurs, les plans de communication locaux et les référentiels élaborés par la Société du Grand Paris et sa DCOM dans le cadre de la stratégie globale d'information et de communication.

Les prestations attendues d'une agence tronçon

La mise en œuvre du plan de communication opérationnel

Production de contenus

- **D'édition** : lettres aux riverains, flashes infos, plaquettes, panneautique
- **Presse** en appui du bureau des médias
- **Numériques** pour alimenter les sites web de la Société du Grand Paris, du Grand Paris Express et les applications locales sur smartphones

Création graphique

- **Conception des documents et outils** sur la base des référentiels : lettres aux riverains, flashes infos, plaquettes, panneautique

Les prestations attendues d'une agence tronçon

La mise en œuvre du plan de communication opérationnel

Organisation d'événements locaux*

- Planification et organisation des visites de terrain/chantier
- Organisation et animation des réunions publiques locales
- Photographies lors d'événements locaux

* Événements n'impliquant pas de moyens logistiques ou techniques particuliers, ou coordination d'événements locaux impliquant des moyens logistiques et/ou techniques particuliers pris en charge par le prestataire du marché événementiel.

Les prestations attendues d'une agence tronçon

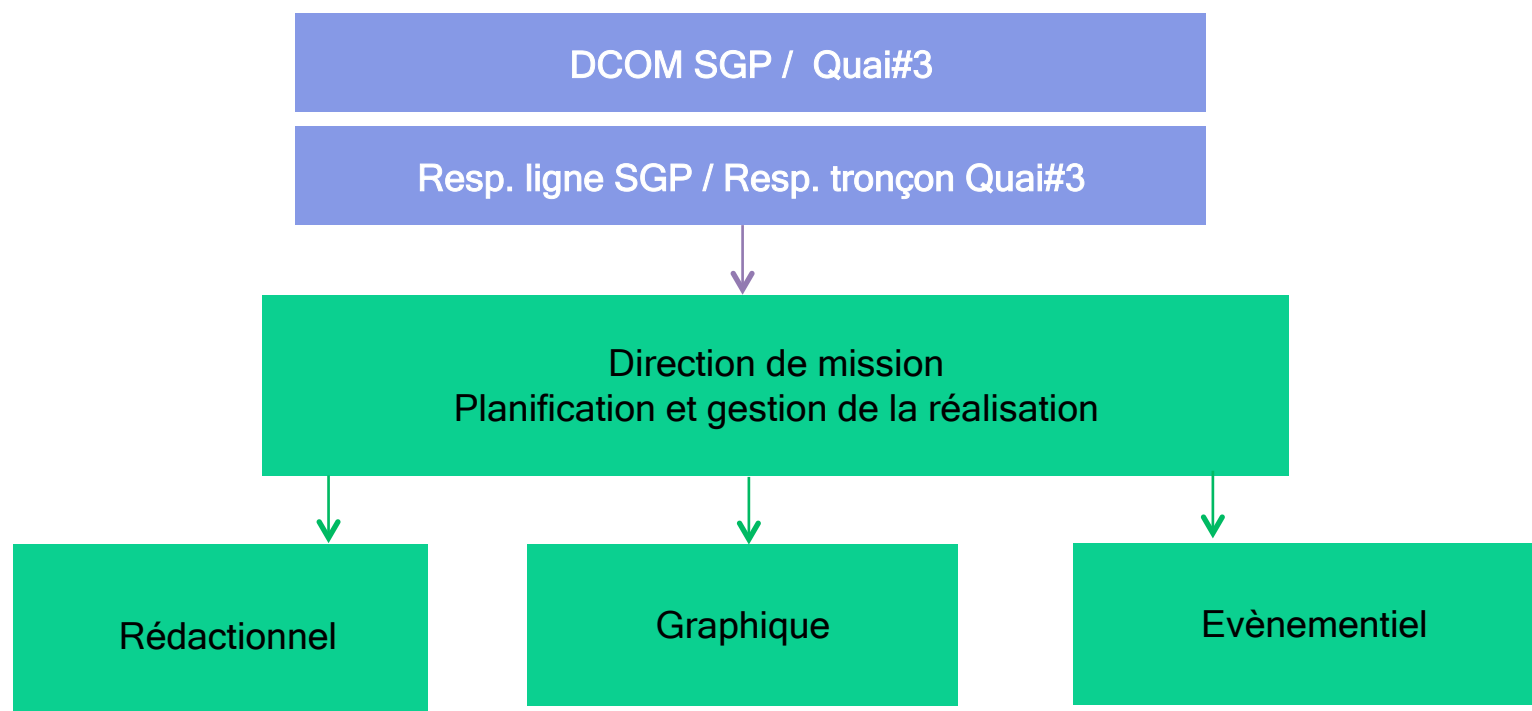
Outils de communication

- La production des outils sera assurée par les prestataires de la Société du Grand Paris ou par les titulaires des contrats d'agences tronçons.
