Laboratoire
d'Intelligence
Collective &
Artificielle

LICA x Fédération des Scop et Scic de la Communication

19 mars 2026

Atelier IA & Marchés Publics

L’équipe du jour

Marlène Hamayon

Resp. formation intelligence artificielle éthique au LICA

Formatrice IA & facilitatrice en intelligence collective

IA Éthique

Accompagner les organisations dans **une appropriation responsable de l'IA**

Au croisement du cabinet de conseil, de l'organisme de formation et du laboratoire de recherche-action, le LICA agit depuis 8 ans en faveur d'une utilisation frugale, efficiente et responsable de l'IA dans les organisations publiques et privées.

Nos expertises

- Comprendre les enjeux
- Maîtriser les outils
- Cadrer les usages

Nos outils

- Facilitation
- Formation
- Accompagnement
- Design
- Intelligence collective

IA Éthique

Collaborer avec le LICA sur l'IA éthique

Facilitation

Faciliter des temps collectifs

Animer des ateliers thématiques

Organiser et modérer des conférences

Formation

Comprendre le fonctionnement de l'IA

Identifier les enjeux éthiques de l'IA

Connaître et bien utiliser les outils d'IA

Accompagnement

Anticiper les changements

Aligner et cadrer les usages

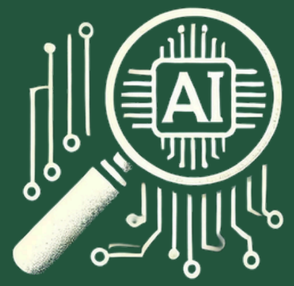
Définir une stratégie IA responsable

Approche

- Design thinking
- Intelligence collective
- Ethics by design

Quel profil reflète le mieux votre approche de l'IA générative ?

1. Prudent réfléchi



2. Curieux en veille

3. Apprenti-bricoleur

4. Aventurier créatif

5. Visionnaire techno

LICA - Laboratoire d'Intelligence Collective et Artificielle & soin Tiers-Lab des Transitions| 15 bd Leglize - Marseille 4e

Déroulé

IA & Marchés Publics

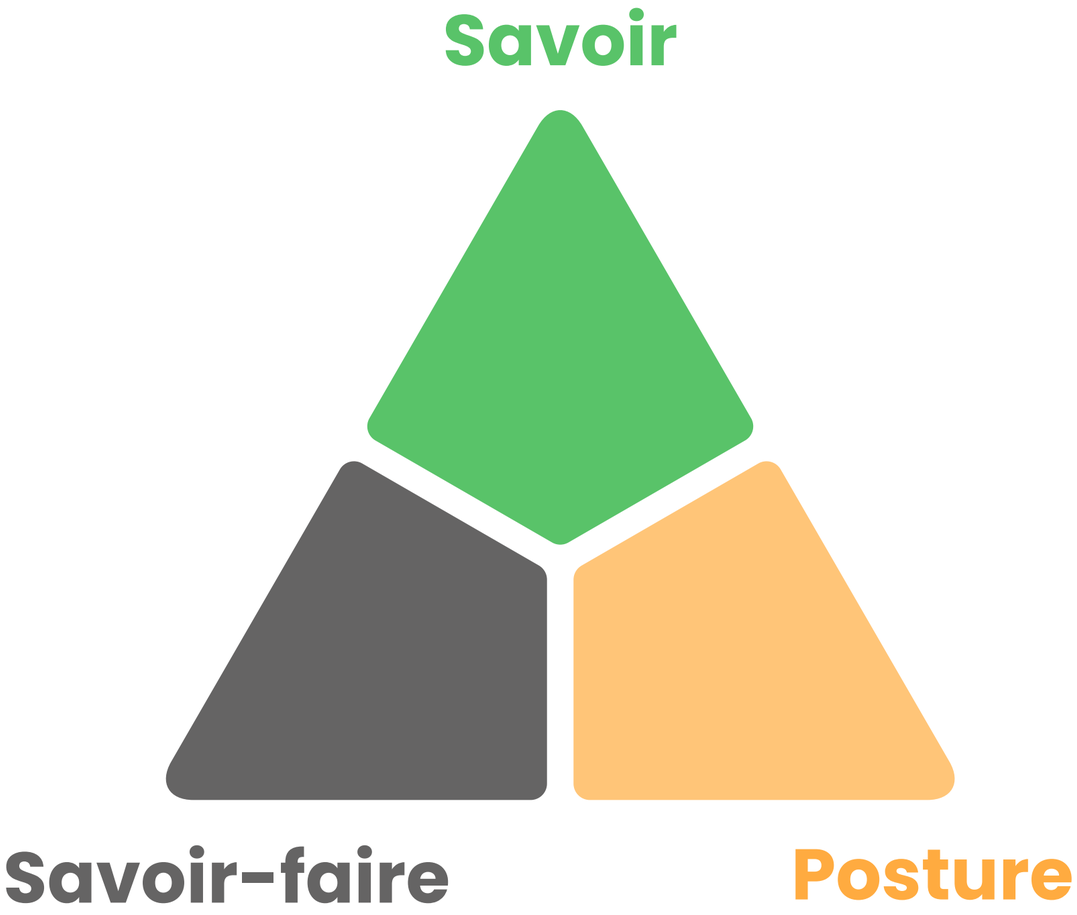
- En bref : l'IA générative et ses limites
- Répondre à un marché public en s'outillant de l'IA aux bons endroits
- Ethique et posture de collaboration avec l'IA

