LETTRE DE CONSULTATION

CAMPAGNE TAXE D'APPRENTISSAGE 2013

Préambule :

L'Université de La Réunion est, à travers un certain nombre de ses formations, éligible au versement de la taxe d'apprentissage.

Le montant de la taxe collectée, s'il évolue constamment et régulièrement depuis plusieurs années reste modeste, au regard du nombre de jeunes diplômés par l'établissement chaque année (plus de 4 000).

Deux facteurs peuvent expliquer cette collecte modeste :

- L'image peu qualifiante des diplômes d'universités, même si elle commence à évoluer vers une reconnaissance de leur professionnalisation,
- La méconnaissance qu'ont les entreprises de l'éligibilité des formations de l'Université de La Réunion.

Article 1 : Objet de la consultation

La présente consultation a pour objet une campagne de communication dans le cadre de la collecte de la taxe d'apprentissage en 2013.

Article 2 : Procédure de passation

Marché à procédure adaptée (article 28 du Code des Marchés Publics)

Article 3 : Date et fin de la mission

Le prestataire sera sélectionné entre le 12 et le 17 décembre.

Les outils hors-média devront être activés à partir du 15 janvier.

Les outils média seront activés à partir du 1er février

NB : la date limite de collecte de la taxe d'apprentissage est le 28 février 2013

Article 4 : Description globale de la mission

La mission consiste à concevoir et mettre en œuvre une campagne de communication.

Le prestataire devra :

- Concevoir les différents outils,
- Veiller à leur fabrication,
- Etablir un plan média,
- Procéder aux achats d'espaces publicitaires pour le compte de l'Université de La Réunion.
- Coordonner la mise en place des différents dispositifs.

Deux types d'outils devront être développés.

Outils média :

Ces outils devront informer largement de l'éligibilité de l'Université de La Réunion au versement de la taxe d'apprentissage.

Les années précédentes, le dispositif média a consisté en affichage 4x3, spot télé ou radio, annonces presse.

Outils hors-média

Le marketing direct est à l'origine de la majeure partie des versements. Ce volet doit être renforcé, en mettant en place des outils de communication à destination des chefs d'entreprise et/ou des directeurs financiers, comptables ou experts-comptables.

De nombreux bénéficiaires utilisent le principe de coupons-réponses ou de promesses de versement. Ce principe (papier ou web) devra être intégré au dispositif.

En 2012, des « ambassadeurs » de l'Université de La Réunion ont été recrutés pour démarcher des entreprises. Cette initiative a porté ses fruits et pourra être renouvelée en 2013 en recrutant ces ambassadeurs parmi les étudiants de l'établissement, et en leur dispensant au préalable une courte formation.

La mobilisation des réseaux des personnels de l'établissement est aussi génératrice de versements. La mise en place d'outils simples (signature de mail…) peut être mise en place.

Article 5 : Modalités de remise des offres et date limite

L'offre du candidat comportera :

- Un devis détaillé (comprenant les achats d'espaces publicitaires)
- A minima une piste créative
- Un planning d'exécution
- Un dispositif d'évaluation auprès du public-cible
- Les formulaires DC1 et DC2 à fournir
- L'acte d'engagement complété, signé et daté

L'offre devra être transmise au *PROFIL, par courrier ou par mail au plus tard le :*

Mercredi 12 décembre 2012à 16 heures locales

PROFIL - Université de La Réunion
15 avenue René Cassin BP 7151 – 97715 Saint-Denis Messagerie cedex 9

Tél. : 02 62 93 81 23 Fax. : 02 62 93 81 14 Courriel : profil@univ-reunion.fr

Pour toute question concernant l'offre, vous pouvez envoyer un message à l'adresse suivante : **profil@univ-reunion.fr**

Article 6 : Modalités de sélection du prestataire

Le prestataire sera sélectionné en fonction de :

1- La qualité, l'argumentation et la cohérence de la proposition avec l'ensemble de la demande précisée ci-dessus
2- Le Prix
3- Les moyens mis en œuvre