- Outils principalement assurés par le titulaire d'un contrat d'agence tronçon :
 - Impression
 - Boitage
- Outils principalement assurés par les marchés transversaux de la Société du Grand Paris :
 - Fabrication, pose et dépose de la panneautique
 - Site internet et autres applications informatiques

L'organisation de l'agence tronçon

Exemple de morphologie attendue d'une agence tronçon

Pour faciliter la gestion quotidienne, il est attendu des agences tronçons qu'elles se dotent d'une direction de mission « gestionnaire », qui répartira la charge au sein des différents pôles et interlocuteurs.



L'organisation de l'agence tronçon

Organisation spécifique à la conduite d'opération des agences tronçons

L'activité des agences tronçons est placée sous la responsabilité du pôle Projet / Chantier de la Société du Grand Paris qui a mis en place des responsables communication par ligne, en relation étroite avec les Directions de projet.

En déclinaison de l'organisation de la Société du Grand Paris, QUAL#3 a mis en place une organisation spécifique pour le pilotage de la communication de chantier et des contrats d'agence tronçon :

- **Un responsable opérationnel par tronçon**, appuyé par une équipe sectorisée, cette équipe sera au quotidien l'interlocuteur fonctionnel de l'agence tronçon.
- **Un responsable contrat**, appuyé par une équipe de gestion, cette équipe sera l'interlocuteur contractuel de l'agence tronçon.

4

Calendrier de la consultation

Calendrier, critères de jugement des candidatures.