Ce qu'on n'aura pas l'occasion de voir aujourd'hui

- Creuser tous les types de marchés publics
- Aborder les bons choix/pratiques IA
- Creuser tous les enjeux éthiques
- Intégrer l'IA dans son organisation

not today

Les bases pour utiliser l'IA en conscience



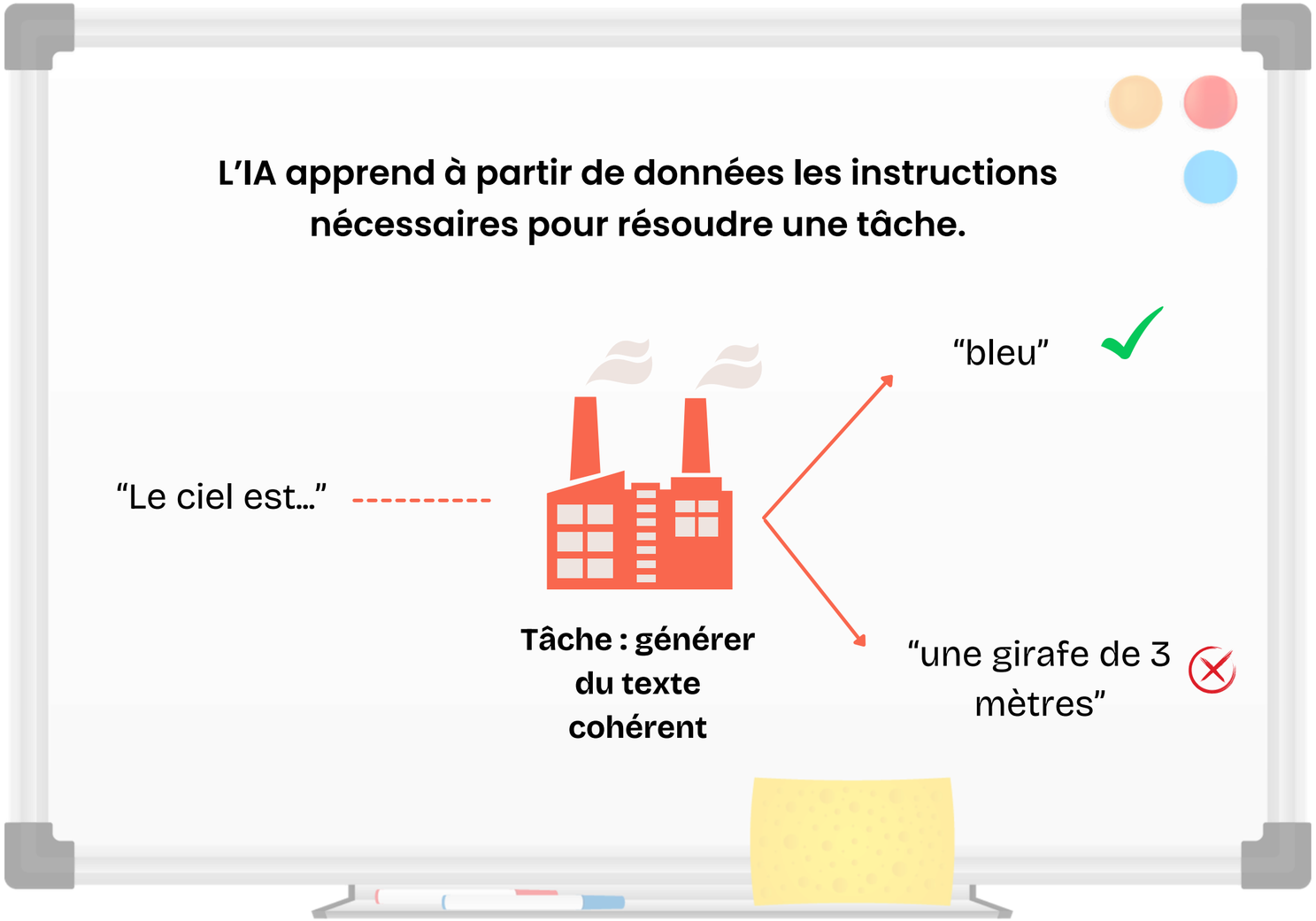
1

Fonctionnement et limites de l'IA

Comment fonctionne l'IA générative ?

