

TERRES UNIVIA

APPEL D'OFFRE POUR ORGANISME D'EVALUATION

Evaluation d'une campagne de promotion en faveur des huiles européennes de colza et de tournesol en Arabie Saoudite et au Liban.

ANNONCEUR :

Terres Univia – l'interprofession des huiles et des protéines végétales

Siège social : 11 rue de Monceau, CS 60 003, 75 378 PARIS Cedex 8, France

OBJET DU MARCHÉ :

L'annonceur réalise une mise en compétition ayant pour objet l'évaluation d'une campagne de promotion en faveur des huiles de colza et tournesol européennes sur les marchés d'Arabie Saoudite et du Liban.

DURÉE DU MARCHÉ :

Trois ans (01/02/2020 – 31/01/2023).

CARACTÉRISTIQUES PRINCIPALES :

Terres Univia est l'interprofession des huiles et des protéines végétales en France, créée en 2015 de la fusion de l'UNIP et de l'ONIDOL. Terres Univia est une organisation interprofessionnelle reconnue par l'arrêté du 20 février 2015. L'organisation rassemble les principales associations et fédérations professionnelles concernées par la production, la commercialisation, la transformation et l'utilisation des oléagineux (colza, tournesol, soja, lin, olive) et des plantes riches en protéines (pois, féveroles, lupin, luzerne, légumes secs).

Terres Univia, avec l'appui d'un organisme d'exécution (agence de publicité/communication), souhaite mettre en œuvre sur 3 ans (01/02/2020 – 31/01/2023) un programme de promotion agricole cofinancé par l'Union européenne. Le projet sera déposé auprès de l'Union européenne en avril 2019 et les résultats sont attendus pour octobre 2019.

Ce programme de promotion est mis en œuvre sur les marchés de l'Arabie Saoudite et du Liban.

Il s'agit d'un programme B2C. Les messages sur le produit « huiles » seront centrés sur les consommateurs et les prescripteurs.

Le programme de promotion vise :

- A augmenter les ventes des huiles dans les pays ciblés et donc augmenter la part de marché des entreprises de l'UE,
- A augmenter le niveau de connaissances des consommateurs sur les huiles végétales.

En application des réglementations européennes, le programme de promotion doit être évalué par un organisme d'exécution indépendant, afin de garantir le respect des budgets annoncés et la bonne affectation des fonds. L'organisme sélectionné devra prendre en compte les indicateurs de réalisation, de résultat et d'impact pour chaque action prévue. Le présent appel d'offre concerne la réalisation de 3 rapports d'évaluation (un rapport à la fin de chaque année d'exécution du programme), ainsi qu'un rapport final faisant la synthèse des trois années du programme, et l'atteinte globale des objectifs par rapport à l'état des lieux au début de la campagne de promotion.

Le programme de promotion devrait prendre fin le 31/01/2023, date après laquelle les coûts seront définitifs et l'évaluation finale du programme pourra être mise en œuvre.

DATE LIMITE ET LIEU DE RÉCEPTION DES CANDIDATURES :

22 mars 2019 à 12h, cachet de la poste faisant foi.

Les candidatures seront transmises en recommandé avec accusé de réception ou déposées contre remise d'un accusé de réception à :

A l'attention de Céline LE GUILLOU
Terres Univia
CS 60 003
11 rue de Monceau
75378 Paris Cedex 8
France

Il est obligatoire d'également envoyer une version digitale à l'adresse c.leguillou@terresunivia.fr pour la même date limite qu'indiquée ci-dessus.

Tout dossier de candidature envoyé après cette date (par courrier simple, par courrier avec AR, par chrono, par coursier ou par tout autre moyen) ne sera pas pris en compte par les annonceurs. L'agence devra s'assurer du bon envoi du dossier de candidature avant cette date limite.

CONDITIONS DE LA COMPÉTITION :

1. Cette mise en compétition concerne un programme de promotion agricole cofinancé par l'Union européenne. L'attribution du cofinancement sera confirmée en octobre 2019, et sous réserve de la signature d'une Convention avec FranceAgriMer début 2020.

2. Les agences souhaitant proposer leur candidature doivent impérativement disposer d'un interlocuteur francophone. Tout échange par la suite avec FranceAgriMer se faisant en français.

3. Le dossier de candidature devra comporter les éléments suivants :

- Une présentation de la méthodologie pour l'évaluation
- Un devis, présenté en euros TTC, respectant le cadre budgétaire imparti

4. Si l'agence estime gérer un budget d'un opérateur du même secteur ou d'un secteur ou d'un organisme pouvant présenter un conflit d'intérêt, un accord préalable autorisant l'agence à concourir devra être donné par l'annonceur. Au cas où l'agence serait retenue, un accord préalable sera également nécessaire avant d'accepter un budget

pour un opérateur du même secteur ou d'un secteur ou d'un organisme pouvant présenter un conflit d'intérêt.

5. Les créations de l'agence retenue sont, après rémunération du travail effectué, propriété des annonceurs, sans limitation de temps et de lieu, et pour l'utilisation à travers toute technique de communication et tout média.

6. Les annonceurs se réservent le droit d'utiliser les concepts et les créations (visuels, logos, slogan, nom de domaine), dans le cadre de toutes ses campagnes et de ses structures collectives sans limitation de durée.