Calendrier et allotissement des consultations

7 marchés vont être mis en consultation

CONSULTATION 1

- 2 lots pour la ligne 15 Sud
- 1 lot pour la ligne 16

CONSULTATION 2

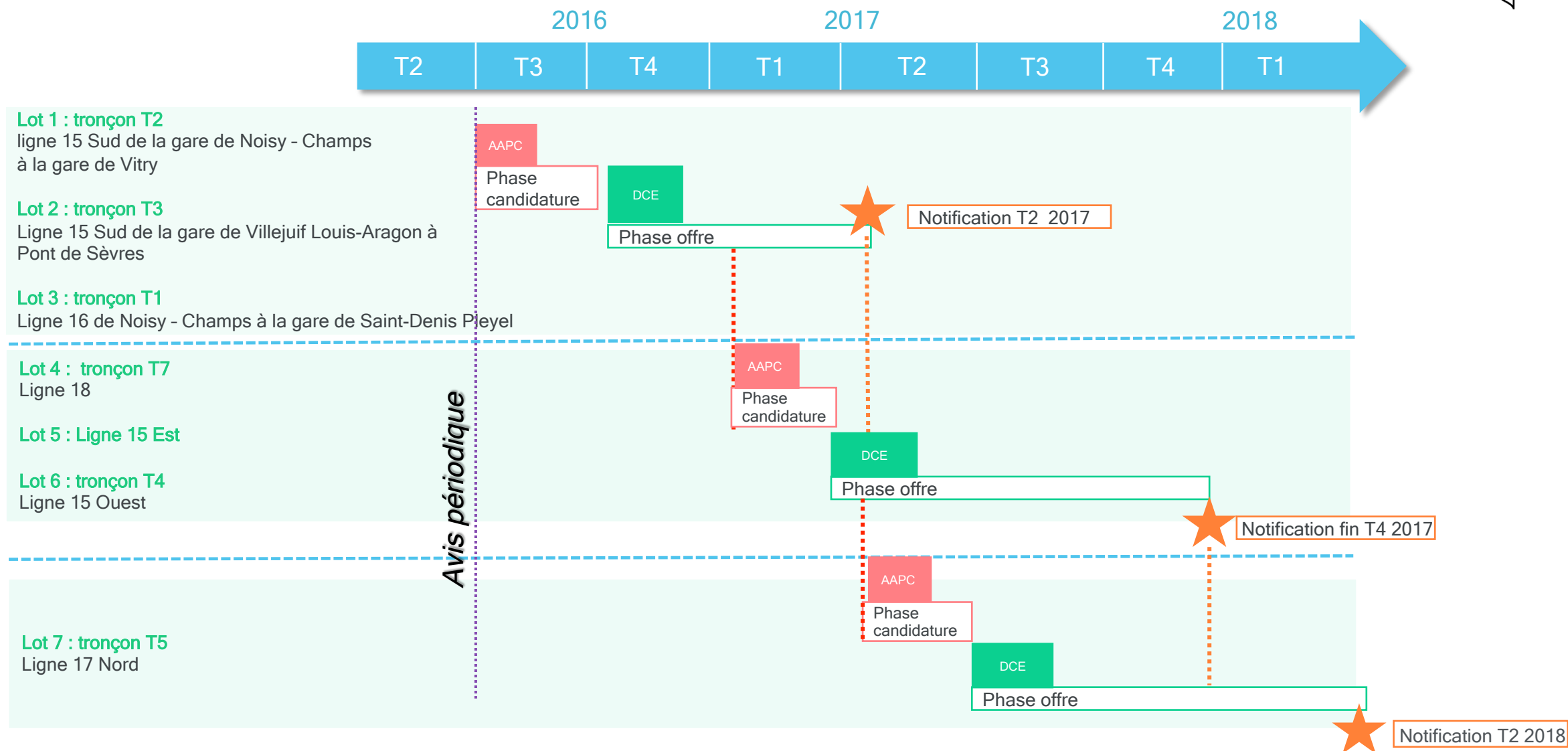
- 1 lot pour la ligne 15 Ouest
- 1 lot pour la ligne 18
- 1 lot pour les lignes 15 Est

CONSULTATION 3

(ou groupée avec la 2)

- 1 lot pour la ligne 17 Nord

Calendrier prévisionnel des consultations



Calendrier et allotissement des consultations

Caractéristiques principales des consultations

Règles d'attribution

- Chaque candidat peut répondre sur TOUS LES LOTS
- Pour une consultation donnée, la Société du Grand Paris attribuera 1 lot maximum par candidat

Caractéristiques des contrats

- Marché à bons de commande (« accord-cadre à bon de commande »)
- Durée : 5 ans, reconductible 3x1 an ➔ 8 ans max

Critères de jugement des candidatures

- Compétences : toutes celles requises par le marché
- Références en communication de projet et de chantier (transport, infrastructures, projets urbains...), en cas de groupement, elles sont requises pour au moins un membre
- Capacité financière de l'entreprise ou des Cotraitants d'un groupement (un chiffre d'affaire représentant au moins le double du volume annuel estimé du marché)



Les marchés de communication évènementielle

Allotissement, organisation spécifique, prestations attendues,
nature des marchés.

- **Lot 1 : « Communication événementielle institutionnelle »**

Marché comprenant la logistique et la technique des événements hors vie du chantier (vœux, colloques...)

- **Lot 2 : « Communication événementielle de proximité chantier »**

Marché comprenant la logistique et la technique pour les événements se déroulant physiquement sur le chantier (visites presse, institutionnelle, scolaires...)

Un candidat pourra être attributaire des deux lots.