Machine Learning

Technologie qui permet de résoudre une tâche, sans être explicitement programmé à cet effet, par l'apprentissage à partir de données.

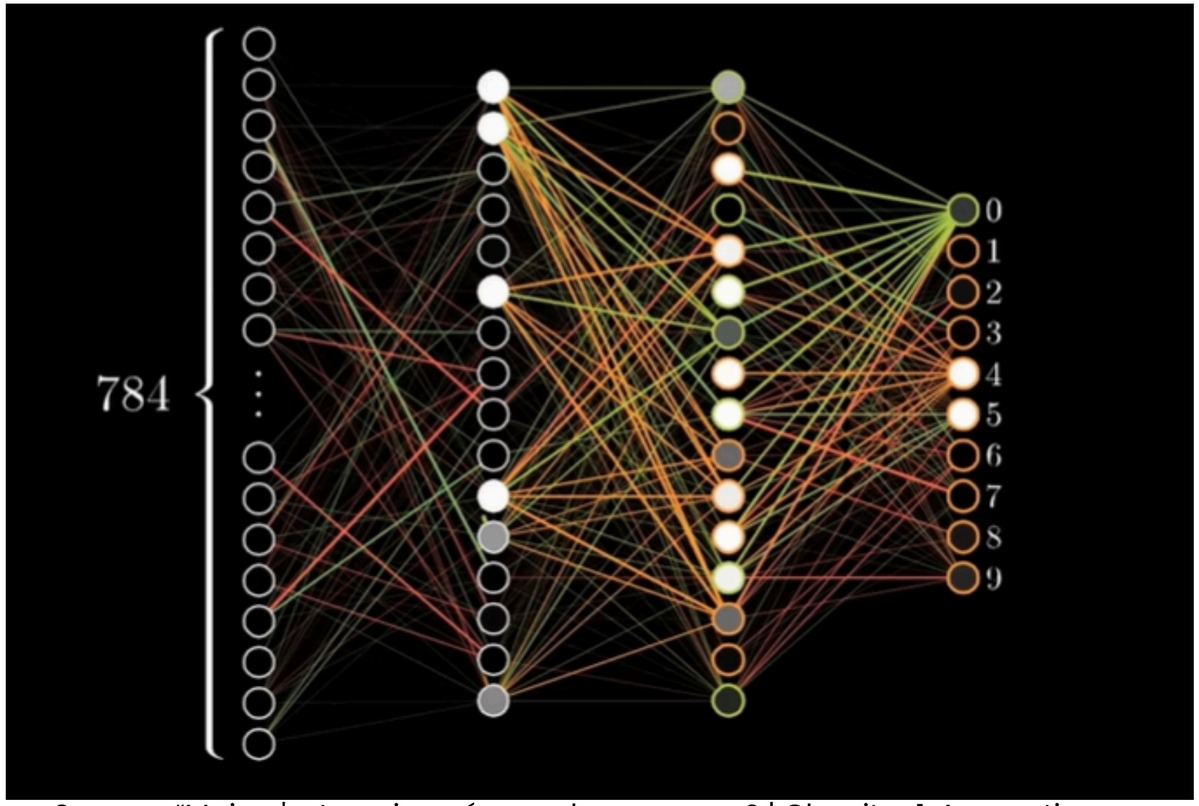


LICA - Laboratoire d'Intelligence Collective et Artificielle & soin Tiers-Lab des Transitions| 15 bd Leglize - Marseille 4e

Comment fonctionne l'IA générative ?

Deep Learning

Méthode de machine learning basée sur des réseaux de neurones artificiels.

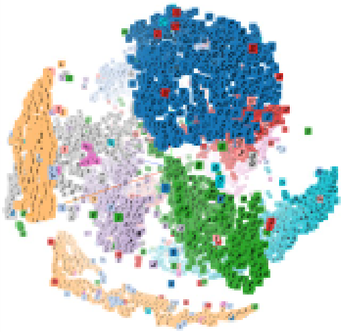


Source : "Mais, c'est quoi un réseau de neurones ? | Chapitre 1, Apprentissage profond", Chaîne 3Blue1Brown, Youtube https://www.youtube.com/watch?

Comment fonctionne l'IA générative ?

Espace latent

Carte géométrique invisible où chaque mot devient un point : plus deux concepts sont proches sémantiquement, plus leurs points sont voisins dans cet espace.



