

Convention annuelle NextMove 2026

Cahier des charges de consultation des agences événementielles

ÉMETTEUR

Eric Bégin

Responsable marketing & communication de NextMove

eric.begin@nextmove.fr / 06 09 95 74 11

OBJET

Consultation pour la conception, la coordination et la réalisation de la convention annuelle 2026

1. Présentation de NextMove en 2026

NextMove est le pôle de compétitivité de la filière Automobile & Mobilités sur les territoires Normandie et Île-de-France. Association loi 1901, le pôle fédère entreprises, industriels, startups, laboratoires, établissements d'enseignement supérieur, acteurs territoriaux et partenaires institutionnels autour de trois leviers complémentaires : l'innovation et les projets, la performance industrielle et opérationnelle et l'attractivité des compétences.

En 2026, NextMove évolue dans un contexte de transition : renouvellement de la gouvernance et arrivée d'un nouveau président (juin 2025), arrivée d'une nouvelle directrice générale (oct. 2025), recomposition partielle de l'équipe et besoin de recréer un lien plus fort avec les adhérents. La convention annuelle doit donc servir à la fois de temps fort relationnel, de vitrine du réseau et de preuve concrète de la valeur du pôle pour ses membres et ses financeurs.

L'année 2026 marque aussi les 20 ans de NextMove. Cet anniversaire n'a pas vocation à être traité comme une simple célébration. Il doit être utilisé comme un point d'appui pour projeter le pôle vers l'avenir, valoriser les réussites collectives et réaffirmer le rôle du réseau dans la période à venir.

2. Contexte de la consultation

Après une année 2025 sans convention annuelle, NextMove souhaite renouer avec cet événement phare - proposé tous les ans depuis 2012 - pour le pôle et ses membres en 2026. Le contexte est plus exigeant que lors des éditions précédentes : mobilisation des membres devenue plus difficile, baisse de la participation dans le temps, attentes élevées de la gouvernance, de la direction générale et des financeurs.

NextMove lance donc une consultation auprès de 3 à 4 agences événementielles afin d'identifier un prestataire en capacité d'accompagner le pôle sur la conception, la préparation, la coordination et la réalisation de la convention annuelle 2026, dans un format court, convivial et mobilisateur.

- La consultation doit permettre de comparer des propositions sur une base commune, sans enfermer les agences consultées dans une réponse trop rigide
- L'agence retenue devra être capable de travailler vite, de façon structurée, et de dialoguer avec une équipe projet élargie côté NextMove
- Le présent cahier des charges reprend l'historique 2024, le cadrage 2026 déjà travaillé en interne et plusieurs briques attendues dans le périmètre de mission

3. Objet de la consultation

La présente consultation porte sur l'accompagnement global de la convention annuelle NextMove 2026, incluant au minimum :

- La formalisation d'un concept et d'un fil rouge cohérents avec les objectifs du pôle
- La recherche et la recommandation de lieux adaptés au format retenu, situés à la frontière de la Normandie et de l'Île-de-France
- La coordination logistique et technique de l'événement
- La proposition d'un déroulé court et efficace de type « afterwork »
- La conception des supports et de l'habillage événementiel nécessaires au bon déroulement de l'opération
- La préparation et la coordination des prises de parole, de l'animation, des Awards et du temps réseau
- L'exploration d'une offre de sponsoring et d'une éventuelle exposition légère de membres
- La coordination du Jour J, puis le bilan post-événement

4. Objectifs de la convention 2026

4.1 Objectifs stratégiques

- Reconstruire le lien avec les adhérents, partenaires et financeurs, après une année 2025 sans convention annuelle
- Rendre l'image de NextMove plus positive, plus lisible et plus fédératrice
- Remettre les membres au centre de la convention, non comme simples participants mais comme composantes visibles du réseau
- Affirmer l'existence d'un réseau interrégional unique Normandie-Île-de-France
- S'appuyer sur les 20 ans du pôle comme levier de projection vers l'avenir, sans faire de l'anniversaire le thème central

4.2 Objectifs de communication et de mobilisation

- Augmenter d'au moins 30% le nombre d'organisations membres représentées par rapport à l'édition 2024.
- Obtenir un taux de satisfaction globale d'au moins 90 % parmi les répondants à l'enquête post-événement.
- Obtenir qu'au moins 70% des répondants déclarent avoir noué au moins deux nouveaux contacts utiles durant la convention
- Renforcer la perception de NextMove comme réseau utile et structurant : au moins 80% des répondants devront attribuer une note de 4/5 ou plus à des affirmations du type « NextMove est un réseau utile pour mes projets » ou « cette convention renforce mon envie de rester membre ».
- Valoriser les membres, leurs solutions et leurs succès via les Awards, les prises de parole et, si possible, une exposition légère.
- Atteindre 15 k€ de sponsoring ou de recettes assimilées si la faisabilité commerciale est confirmée.
- L'objectif d'avoir au moins un représentant par structure membre constitue une ambition de mobilisation partagée entre NextMove et l'agence ; il ne s'agit pas d'une obligation de résultat imputable à l'agence seule.

