**RENCONTRES SUP'ENTREPRISE 2013**

***Un salon de l'Université de La Réunion dans le cadre du Salon Régional de la Jeunesse***

Dossier de consultation

août 2013

**Cahier des Clauses particulières**

**Rencontres Sup’Entreprise (RSE)**

Préambule :

**L’insertion professionnelle des jeunes diplômés** est une préoccupation constante de l’Université de La Réunion : nous nous devons d’**accompagner nos jeunes dans la concrétisation de leur projet professionnel**, ici peut-être plus qu'ailleurs.

C’est forte de cette ambition que l’université organise depuis 2 ans **les Rencontres Sup’Entreprise**, dans le cadre du Salon Régional de l’Education et de la Fête de la Science, au parc des expositions et des congrès de Saint-Denis.

Ces **Rencontres Sup’Entreprise** ont connu un vif succès auprès des étudiants et jeunes diplômés et ont permis de tisser **des liens avec des professionnels du monde socio-économique**. Ils ont parfois permis de donner des perspectives concrètes en termes de recrutement, que ce soit pour des stages, des jobs, des emplois (CDD ou CDI), des contrats CIFRE, ou encore des contrats post-doctoraux ou en alternance et ont toujours contribué à nourrir les projets des jeunes.

Cette année, avec le soutien du Conseil Régional de La Réunion, l’université et ses partenaires (Etat, collectivités, fédérations patronales, services publics de l’emploi, opérateurs de l’insertion professionnelle et accompagnateurs de la création d’entreprise, acteurs de la recherche et de l’innovation) se mobilisent pour offrir une édition 2013 dédiée à la réussite des jeunes.

Article 1 : Objet de la consultation

La présente consultation concerne l’organisation des Rencontres Sup’Entreprise qui se dérouleront dans le cadre d’une manifestation plus globale : **Le salon régional de la réussite.** Cette manifestation aura lieu à la Nordev, parc des expositions de Saint-Denis.

Article 2 : Procédure de passation et pièces contractuelles

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

- l’acte d’engagement

- le présent cahier des clauses particulières

- la proposition technique du titulaire

- le cahier des clauses administratives générales applicables aux marchés publics de fournitures et de services en vigueur.

# Les dispositions générales de vente du titulaire ne sont pas applicables au présent marché

Article 3 : Date et fin de la mission

Date de la mission : Septembre/octobre

Date de la manifestation Rencontre Sup’Entreprise : du 24 au 25 octobre 2013

Article 4 : Description globale de la mission

La mission se décompose en 3 parties :

1. Assistance à la conception des RSE
2. Aménagement des espaces
3. Communication sur l’espace

Article 5 : Description de la mission Conception

Le prestataire sélectionné aura pour mission de :

* Déterminer la ligne conductrice des RSE en cohérence avec la manifestation globale et les souhaits du maître d'ouvrage
* Concevoir un espace d'exposition et de rencontres de qualité professionnelle
* Décliner la ligne directrice dans l’aménagement et la communication
* Etablir un cahier des charges et un rétro-planning des opérations
* Promouvoir la manifestation auprès du grand public

Article 6 : Description de la mission Aménagement

Cette mission consiste à concevoir et mettre en œuvre la communication et l’aménagement des RSE. Sur la phase mise en œuvre, le prestataire peut faire appel à un sous-traitant.

Le prestataire devra se charger des relations avec la NORDEV pour l’aménagement. Il devra veiller à la bonne coordination de ses équipes, dont les sous-traitants éventuels, avec les équipes de la NORDEV.

Il devra identifier un référent au sein de ses équipes qui sera le relais entre l’Université de La Réunion, maitre d'ouvrage et les différents intervenants et qui sera présent durant toute la période de montage et démontage des RSE.

1. **Premier espace : Les Rencontres Sup’Entreprise**

*Lieu : Une partie du hall D de la NORDEV– environ 2000 m2*

*Date : du 24 au 25 octobre 2013*

1. ***Les Villages***

4 villages liés à la réussite professionnelle de l’étudiant de formation supérieure (Université, BTS, Classe prépa, EGC, CCIR, etc.). Ces villages forment un ensemble, une unité, et se déclinent ainsi :

1- Village Formations et mobilité

2- Village Métiers et carrière

3- Village Aide à l’Insertion Professionnelle

4- Village Entrepreneuriat et innovation

1. ***Spécificités des Villages***

**Formations et mobilité**

La fonctionnalité de ce village réside dans la possibilité de donner l’information aux publics sur les formations, certifications proposées à l’Université de La Réunion et dans les établissements partenaires mais aussi l’information sur la mobilité avec la présence des structures d’aides à la mobilité

🡪 Contrainte liée à son aménagement :

Prévoir 10 à 16 stands de plus de 15m2

**Métiers et carrière**

La fonctionnalité de ce village réside dans la possibilité offerte aux entreprises de faire la présentation et la promotion de leurs métiers afin de permettre au public-cible (lycéens, étudiants, jeunes diplômés) de définir leurs objectifs professionnels et donc leur orientation future.