Organisation spécifique à la conduite d'opération des contrats de communication évènementielle

L'activité des agences évènementielles est placée sous la responsabilité :

- du pôle communication d'entreprise de la Société du Grand Paris, pour les activités de communication institutionnelle
- du pôle Projet / Chantier de la Société du Grand Paris, pour la communication de proximité accompagnant les chantiers

Organisation spécifique à la conduite d'opération des contrats de communication événementielle

Le titulaire sera chargé d'organiser des événements de natures et de tailles différentes avec une augmentation des événements liés aux chantiers au fur et à mesure de l'avancée des travaux ; ce qui implique une capacité à gérer des pics de charge.

Lot 1 :

- Réunions des directions de la Société du Grand Paris
- Bus infos
- Vœux de la Société du Grand Paris
- Comités stratégiques
- Conseils de surveillance
- Séminaires thématiques
- Révélation du matériel roulant / design

Lot 2 :

- Journées du patrimoine
- Vie du chantier et communication de proximité
- Petits événements locaux (visites, réunions publiques...)
- Inaugurations

Prestations attendues

L'organisation d'évènements par la mise en œuvre des prestations suivantes :

- La recherche et la mise à disposition des lieux
- Le mobilier en location hors mobilier scénique
- L'accueil : hôtesse, mobilier accueil, vestiaire, etc.
- La prestation traiteur et le mobilier associé
- Le personnel de sécurité (AS, SSIAP, etc.)
- Transport de personnes, transferts
- Signalétique
- Coordination logistique
- Conception créative et scénographie
- Conception graphique
- Elaboration du dossier technique Audiovisuel
- Les moyens techniques Audiovisuels et leur mise en œuvre (équipes techniques)
- La décoration des différents espaces (accueil, espace restauration, espace réunion, espace scénique)
- Les structures éphémères (dais, tentes, etc.)
- La certification des installations
- La coordination technique

Des prestations de stockage et de transport de supports de communication utiles pour les évènements (maquettes des gares, brochures).

Stockage à Paris. Transport à Paris mais aussi en province

Précisions pour la communication de proximité

- Les agences tronçons prendront en charge les évènements locaux du tronçon si ces événements ne demandent pas de compétences techniques ou logistiques particulières (par exemple, une réunion publique nécessitant un PC et un vidéoprojecteur)
- Le(s) titulaire(s) évènementiel prendra en charge tous les autres évènements

Organisation spécifique à la conduite d'opération des marchés de communication événementielle

En déclinaison de l'organisation de la Société du Grand Paris, QUA#3 a mis en place une organisation spécifique pour le pilotage de ces contrats :

- **Pour la communication institutionnelle** : un responsable opérationnel QUA#3 qui assurera le pilotage opérationnel et sera l'interlocuteur au quotidien du titulaire.
- **Pour la communication de proximité** : L'agence tronçon assurera la coordination de l'événement, sous couvert du responsable QUA#3 du tronçon considéré.
- **Un responsable contrat**, appuyé par une équipe de gestion sera l'interlocuteur contractuel du titulaire.

Nature des contrats et volume

- Marché à bon de commande
- Durée 1 an, reconductible (le cas échéant) sur 7x1 an

Critères de jugement des candidatures

- Compétences : toutes celles requises par le marché.
- Références en communication événementielle.
- Capacité financière de l'entreprise ou des Cotraitants d'un groupement (un chiffre d'affaire représentant au moins le double du volume annuel estimé du marché)



Cadre général des consultations

Cadre général, organisation, procédure de consultation.

Cadre général des consultations

- Consultations conformes au décret n°2016-360 du 25 mars 2016 relatif aux marchés publics
- Procédures négociées avec mise en concurrence préalable
- CCAG Prestations intellectuelles avec des précisions et/ou dérogations
- Groupement conjoints avec mandataire solidaire
- Planning de consultation réaliste pour les agences et en phase avec le planning global

Cadre général des consultations

Où trouver l'information relative aux marchés ?