Embedding projector - visualization of high-dimensional data

Visualize high dimensional data.

tensorflow.org /

Limites éthiques & intrinsèques à l'IA

- Biais et discrimination
- Confidentialité et vie privée
- Empreinte environnementale
- Propriété intellectuelle et transparence
- Hallucinations et fake news

2

Art du prompt

LICA - Laboratoire d'Intelligence Collective et Artificielle & soin Tiers-Lab des Transitions | 15 bd Leglize - Marseille 4e

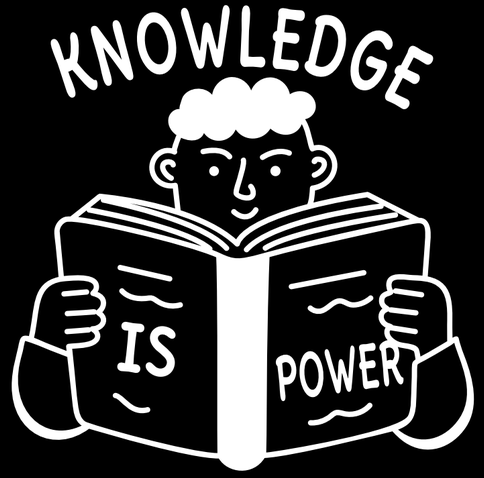
L’importance du prompting

L’IA :

- donne des résultats “probables”
- invente pour combler le “vide”
- respecte ce qu'on lui demande… à peu près
- aura toujours tendance à aller dans votre sens

Un bon prompt ?

C’est l’incarnation de mon expertise,
mise en mots pour guider l’IA vers mon besoin.



La méthode pour prompter … pour du texte

Objectif

Qu'attendez-vous du LLM ?

La tâche spécifique que le LLM doit réaliser.

+

Contexte

Pourquoi en avez-vous besoin, dans quel cadre et qui est concerné ?

Informations essentielles pour comprendre la situation ou le problème.

+

Contrainte

Comment le LLM doit-il vous répondre pour satisfaire pleinement la demande ?

Longueur du texte, style, vocabulaire, ton.

+

Sources

Quelles informations ou quels exemples voulez-vous que le LLM utilise ?

Web, fichier, copié-collé…

Application

Écris une stratégie de communication pour lancer une nouvelle application qui cache les pubs.

Agis comme Directeur de Création d'une agence disruptive. Développe une stratégie de lancement pour 'Silencio', une app AR masquant les pubs urbaines.
Cible : Urbains 25-40 ans, anti-surconsommation.
Enjeu : Transformer l'hostilité des annonceurs en buzz médiatique.
Livrables : 1 Slogan choc, 3 idées de guerrilla marketing à Paris, 1 paragraphe de réponse aux menaces juridiques.
Ton : Provocateur, intelligent, militant.

Objectif | **Contexte** | **Attentes** | **Sources**

3

En pratique : répondre à un marché public avec l'IA générative

CLIQUEZ SUR UNE CATÉGORIE POUR DÉCOUVRIR LE DÉTAIL

Différentes formes de réponses à marchés publics

10 slides de présentation de l'agence et 4 références

Office 64 de l'Habitat

Office 64 · Stratégie · Création

Lettre de candidature (mandataires...)

CROUS Bordeaux

Vidéo · Photo · Production

Gros cas pratique (note stratégique, 2 pistes créa distinctes + déclinaisons, méthodo, KPI, budget)

ARS Île-de-France

Stratégie · Création · Déploiement

Mémoire technique

SYDEC + GHT Dordogne

Stratégie · Production · Impressions · Digital & Événementiel

© 2025 — Présentation interactive

Répondre à un marché public avec l'IA ?

Où et pourquoi utiliser l'IA dans une réponse à marché public ?

Priorité aux types de réponses où l'IA a le plus de valeur ajoutée et me fait gagner du temps : la rédaction.

Le process de réponse à un marché public

0 Prise de connaissance du marché et jugement de sa pertinence

1 Consultations internes, et choix du go / no go

2 RDV avec les partenaires éventuels, brief du marché public et validation + création d'un dossier partagé

3 Lecture complète des pièces du marché

4 Checklist des pièces, liste de questions et dépôt des questions sur la plateforme

5 Collecte des pièces administratives

6 Récupération du contenu, collecte des informations en vue de réaliser le mémoire technique (anciens marchés publics, compte-rendu de missions, présentations, etc.)

7 Rédaction sur la base des informations et des critères du cahier des charges

8 Relecture, amélioration de la rédaction

9 Filtre orthographe et mise en forme

10 Envoi aux partenaires pour relecture globale et dernières modifications

Dépôt

LICA - Laboratoire d'Intelligence Collective et Artificielle & soin Tiers-Lab des Transitions| 15 bd Leglize - Marseille 4e

L'IA dans la réponse à un marché public

0 *Intervention de l'IA*

0 *Intervention humaine*

0 Prise de connaissance du marché public et jugement de sa pertinence

1 Consultations internes, et choix du go / no go

2 RDV avec les partenaires éventuels, brief du marché public et validation + création d'un dossier partagé

3 Lecture complète des pièces du marché

4 Checklist des pièces, liste de questions et dépôt des questions sur la plateforme

5 Collecte des pièces administratives

6 Récupération du contenu, collecte des informations en vue de réaliser le mémoire technique (anciens marchés publics, compte-rendu de missions, présentations, etc.)