🡪 Contraintes liées à son aménagement :

Prévoir 10 à 15 stands de 9m2 environ

Attention prendre en compte qu’une structure peut ne pas être présente durant les 2 jours du salon et qu’une rotation devra être donc parfois être prévue pour accueillir les intervenants

Prévoir dans ce cas des signalétiques « flottantes » interchangeables chaque après midi, chaque jour, etc.

**Aide à l’Insertion Professionnelle**

La fonctionnalité de ce village réside dans la présence des structures d’aide à l’insertion professionnelle, mais aussi de deux espaces spécifiques :

* Un job meeting pour favoriser l’insertion professionnelle (offres d’emploi, offres de stages, contrats prof. etc.)
* Un espace atelier relatif à la question de l’embauche, de l’insertion professionnelle etc.

*Nécessité de prévoir une liaison internet dans ces espaces.*

*Structures d’aides à l’insertion professionnelle*

La fonctionnalité de cet espace réside dans la présence de structures d'aides à l'insertion professionnelles, de l'Université et hors université.

🡪 Contrainte liée à son aménagement :

Prévoir 4 à 6 stands de 9m2 environ

*Job meeting*

La fonctionnalité de cet espace réside dans la possibilité pour le public de visualiser une offre d’emploi ou de stage et de se présenter pour avoir un entretien sur place avec l’objectif de décrocher un emploi ou un stage.

Le public intéressé rencontrera lors de ces entretiens : un agent du pôle emploi, ou un(e) directeur des ressources humaines, ou un(e) chef d’entreprise etc.

🡪Contraintes liées à son aménagement :

Prévoir un/des panneaux d’affichages pour les offres

Prévoir 6 à 8 « box » pour les entretiens

Prévoir un accueil spécifique pour gérer le flux

L'espace ne doit pas être entièrement clos mais visible de l’ensemble du salon. En revanche, les « box » à l’intérieur doivent offrir une « intimité » pour réaliser des entretiens de qualité et en toute discrétion

*Atelier*

La fonctionnalité de cet espace réside dans la création d’un espace de mini ateliers, qui doit avoir une capacité d’accueil d’environ 15 à 20 places.

🡪Contrainte liée à son aménagement :

Faire attention à l’insonorisation

Prévoir les types de projection (matériels, écran, paperboard, etc.)

**Entrepreneuriat et innovation**

La particularité de ce village réside dans la présence des structures d’accompagnement et d’aides à la création ou à la reprise d’entreprise, mais aussi sur la recherche et le développement et l’innovation.

🡪 Contrainte liée à son aménagement :

Prévoir 1 stand regroupant environ l’ensemble des structures environ 3 à 6 structures.

Prévoir dans sur ce stand un espace d’échanges, de rencontres type table ronde.

1. ***Contraintes générales liées à l’aménagement***

**Contraintes climatiques :**  
Prendre en compte la température (si élevée, proposer une solution)  
  
**Contraintes logistiques :**

- Respecter les conditions d’aménagement de la NORDEV

- Possibilité d’utiliser les solutions d’aménagement de la NORDEV incluses dans le prix de la location (mobilier, installation des modules, électricité, Wifi etc.), ou proposer vos propres solutions

- Prévoir pour chaque stand à minima un accès à l’électricité

- Prévoir un accueil principal

- Prévoir un schéma de circulation cohérent entre les pôles et à l’intérieur des pôles, pouvant intégrer différents parcours en fonction du public-cible, avec l’équivalent d’un code couleur claire pour une orientation immédiate sur place

- Prévoir des espaces de stockage pour les exposants

- Prévoir un espace convivial réservé aux exposants (café, eau etc.)

- Prévoir un espace "VIP" permettant aux professionnels de discuter "affaires" dans un cadre plus discret et retiré

- Prendre en compte la luminosité des espaces

- Prévoir une connexion wifi stable pour l’ensemble des exposants (pour tous les stands)

- Prévoir le recrutement, la tenue vestimentaire et la formation des hôtesses

- Prévoir animation des espaces

- Prévoir des écrans TV pour diffuser l’information sur les stands.