- Dans la mesure du possible et avant publication des AAPC
 - Avis périodique indicatif intitulé « Mise en œuvre de la communication de proximité sur les 7 tronçons du Grand Paris Express »
 - Communication via la plateforme CCI
- Supports de publication
 - JOUE/BOAMP
 - PLACE (Plateforme des achats de l'Etat) www.marches-publics.gouv.fr
 - Le site de la Société du Grand Paris : www.societedugrandparis.fr/marches-publics
- Point d'entrée : Direction industrie et achats
 - marches-sgp@societedugrandparis.fr

Organisation des consultations

Phase 1 : Candidature

- 1.** Jugement de la société du grand paris sur la capacité des candidats à exercer le marché (oui/non)
 - Capacité financière : CA / bilans
 - Capacité technique : références, effectifs et compétence, note de synthèse (à confirmer)
 - 2.** Classement des candidats ayant la capacité en vue d'en sélectionner un nombre restreint admis à remettre une offre
 - Pertinence des références
 - Qualité des compétences
- Cadre de réponse SGP standard
 - Limitation du nombre de candidats admis à présenter une offre : nombre indicatif 4 ou 5 par lot
 - Délai de réponse entre publication AAPC et remise candidatures : 4 à 6 semaines
 - Dossier sous forme papier et support physique électronique

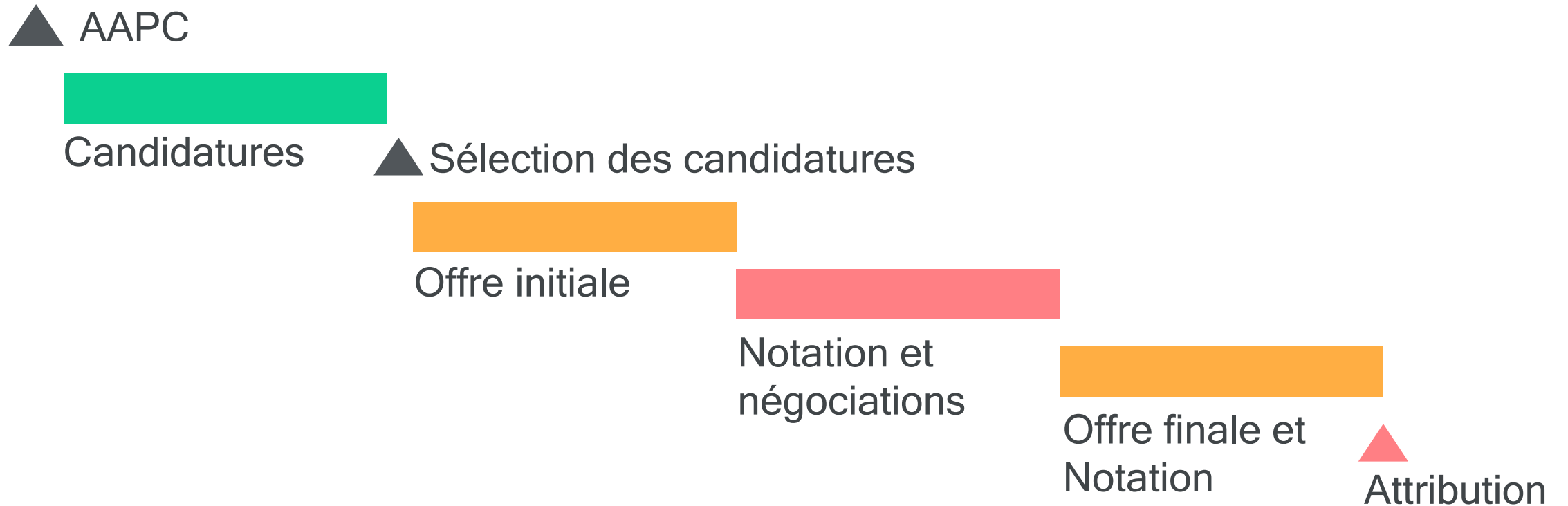
Organisation des consultations

Phase 2 : Offre

- Seuls les candidats admis à remettre une offre reçoivent le DCE complet
- DCE de référence
- Structure du mémoire technique + mémoire financier identique et limité en nombre de pages
- Délai de réponse de l'ordre de 6 semaines entre envoi du DCE et remise de l'offre n°1
- Délai moyen d'une consultation supérieur à 12 mois entre la phase de candidature et la notification
- Dossiers sous forme papier et support physique électronique

Procédure de consultation négociée

Principe



Société
du Grand
Paris



Merci