7 Rédaction sur la base des informations et des critères du cahier des charges

8 Relecture, amélioration de la rédaction

BONUS Relecture analytique et d'éval. de la pertinence

9 Filtre orthographe et mise en forme

10 Envoi aux partenaires pour relecture globale et dernières modifications

Dépôt

LICA - Laboratoire d'Intelligence Collective et Artificielle & soin Tiers-Lab des Transitions| 15 bd Leglize - Marseille 4e

Rappels éthiques

- **L'IA ne rédige pas le mémoire à votre place** (risque de hors-sujet et de style générique).
- **Ne jamais envoyer de données sensibles** (noms propres, stratégies internes confidentielles, chiffres d'affaires précis) dans un outil d'IA *grand public en version gratuite*. **Anonymiser** les infos personnelles.
- **Toujours relire très attentivement** (à plusieurs si possible) et challenger le contenu produit.
- **Privilégier des outils IA souverains et “éthiques”**.

4

Exercice

Ô LACS

COMMUNICATION

SCOP — Société Coopérative et Participative

Communiquer, c'est s'engager.

Agence de communication globale ancrée à Annecy, Ô Lacs accompagne territoires, institutions et entreprises avec une approche 360° — de la stratégie à la production technique.

Annecy (74) — antenne Toulouse

www.olacs-communication.fr

contact@olacs-com.fr | 04 50 12 34 56

Stratégie & Conseil

Audit, plateforme de marque, plan de communication, RSE

Création Graphique & Web

Charte graphique, print, sites institutionnels, social media

Audiovisuel & Production

Vidéo 4K, drones, motion design, live streaming — 100% en interne

12	360°	2018	RSE ✓
salariés associés	Stratégie → Production	Fondée à Annecy	Démarche certifiée

01 **1 personne = 1 voix** *Gouvernance démocratique*

02 **Engagement durable** *Projets de long terme*

03 **Ancrage territorial AURA** *Connaissance des territoires*

04 **Production 100% interne** *Zéro sous-traitance technique*

Auvergne-Rhône-Alpes

Mise en situation

Votre agence, Ô Lacs Communication (Annecy) est informée de l'ouverture du marché public pour le GHT Dordogne. Cela correspond tout à fait aux types de presta que nous sommes en mesure de proposer.

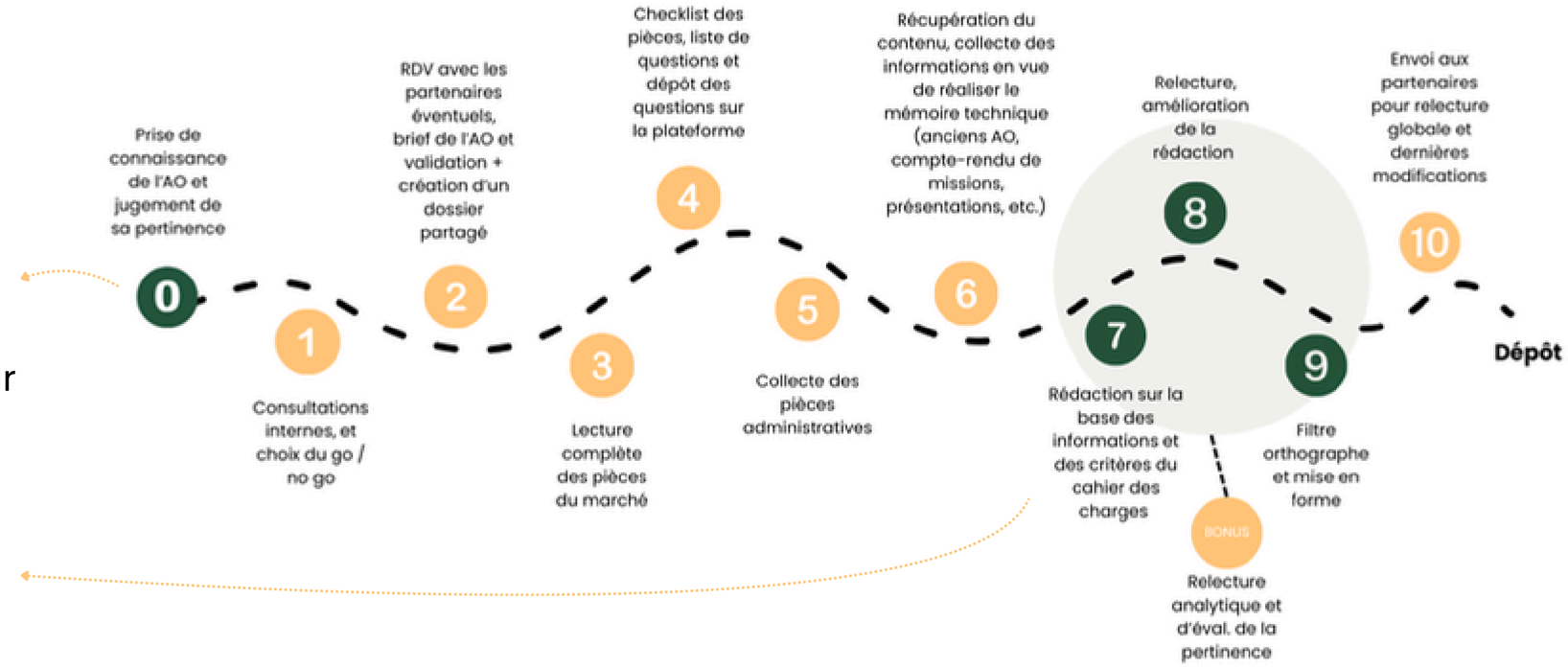
Pas-à-pas, nous allons :