- Prévoir un plan des stands

- Prévoir une signalétique soignée, moderne et visible de tous les points de vue du hall D, adaptée à l’accueil d’exposants exigeants (entreprises, administrations, associations, organismes de recherche, universitaires, etc.)

**Contraintes esthétiques / signalétiques :**

- Prendre en compte la décoration générale de l’espace global (plantes par exemple)

- Prévoir une signalétique des stands cohérente entre l’aménagement et la communication  
- Prévoir une signalétique pour bien identifier l’espace des Rencontres Sup’Entreprise à l’intérieur du Salon

- Prévoir la moquette sur l’ensemble de l’espace Rencontres Sup’entreprise

- Prévoir un « Dresscode » pour les hôtesses

1. **Deuxième espace : Informations pour s’inscrire à l’université**

*Lieu : Hall A environ 100 à 150 m2*

*Date : 24 et 25 octobre 2013*

1. ***Un espace dédié***

La fonctionnalité de cet espace réside en la présence de services de l’Université de La Réunion pour donner de l’information sur les modalités d’inscription à l’Université de La Réunion en lien avec le portail Admission Post-Bac.

Cet espace peut être vu comme une plateforme avec possibilité pour le public de se renseigner sur les démarches pour préparer son arrivée à l’Université mais aussi pour avoir un conseil sur son orientation avec la présence de conseillers.

**Contraintes logistiques :**

- Respecter les conditions d’aménagement de la NORDEV

- faire le lien avec l'organisation de la Ligue de l'Enseignement pour les informer des caractéristiques de l'espace

- Possibilité d’utiliser les solutions d’aménagement de la NORDEV incluses dans le prix de la location (mobilier, installation des modules, électricité, Wifi etc.), ou proposer des solutions spécifiques

- Prévoir pour chaque stand à minima un accès à l’électricité

- Matérialiser une séparation/identification du module par rapport aux autres exposants du hall A

- Prévoir un accueil principal

- Prévoir un schéma de circulation pouvant intégrer différents parcours en fonction du public-cible, avec l’équivalent d’un code couleur claire pour une orientation immédiate sur place

- Prévoir un espace de stockage pour les exposants

- Prendre en compte la luminosité des espaces

- Prévoir une connexion wifi stable pour les exposants (pour tous les stands)

- Prévoir des écrans TV pour diffuser l’information sur les stands.

- Prévoir une signalétique soignée, moderne et visible de tous les points de vue du hall A, adaptée à l’accueil des exposants exigeants.

**Contraintes esthétiques**

- Prévoir une décoration cohérente de chacun des espaces

- Prévoir une signalétique cohérente entre l’aménagement les espaces et la communication

Article 6 : Description de la mission Communication

A - Objectifs

La mise en œuvre des RSE s’accompagne d’un dispositif de communication. Celui-ci a pour objectif :

* d'inciter les publics cibles à venir aux RSE: lycéens, étudiants et jeunes diplômés du supérieur
* de valoriser les entreprises et structures professionnelles participant aux RSE
* de sensibiliser les politiques et acteurs économiques à l’engagement de l’Université de La Réunion pour la réussite et l’insertion professionnelle de ses étudiants.
* d'informer les visiteurs sur les caractéristiques et possibilités offertes sur les espaces des RSE

1. Incitation

Les publics à mobiliser sont les étudiants et jeunes diplômés de l’Université mais aussi des autres établissements supérieurs de l’île. Il s’agit de leur montrer l’intérêt qu’ils peuvent avoir à venir aux RSE : trouver des opportunités d’embauche ou de stages, perfectionner leur technique de recherche d’emploi.

1. Valorisation

Plusieurs entreprises et partenaires s'associent à l'université, notamment sur les espaces autres que celui des formations. L'objectif est de valoriser leur présence et de montrer leur engagement pour la jeunesse réunionnaise. L'objectif à long terme est de faciliter la recherche d'entreprises et de partenaires pour les éditions à venir.

1. Sensibilisation

Ce salon peut exister grâce au soutien matériel et financier des collectivités et à la participation des entreprises. L'objectif ici est de rappeler à ces soutiens, effectifs ou potentiels, le but poursuivi par l'Université de La Réunion en organisant ce salon, qui est de favoriser l'insertion professionnelle de ses jeunes diplômés, notamment les jeunes docteurs. Ceci est particulièrement important, alors que l'université bénéficie toujours d'un déficit d'image dans le domaine de l'insertion professionnelle, et que la situation de l'emploi à La Réunion est toujours très sensible.