5. Contraintes et paramètres à intégrer

PARAMÈTRE	CADRE 2026
DATE	Deuxième quinzaine de septembre 2026. L'agence proposera un rétroplanning crédible à partir d'un lancement de mission en avril 2026.
FORMAT	Afterwork court privilégié. Référence de travail : 18h00/22h00. Les variantes sont possibles si elles restent compatibles avec cet esprit de simplicité et de convivialité.
JAUGE CIBLE	Environ 300 participants. Les réponses pourront indiquer si un lieu ou un scénario permet d'aller au-delà sans dégrader l'expérience.
LOCALISATION	Lieu « frontière » entre Normandie et Île-de-France. Le lieu devra être accessible, disposer d'un parking suffisant et rester cohérent avec le contexte économique.
PUBLICS	Membres de tous collèges, financeurs, partenaires, quelques prospects ciblés et relais de visibilité.
MODÈLE ÉCONOMIQUE	Convention gratuite pour les membres. L'agence doit explorer des options réalistes de sponsoring et/ou de stands « light » payants.
PROGRAMME	Maintien des NextMove Awards. Vidéo des 20 ans fortement souhaitée. Animateur ou animatrice à prévoir. Un keynote inspirant sur un sujet large peut être proposé, mais le budget doit rester maîtrisé.
MOBILISATION	La mobilisation des membres sera plus difficile qu'auparavant. Les nouveaux collaborateurs de NextMove connaissent encore imparfaitement la base membres. Les propositions doivent donc rester simples à exécuter et sobres en charge interne.
ESPRIT RECHERCHÉ	Convivialité, fluidité, sentiment d'appartenance, qualité des rencontres. Éviter les dispositifs trop lourds, gadgetisés ou surprogrammés.

6. Format et scénarios attendus

La réponse agence devra obligatoirement s'inscrire dans un scénario principal d'événement unique, à la frontière de la Normandie et de l'Île-de-France.

6.1 Base de travail

- Format afterwork privilégié 17h-18h/22h environ
- Temps d'accueil et de reconnexion du réseau
- Prises de parole courtes et resserrées
- Mise en valeur des 20 ans via une vidéo et/ou un dispositif scénographique léger
- Séquence « Awards » 2026 – [2 awards](#) (parmi les membres figurant au [book success stories](#) 2026)
- Cocktail dînatoire et temps réseau fortement valorisé avec animation

6.2 Points à explorer dans les réponses

- Expo agile ou stands light de membres, simples à produire et à exploiter
- Option de dîner carrousel ou tables tournantes si l'agence estime le dispositif réaliste et utile pour le networking
- Animation musicale légère éventuellement (esprit « easy listening », jazzy...)
- Offre de sponsoring et visibilité partenaires
- Dispositif de mises en relation soutenu mais non bureaucratique
- Alternatives crédibles au schéma classique « longue plénière + cocktail libre »

7. Périmètre de mission attendu de l'agence

Le pôle attend une agence capable d'intervenir à la fois sur le fond, la méthode et l'exécution. Le périmètre attendu est le suivant :

- **Conseil stratégique et fil rouge** - reformulation du concept, du titre éventuel de l'événement, des messages clés et du déroulé général.
- **Recherche lieu** - identification de 2 à 4 lieux pertinents, visite ou préqualification technique, recommandation argumentée.
- **Direction de projet** - rétroplanning, organisation des réunions, comptes rendus, coordination globale et suivi du budget.
- **Logistique et technique** - coordination des prestataires, cahiers des charges, conducteur, besoins scène/son/lumière/vidéo, coordination du montage et du démontage.
- **Programme et animation** - propositions d'animation, préparation des séquences officielles, coordination d'un animateur ou d'une animatrice, appui sur les Awards.
- **Habillage et supports** - identité événementielle, signalétique, supports d'invitation, supports de projection, éléments de scénographie légère.
- **Mobilisation et communication** - a minima proposition de plan de communication, wording d'invitation et outils de promotion ; la gestion opérationnelle des emailings pourra être réalisée par NextMove, sauf option contraire explicitement chiffrée.
- **Sponsoring et exposition** - proposition d'une offre simple, exploitable et compatible avec le format court.
- **Jour J** – présence sur site, coordination des intervenants et des prestataires, supervision accueil/flux/temps forts.
- **Post-événement** – réunion bilan, éléments de débrief et recommandations.