ETAPE 0

- A partir d'une checklist, **lire dans les grandes lignes** les documents importants du marché, pour évaluer si les prestations valent le coup.
- Si ok, **demander à l'IA de scanner les risques et de faire un brief** pour l'équipe afin de décider ensemble du GO/NO GO.

7 - 8 - 9

- Si GO, avec l'IA, **on structure puis on rédige le mémoire technique.**



Fil rouge du jour

GHT Groupement Hospitalier de Territoire - DORDOGNE

Lot 1 – Sarlat : des soins gynécologiques et périnataux à valoriser

L'hôpital de Sarlat propose des soins complets en gynécologie et suivi de grossesse, mais les habitants du territoire ne le savent pas assez et vont consulter ailleurs. Pourtant, un programme innovant appelé "Koala" offre aux jeunes mamans un suivi personnalisé à domicile, 7j/7, après l'accouchement. L'hôpital manque aussi de professionnels de santé pour faire tourner ces services. L'enjeu de ce lot est donc double : informer les femmes du territoire sur les soins disponibles près de chez elles, et rendre l'établissement plus attractif pour les professionnels de santé.

Prestations demandées :

- **Stratégie** de communication adaptée au territoire du Périgord Noir.
- **Supports print** Kakémonos, affiches, supports pédagogiques pour cabinets libéraux et mairies.
- **Digital** Templates d'emailing et newsletters, pages web dédiées, campagne réseaux sociaux
- **Vidéo** Une courte vidéo motion design + des vidéos de témoignages.
- **Événementiel** Organisation d'une "Journée Périnatalité" à Sarlat.

Fil rouge du jour

GHT Groupement Hospitalier de Territoire - DORDOGNE

Lot 2 – Dordogne : attirer des médecins urgentistes

Les urgences des trois hôpitaux de Dordogne manquent de médecins, ce qui provoque des fermetures temporaires de services et met sous pression les équipes en place. Pour y remédier, les trois établissements ont créé un pôle commun qui permet de mieux répartir la charge de travail et d'offrir des conditions d'exercice plus flexibles. Malgré ces améliorations concrètes, le territoire peine à recruter car cette nouvelle organisation reste méconnue des médecins urgentistes. L'objectif est donc de lancer une campagne de recrutement ciblée, en montrant qu'exercer aux urgences en Dordogne est aujourd'hui un vrai choix de carrière, dans un cadre de vie agréable.

Prestations demandées :

- **Stratégie** différenciante, avec une ligne éditoriale en lien avec What's Up Doc.
- **Supports print et digital** Brochure de présentation, infographies, affiches et flyers, guide d'intégration.
- **Digital** Pages web dédiées sur les 3 sites hospitaliers, campagnes RS, emailing
- **Vidéo** Capsules vidéos de témoignages d'urgentistes.
- **Événementiel** Webinaires, participation à des congrès médicaux, collaboration avec les CHU de Bordeaux et Limoges.

Etape 0 - brief assisté par IA

PRÉ-SÉLECTION HUMAINE DU MARCHÉ PUBLIC

Checklist - lecture rapide des documents pour chercher les éléments utiles à faire une première présélection du marché public ET se familiariser avec :

- Objet exact et Lot(s) concerné(s) - CCTP
- Attendus du marché - CCTP
- Budget et Durée - Rien (BPU vides)
- Lieu(x) d'exécution et contrainte de mobilité implicite - RC page 8
- Modalités et deadline pour la candidature - RC page 8

=> Quels documents ? pour notre cas : ce sont les CCTP et RC qui apportent ces infos !

