

## TERRES UNIVIA

### APPEL D'OFFRE POUR ORGANISME D'EXECUTION

# Réalisation 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 la réalisation 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) dont la sélection fait l'objet du présent appel d'offre, 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.

La plupart des actions, déléguées à l'agence de communication sélectionnée, va essentiellement concerner les aspects suivants, fortement liés entre eux :

- Aspect graphique (matériel d'annonce...)
- Aspect linguistique (traduction de documentation...)
- Aspect communicationnel (internet, médias sociaux, radio, vidéo...)
- Relations presse (conférences de presse, dossiers de presse, communiqués)

Infos marches Arabie Saoudite et Liban:

- Un marché en volume en décroissance
- De faibles parts de marché pour les entreprises européennes

Les cibles principales du programme sont:

- Les prescripteurs, notamment les journalistes et les professionnels de la santé
- Les professionnels de l'agriculture et de l'alimentation : producteurs, distributeurs
- Les décideurs publics et privés

Les cibles secondaires sont:

- Les consommateurs en général, avec une attention particulière aux couples et familles entre 30 et 49 ans avec des enfants de moins de 12 ans

Les freins à la consommation sont :

- la diabolisation du gras,
- la neutralité de goût des huiles de graines par rapport à l'huile d'olive par exemple.

Les messages principaux sont :

- les modes de production des huiles, les consommateurs étant en recherche de naturalité et de traçabilité
- les informations nutritionnelles des huiles. Les consommateurs méconnaissent les profils nutritionnels et les bénéfiques de certains acides gras et vitamines.
- les divers usages des huiles. Les consommateurs méconnaissent les différents usages des huiles selon le mode de préparation et/ou de cuisson.

Attention à :

- ne pas diaboliser les autres matières grasses comme le beurre.
- ne pas être trop commercial. Nous ne faisons pas la publicité de marques mais de produits génériques.
- ne pas pousser à la sur-consommation.

Chaque action proposée devra être présentée de manière détaillée pour chaque année du programme. L'organisme d'exécution devra prévoir des indicateurs de réalisation et de résultats pour chaque action. Par ailleurs, l'ensemble des livrables devra être communiqué/livré à Terres Univia en version modifiable libre de droit et avec la totalité des fichiers source.

Le logo « Enjoy it's from Europe » et le logo de Terres Univia devront être intégrés sur tous les livrables réalisés, ainsi que la mention « CAMPAGNE FINANCEE AVEC LE CONCOURS DE L'UNION EUROPEENNE ». Dans des plus petits caractères, la clause de non-responsabilité suivante devra également être intégrée dans les visuels : « La Commission européenne décline toute responsabilité pour l'utilisation qui peut être faite des informations contenues dans ce matériel. »

## **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](mailto: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 en français:
  - Une analyse stratégique globale de la campagne,
  - Une recommandation créative globale de la campagne,
  - Proposer un rétro planning pour la mise en œuvre de la campagne,
  - Proposer un devis détaillé par action, 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 la réalisation des activités de la campagne qui seront déléguées à l'organisme d'exécution. Ce budget inclut les honoraires et s'élève à un total de 645 000 € TTC au total sur trois ans :

– Année 1 (01/02/2020 – 31/01/2021) : 215 000 € TTC

– Année 2 (01/02/2021 – 31/01/2022) : 215 000 € TTC

– Année 3 (01/02/2022 – 31/01/2023) : 215 000 € TTC

C'est pour ces actions que l'agence doit préparer le devis détaillé (voir point 3).

Ces actions sont les suivantes :

**– Année 1 (01/02/2020 – 31/01/2021): 215 000 € TTC**

-Relations presses au quotidien, avec l'organisation de conférences de presse, communiqués de presse et dossiers presse

Budget pour l'Arabie Saoudite : 80.000€

Budget pour le Liban : 60.000€

-Animation des medias sociaux et éventuellement création d'une page si pertinent, production de contenu, modération

Budget pour l'Arabie Saoudite : 20.000€

Budget pour le Liban : 25.000€

-Stands dans des salons

Budget pour l'Arabie Saoudite : 15.000€

Budget pour le Liban : 15.000€

**– Année 2 (01/02/2021 – 31/01/2022) : 215 000 € TTC**

-Relations presses au quotidien, avec l'organisation de conférences de presse, communiqués de presse et dossiers presse

Budget pour l'Arabie Saoudite : 80.000€

Budget pour le Liban : 60.000€

-Animation des medias sociaux et production de contenu, modération

Budget pour l'Arabie Saoudite : 20.000€

Budget pour le Liban : 25.000€

-Stands dans des salons

Budget pour l'Arabie Saoudite : 15.000€

Budget pour le Liban : 15.000€

**– Année 3 (01/02/2022 – 31/01/2023) : 215 000 € TTC**

-Relations presses au quotidien, avec l'organisation de conférences de presse, communiqués de presse et dossiers presse

Budget pour l'Arabie Saoudite : 80.000€

Budget pour le Liban : 60.000€

-Animation des medias sociaux, production de contenu, modération

Budget pour l'Arabie Saoudite : 20.000€

Budget pour le Liban : 25.000€

-Stands dans des salons

Budget pour l'Arabie Saoudite : 15.000€

Budget pour le Liban : 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. Les dépenses ne pourront être engagées qu'après signature d'un devis détaillé et la signature d'un contrat cadre entre les annonceurs et l'agence retenue.

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.
- La présentation détaillée de l'équipe chargée du projet.
- La justification de la connaissance des marchés visés par le marché.
- La présentation des structures-relais « locales » éventuelles qui pourraient intervenir sur le projet pour chacun des pays concernés par le projet avec le détail de l'équipe qui serait en charge du projet.

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) 10 points
- Créativité 10 points
- Connaissance des marchés visés 20 points
- Capacité de l'agence à convaincre de sa motivation 10 points
- Capacité de l'agence à convaincre de son expérience en suivi et coordination de projet multi pays 10 pts
- Implantation sur chacun des marchés visés 10 points
- Niveau d'expérience de l'équipe dédiée au sujet 10 points
- Pertinence des références présentées des dossiers de promotion agricole 20 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](mailto: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.