8. Ce qui reste du ressort de NextMove

- Validation finale du concept, du lieu, du budget et du programme
- Pilotage de la relation avec la gouvernance, la DG et les financeurs
- Sélection finale des membres exposants ou lauréats
- Gestion de la base contacts et validation des invitations
- Arbitrages de fond sur les prises de parole institutionnelles
- Mise à disposition des contenus de fond nécessaires à la vidéo 20 ans et aux Awards.

9. Contenu attendu de la réponse des agences

Afin de faciliter la comparaison, les agences sont invitées à structurer leur réponse comme suit :

- Une note de compréhension du brief et des enjeux 2026
- Une présentation courte de l'agence, de l'équipe projet et de ses références pertinentes
- Une recommandation de concept / fil rouge, avec un scénario principal et, si besoin, une variante
- Un déroulé détaillé de l'événement
- Des recommandations de lieux, avec avantages, points de vigilance et ordre de grandeur budgétaire
- Une proposition de périmètre d'intervention détaillant ce qui est inclus, optionnel et exclu
- Une approche budgétaire distinguant clairement honoraires, production, technique, restauration, animation, vidéo et options
- Une proposition de dispositif sponsoring / exposition légère
- Un rétroplanning prévisionnel
- Les CV ou profils des interlocuteurs clés
- Des références comparables récentes, notamment sur des conventions, conférences, assemblées générales, événements B2B de réseau ou événements institutionnels

10. Modalités de réponse proposées

Le calendrier ci-dessous est proposé pour permettre une consultation rapide mais exploitable.

ÉTAPE	DATE PROPOSÉE
Envoi du cahier des charges	24 mars 2026
Date limite pour questions	3 avril 2026
Retour éventuel consolidé aux agences	6 avril 2026
Remise des offres	10 avril 2026 - 18h00
Auditions / échanges complémentaires	semaine du 13 avril 2026
Choix de l'agence retenue	au plus tard le 17 avril 2026
Réunion de lancement – Kick Off	semaine du 20 avril 2026

Modalités pratiques

- Réponse par email à **Eric Bégin** avec copie, **Gladys Samain**, de la chargée de communication événementielle eric.begin@nextmove.fr + gladys.samain@nextmove.fr
- Format conseillé : 1 fichier PDF principal, éventuellement complété d'annexes ou d'un budget Excel
- Validité de l'offre souhaitée : 60 jours minimum
- Les agences peuvent demander un échange de clarification court avant remise de leur offre
- NextMove se réserve la possibilité d'échanger avec une ou plusieurs agences après remise des offres pour préciser ou challenger certains points

11. Budget indicatif

À ce stade, l'enveloppe de référence à communiquer aux agences peut être formulée ainsi :

- Budget cible global : ordre de grandeur de 60 k€ HT max. tout compris, options comprises uniquement si clairement isolées
- L'agence devra distinguer ses honoraires de coordination/conception du budget de production de l'événement
- Les recettes éventuelles issues du sponsoring ou de la vente de stands light ne doivent pas masquer les coûts réels : elles seront présentées séparément
- Le budget devra rester compatible avec un format sobre, crédible et qualitatif, sans surenchère inutile

12. Critères de sélection

CRITÈRE	ATTENDUS PRINCIPAUX
Compréhension du brief et pertinence stratégique	Qualité de lecture du contexte, justesse des enjeux, adéquation aux objectifs du pôle.
Créativité du format et qualité de l'expérience réseau	Capacité à proposer un format convivial, simple, mobilisateur et différent sans tomber dans le gadget.
Références similaires et connaissance de l'univers B2B / réseau	Conventions, conférences, assemblées générales, événements corporate ou institutionnels comparables.
Méthodologie, moyens humains et pilotage	Équipe dédiée, rigueur, calendrier, coordination, capacité à tenir les délais.
Maîtrise logistique et technique	Capacité à sécuriser lieu, flux, parking, scénographie, technique et confort participant.
Mobilisation, communication et inscriptions	Pertinence des outils proposés pour faire venir et relancer les publics.
Sponsoring, stands light et modèles de recettes	Réalisme commercial et simplicité d'exploitation.
Capacité à proposer un animateur / speaker / séquences de prise de parole crédibles	Adéquation aux contraintes de budget et d'image.
Implantation territoriale et compréhension Normandie / Île-de-France	Ancrage local ou vraie capacité d'intervention sur les deux territoires.
Prix et lisibilité budgétaire	Clarté de l'offre, cohérence coûts/prestations, identification des options.