=> Verdict : marché pertinent pour nous ?

Etape 0

ADAPTATION DU PROMPT ET DES SOURCES NÉCESSAIRES

Agis comme un expert senior en marchés publics et en stratégie d'agence de communication/audiovisuel.
Ton objectif est de réaliser un brief sur le marché public [NOM DU MARCHE] en analysant les [CCTP / LE BPU / LE RC] de ce marché pour déterminer la pertinence stratégique pour mon agence.
Ce brief sera un outil permettant à l'équipe d'évaluer elle-même un go / no go pour ce marché.

CONTEXTE DE MON AGENCE :
- Nom : [NOM DE L'AGENCE]
- Statut/Structure : [EX: SCOP, SARL, Freelance, Grand Groupe]
- Localisation : [VILLE/RÉGION] (Distance par rapport au lieu d'exécution : [PRÉCISER SI LOIN])
- Effectif : [NOMBRE] personnes
- Expertise clé : [EX: Production vidéo événementielle, Stratégie digitale, Print]
- Contrainte majeure : [EX: Budget déplacement limité, Délais de validation courts, Besoin de sous-traitance]

CONTEXTE DU MARCHÉ :
Le marché traite de [SUJET].
Mon agence souhaite répondre [A TEL LOT].

SOURCES :
- Descriptif de mon agence
- Le CCTP du marché public
- Le BPU [SI INDICATIONS DE QUANTITÉS ET PRIX ATTENDUS DEDANS]
- Le RC [DANS LE CAS OÙ IL MANQUE DES INFOS DANS LE CCTP]

TÂCHES À RÉALISER :
1. RÉSUMÉ MARCHÉ PUBLIC
D'abord, produis un résumé rapide sur ce marché, pour partager à l'équipe en parties strictes :
- Objet exact et Lot(s) concerné(s)
- Résumé en 3 lignes des attendus du marché
- Budget et Durée
- Lieu(x) d'exécution et contrainte de mobilité implicite
- Candidature : mémoire technique attendu ou non ? autres formats ? deadline de dépôt de la candidature

2. ANALYSE DES RISQUES
Cite les faiblesses de ma structure par rapport à ce marché.
Quels sont mes axes de différenciation et ma plue-value ? Mes risques et faiblesses ?
Donne-moi des arguments pour minimiser mes faiblesses ou les transformer en force dans le mémoire technique.

3. AVIS CONSULTATIF
Emet une recommandation uniquement consultative de :
- GO
- GO SOUS CONDITIONS
- NO-GO

Justifie en 2 phrases max.
C'est uniquement l'équipe de l'agence qui tranchera.
Format de sortie : Utilise des titres clairs, des listes à puces et du gras pour les chiffres/clauses critiques. Sois direct et sans langue de bois.

Objectif **Contexte** **Attentes** **Sources**

Etapes 7 - 8 - 9 rédaction assistée par IA

"Ca y est, le Go a été donné par l'équipe. Les étapes 1 à 6 ont eu lieu, grâce auxquelles on a rassemblé plein d'informations : les références utiles et leurs devis, des présentations...
Maintenant, comment structurer la réponse pour prouver qu'on est pertinent et qu'on a compris les contraintes ?"

Etapes 7 - 8 - 9 rédaction assistée par IA

TÂCHE À RÉALISER :

1. PLAN STRUCTURE DU MÉMOIRE TECHNIQUE
D'abord, crée le plan du mémoire technique d'après la structure attendue et décrite dans le cahier des charges pour répondre aux critères énoncés.

2. RÉDACTION
Après validation, rédige le mémoire technique complet, structuré et argumenté en réponse au marché public.

Le texte doit répondre point par point aux exigences du cahier des charges, valoriser l'expertise de la structure, présenter une méthodologie crédible et démontrer la capacité à réaliser la prestation dans les délais et avec un haut niveau de qualité.
J'attends un texte clair, professionnel, précis et opérationnel, directement intégrable dans un dossier de réponse.
Il doit mettre en avant les points forts suivants de [NOM DE L'AGENCE] : [POINTS FORTS].
Il doit minimiser les points faibles suivants : [POINTS FAIBLES].

SOURCES :
Pour ces 2 tâches, appuie-toi exclusivement sur :
– le cahier des charges et documents du marché public fournis (dont règlement de consultation) ;
– les informations sur les activités et les méthodes de [NOM DE L'AGENCE] décrits dans les documents fournis ;
– les références professionnelles pertinentes uniquement si elles sont utiles à la crédibilité du propos (devis, plaquettes,...)