7. L'objet du présent appel d'offre est l'évaluation de la campagne. Ce budget inclut les honoraires et s'élève à un total de 35.000 € TTC au total sur trois ans :

Le budget est réparti de la façon suivante :

– Année 1 (01/02/2020 – 31/01/2021): 10 000 € TTC

-Préparation du rapport intermédiaire d'évaluation couvrant la 1^{ère} année du programme : 10.000€

– Année 2 (01/02/2021 – 31/01/2022) : 10 000 € TTC

-Préparation du rapport intermédiaire d'évaluation couvrant la 2^e année du programme : 10.000€

– Année 3 (01/02/2022 – 31/01/2023) : 15 000 € TTC

-Préparation du rapport intermédiaire d'évaluation couvrant la 3^e année du programme et consolidation des 3 rapports intermédiaires dans un rapport final d'évaluation *ex post* de la campagne de promotion (couvrant les 3 années de mise en œuvre): 15.000€

Le montant des honoraires couvre la rémunération de la réflexion, de la création, la mise en œuvre de la campagne et le suivi administratif ainsi que l'ensemble des autres prestations demandées à l'agence dont les évolutions éventuelles demandées par les annonceurs.

8. L'agence sélectionnée au terme de la présente mise en concurrence devra donc, à la fin de chacune des 3 années, mais aussi globalement sur la totalité de la campagne au terme de la 3^e année, évaluer le bon respect des coûts annoncés et l'impact du programme de promotion tenant compte d'indicateurs prédéfinis de réalisation, de résultat et d'impact à mettre en lien avec les objectifs de base du programme de promotion, pour chacune des actions du programme.

-Indicateurs de réalisation : bonne exécution des actions prévues (événements presse, site internet et médias sociaux, ...)

-Indicateurs de résultat : mesure de l'étendue réelle des actions (lectorat des supports écrits, visites sur les supports web, nombre de participants aux événements organisés,...)

-Indicateurs d'impact : évaluation des répercussions concrètes et tangibles, variables selon le degré de ciblage de l'action et la technicité du public cible

9. L'agence fera l'objet d'un contrat.

JUSTIFICATIONS OBLIGATOIRES À PRODUIRE PAR LES CANDIDATS :

Pièces à fournir en français

- Une lettre de candidature datée et signée acceptant les conditions de la compétition mentionnées ci-dessus.
- Une déclaration sur l'honneur du candidat, dûment datée et signée, spécifiant la liste des budgets d'opérateur du même secteur et /ou d'un secteur ou organisme pouvant présenter un conflit d'intérêt avec les filières colza/tournesol sur les marchés cibles.
- Une déclaration sur l'honneur du ou des candidats (en cas de groupement), dûment datée et signée par le candidat, pour justifier :
 - a) avoir satisfait aux obligations fiscales et sociales de leur pays;
 - b) ne pas avoir fait l'objet, au cours des cinq dernières années, d'une condamnation inscrite au bulletin n° 2 du casier judiciaire pour les infractions visées aux articles L 324-9, L 324-10, L 341-6, L 125-1 et L 125-3 du code du travail ou d'une procédure équivalente régie par un droit étranger ;
 - c) ne pas être en état de liquidation judiciaire au sens de l'article L. 620-1 du code de commerce ou d'une procédure équivalente régie par un droit étranger ;
 - d) ne pas être déclaré en état de faillite personnelle, au sens de l'article L. 625-2 du code de commerce, ou d'une procédure équivalente régie par un droit étranger ;
 - e) ne pas être admis au redressement judiciaire, au sens de l'article L. 620-1 du code de commerce, ou à une procédure équivalente régie par un droit étranger, sans justifier d'une habilitation à poursuivre son activité pendant la durée prévisible d'exécution du marché.
- La liste des principales références acquises, au cours des 2 dernières années pour des opérations comparables multi pays (secteur agricole, communication collective et/ou institutionnelle) en indiquant l'objectif, le montant et la durée des prestations.
- La présentation de l'agence et de son organisation interne.
- Le nom et le niveau d'expérience du responsable chargé de la coordination de la prestation générale.

Ces éléments doivent permettre aux annonceurs de se faire une idée de la bonne adéquation entre ses besoins et l'offre de prestations des agences.

CRITÈRES DE SÉLECTION DES CANDIDATURES (SUR 100 POINTS) :

- Solidité budgétaire (chiffre d'affaire et fonds propres) 20 points
- Capacité de l'agence à convaincre de sa motivation 20 points
- Expérience en évaluation de projets européens 25 pts
- Niveau d'expérience de l'équipe dédiée au sujet 20 points
- Pertinence des références présentées 15 points

LES RENSEIGNEMENTS D'ORDRE ADMINISTRATIF ET/OU TECHNIQUE PEUVENT ÊTRE OBTENUS AUPRÈS DE :

Terres Univia, 11 rue de Monceau, 75006 Paris – Mme Céline LE GUILLOU
c.leguillou@terresunivia.fr 01 77 45 70 99.

**DATE DE LA COMMUNICATION DE LA DECISION DE L'ANNONCEUR AUX
AGENCES CANDIDATES:**

29 mars 2019.

DATE DE PUBLICATION DE L'APPEL À CANDIDATURE :

19 février 2019.