1. Information

Les visiteurs doivent pouvoir facilement se retrouver dans le salon, et identifier rapidement les possibilités offertes par chacun des stands. La signalétique et l'habillage des stands sont donc un des vecteurs de communication important des messages des RSE.

B – Outils

Les outils traditionnellement mis en œuvre pour la communication de ce salon sont :

* L'affichage sur les campus,
* Des insertions presse,
* Un livret et un programme de la manifestation
* Une campagne radio ou télé (optionnel)

*IMPORTANT: pour ces outils "traditionnels", seule la conception est incluse dans la présente consultation. Cependant, une estimation des achats d'espace à prévoir doit être proposée*

C – Contraintes

La communication autour de ce salon doit se faire autant que possible en harmonie avec la communication du Salon Régional de la réussite, qui inclut le Salon de la Formation Professionnelle et de l’Alternance. En effet, les Rencontres Sup'Entreprise sont une des composantes de ce salon et nous devons, par respect pour les co-organisateurs, afficher une certaine cohérence. Toutefois, les publics ciblés (jeunes diplômés, anciens étudiants, entreprises et partenaires...) étant propres aux Rencontres Sup'Entreprise, la communication doit aussi pouvoir se démarquer.

La communication et la signalétique des Rencontres Sup'Entreprise doivent être cohérentes, à la fois pour renforcer le message et pour faciliter la navigation des visiteurs dans les différents espaces.

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 trois pistes créatives
* Un planning d’exécution
* Un dispositif d’évaluation auprès du public-cible
* Les formulaires DC1 et DC2 à fournir, compléter et signer
* 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 4 septembre 2013 à 12 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](mailto:profil@univ-reunion.fr) |

Pour toute question concernant l’offre, vous pouvez envoyer un message à l’adresse suivante : [**profil@univ-reunion.fr**](mailto:profil@univ-reunion.fr)

Article 6 : Modalités de sélection du prestataire

Le prestataire sera sélectionné en fonction:

1. Du Prix
2. De la qualité, de l’argumentation et de la cohérence de la proposition avec l’ensemble de la demande précisée ci-dessus
3. Des moyens mis en œuvre
4. De sa capacité à prendre en charge la mission ci-dessus (moyens humains et références dans le domaine)

Article 7: Prix

Le prix est ferme (TTC). La décomposition du prix est précisée dans l’offre du titulaire.

Les prix sont entendus franco de port et d’emballage. Ils sont réputés comprendre toutes les charges fiscales, parafiscales ou autres, frappant obligatoirement les fournitures et les prestations, ainsi que tous les frais afférents aux frais de déplacement du personnel du titulaire.

Article 8 : Modalités de règlement du marché

Avance :

Sauf renonciation du titulaire mentionnée dans l’acte d’engagement, une avance est accordée au titulaire conformément aux dispositions de l’article 87 du code des marchés publics. Les factures sont établies sur la base des montants tels qu’ils figurent dans la proposition du titulaire.

Les documents afférents au paiement seront établis en un original et 1 copie portant, outre les mentions légales, les indications légales, les indications suivantes :

- le numéro de marché

- la date de facturation

- le numéro de commande

- les noms, adresse et raison sociale du créancier

- la désignation exacte, en clair, des fournitures livrées

- les références du bordereau de livraison

- le prix unitaire HT remisé

- le montant TTC des fournitures/prestations livrées après remise éventuelle

- le numéro de compte bancaire, en clair, tel qu'il est précisé sur l'acte d'engagement.

Mode de règlement :

Le règlement est effectué sur présentation d'une facture correspondant à l'exécution des prestations stipulées dans le bon de commande, et constatées par les représentants dûment habilités de l'Université.

Le paiement s’effectuera dans un délai maximum de 30 jours.

La facture sera transmise au **SERVICE FACTURIER** de l’Université de la Réunion :

Campus universitaire du Moufia

Service facturier

Bâtiment administration centrale

1. avenue René Cassin CS 92003

97744 Saint-Denis cedex 9

ARTICLE 9 : Assurances

Dans le cadre de son activité, le titulaire atteste de sa couverture par la souscription d’une police d’assurance garantissant les conséquences pécuniaires de sa responsabilité civile susceptible d’être engagée pour les dommages matériels et corporels.

ARTICLE 10 : Résiliation

Le marché pourra être résilié suivant les dispositions du chapitre 6 du CCAG-FCS

ARTICLE 11 : Pénalités

Article 14 du CCAG-FCS-

ARTICLE 12 : Litiges

Tout litige pouvant survenir à propos du présent marché ne pouvant être réglé à l’amiable sera de la compétence du Tribunal Administratif de Saint-Denis de La Réunion.