Objectif **Contexte** **Attentes** **Sources**

LICA - Laboratoire d'Intelligence Collective et Artificielle & soin Tiers-Lab des Transitions| 15 bd Leglize - Marseille 4e

L'écosystème des LLM

MISTRAL AI_

LeChat
by Mistral AI

Lumo
by Proton

ChatGPT
by OpenAI

Meta AI

Llama
by Meta

Euria
By Infomaniak

Mammouth AI

Gemini

by Google

Claude

by Anthropic

Grok

by xai (Elon Musk)

Copilot
by Microsoft

Qwen

Modèle Qwen 2.5
by Alibaba

deepseek

by Deepseek

LICA – Laboratoire d'Intelligence Collective et Artificielle & soin Tiers-Lab des Transitions

5

Les gardes-fous

Les bonnes pratiques éthiques

Bien cibler ses usages

Tâches stratégiques et vraiment utiles : ai-je vraiment besoin d'IA pour cette tâche ?

Limiter les excès

S'arrêter au bon moment

Choisir ses outils en conscience

Respect du RGPD ? AI Act ? engagements environnementaux ? petits modèles ?

Protéger ses données

Paramétrer ses comptes, anonymiser les données personnelles

Activer ses soft skills

Décomposer, vérifier, réfléchir, débiaiser, valider et mobiliser l'intelligence collective

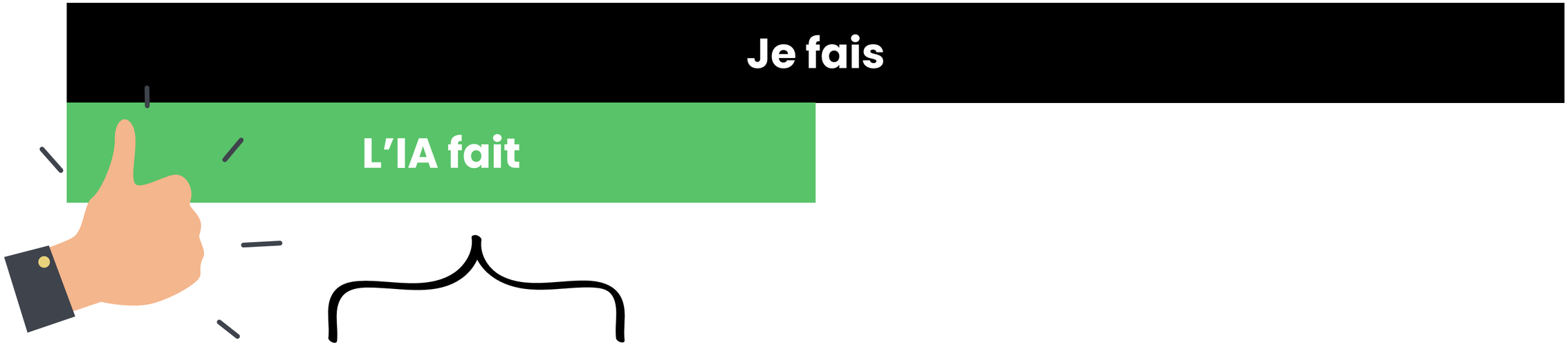
Posture

Collaborer avec l'IA générative demande à un humain.e **une bonne maîtrise de son sujet et de ses compétences**.

Je fais	L’IA fait

Risque : je délègue à l’IA des compétences que je ne maîtrise pas bien

Risque : je délègue à l'IA des compétences que je ne maîtrise pas bien

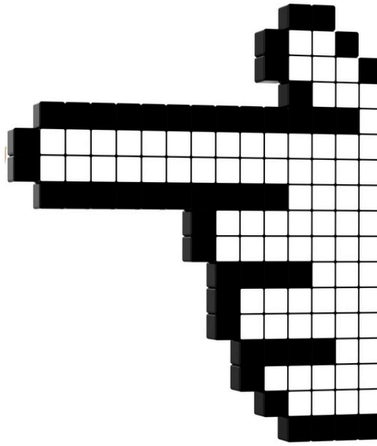


Bonne zone d'usage de l'IA = Je fais avec, je maîtrise, je supervise.

Posture de co-création avec...

Posture d'assistance par...

... l'IA.



Un grand pouvoir avec l'IA...
implique une grande responsabilité individuelle et collective

- Connaître les limites de l'IA générative
- Reconnaître ses propres terrains expertises
- Prioriser les cas d'usages de l'IA
- Mobiliser ses soft skills (esprit critique, fact checking...)
- Maîtriser... l'art du prompt !

Apprentissages

Débrief du module

Les idées clés
Les questions en suspens

Conclusion

Avant de partir

L'IA fait gagner du temps sur la structure et la première jetée, mais la valeur ajoutée de l'agence (la "patte", la relation client, la profondeur et la finesse du discours) reste 100% humaine.