
Réalisation d'une campagne de promotion en faveur des SEMENCES DE MAÏS ENSILAGE sur les marchés de Russie et du Kazakhstan

ANNONCEURS :

F.N.P.S.M.S. – Fédération nationale de la production de semences de maïs et de sorgho.

Siège social : 21, chemin de Pau, 64121 MONTARDON, France.

OBJET DU MARCHÉ :

L'annonceur réalise une mise en compétition ayant pour objet la réalisation d'une campagne de promotion en faveur des SEMENCES DE MAÏS ENSILAGE européennes sur les marchés de Russie et du Kazakhstan.

DURÉE DU MARCHÉ :

Trois ans (01/05/2018 – 30/04/2021).

CARACTÉRISTIQUES PRINCIPALES :

LA F.N.P.S.M.S. regroupe les entreprises semencières et les producteurs de semences de maïs et de sorgho dans le but de gérer la production et contribuer à son développement en France, en Europe et dans le monde.

Avec 6,1 Mha l'Union européenne est le premier producteur mondial de maïs ensilage devant les Etats-Unis et la Russie, Cette surface constitue environ 40 % de la sole mondiale qui s'élève à 16 Mha (2015/16).

Le maïs ensilage est localisé principalement en Allemagne (2.015.000 ha), en France (1.410.000 ha), en Pologne (540.000 ha) et en Italie (350.000 ha).

Le maïs ensilage est principalement utilisé pour l'alimentation pour les bovins lait et bovins viande, et la production de biogaz. Dans l'UE, la génétique pour produire du maïs ensilage est principalement produite en France, en Allemagne et en Pologne.

La génétique européenne par rapport à ses concurrents internationaux présente les avantages suivants : large gamme de précocités, rendements, résistance à la verse et à la sécheresse, valeur énergétique, et digestibilité.

La campagne de promotion vise donc les professionnels et non pas le grand public (« B2B »), dans la mesure où il s'agit d'informer les producteurs et de leur garantir des débouchés. Les cibles de la campagne de promotion sont notamment les agriculteurs-éleveurs susceptibles d'acheter des semences de maïs, mais aussi les fabricants d'alimentation de bétail et autres transformateurs ainsi que les meneurs d'opinion. Les agriculteurs présentent des profils variés : certaines structures sont importantes, d'autres plus proches des parcelles de subsistance.

La campagne de promotion B2B à mettre en œuvre vise :

- A développer les surfaces cultivées en maïs ensilage dans les pays cibles ;
- A augmenter la part de marché des entreprises de l'UE sur le marché des semences de maïs ensilage dans les pays cibles ;
- A développer les connaissances sur la génétique européenne de maïs ensilage des agriculteurs et autres professionnels agricoles.

Les deux pays-cibles, la Russie et le Kazakhstan, présentent de nombreuses caractéristiques communes (volontarisme du gouvernement, structure du marché, canaux de communication, climat) et les actions proposées sont donc largement symétriques. Au vu de la culture du maïs ensilage, la Russie et le Kazakhstan sont donc proches mais non pas identiques : certaines actions seront donc adaptées aux problématiques les plus porteuses dans chaque pays en fonction de leurs spécificités.

L'annonceur, étant donné son expérience dans la mise en œuvre de programmes de promotion agricole, va réaliser lui-même une partie des actions prévues dans le programme de promotion, comme validé par la Commission européenne. Le reste des actions, délégué à l'agence sélectionnée, va essentiellement concerner les aspects suivants, fortement liés entre eux :

- Aspect graphique (identité visuelle, matériel promotionnel...)
- Aspect linguistique (traduction de documentation, web...)
- Aspect communicationnel (internet, vidéo...)

DATE LIMITE ET LIEU DE RÉCEPTION DES CANDIDATURES :

16 décembre 2017 à 18h, 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
FNPSMS,
23-25 Avenue de Neuilly,
75116 PARIS.

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 a été confirmée en novembre 2017, sous réserve de la signature de la convention avec l'office FranceAgriMer en janvier 2018.

2. Les agences souhaitant proposer leur candidature doivent impérativement disposer d'un interlocuteur francophone

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

- 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. Le budget global pour la campagne, honoraires inclus, s'élève à 464.055€ TTC (+frais indirects) au total sur trois ans, dont 374.030,40 € TTC de cofinancement accordés par la Commission européenne.

La répartition du budget total par an est la suivante:

- Année 1 (01/05/2018 – 30/04/2019) : 186.185€ TTC
- Année 2 (01/05/2019 – 30/04/2020) : 145.185€ TTC
- Année 3 (01/05/2020 – 30/04/2021) : 132.685€ TTC

L'annonceur, étant donné son expérience dans la mise en œuvre de programmes de promotion agricole, va réaliser lui-même une partie des actions prévues dans le programme de promotion, comme validé par la Commission européenne. Le reste des actions, pour un budget de 115.000€ TTC au total sur les 3 ans, sera délégué à l'agence retenue (+12.500€ à l'organisme d'évaluation – voire appel d'offre séparé). C'est pour ces actions que l'agence doit préparer le devis détaillé (voir point 3).

Ces actions sont les suivantes :

- Année 1 (01/05/2018 – 30/04/2019) : 63.000€ TTC, décliné en :

- Site internet à réactiver (1.000€) et à gérer (mise à jour, maintenance et traduction): 4.000€

- Outils de communication (production de matériel d'annonce (5.000€) et de matériel promotionnel (5.000€)) : 10.000€

- Production d'un clip vidéo promotionnel (5.000€), traduit/doublé en russe et kazakh (6.000€) et partenariats TV pour la diffusion (3.000€): 14.000€

- Définition de la stratégie de communication (messages clefs, « mise en récit ») : 20.000€

- Définition et déclinaison de l'identité visuelle de la campagne : 8.000€

- Etudes de marché (élaboration et exploitation de questionnaires de notoriété/image avant le début de la campagne et avant/après chaque action ciblée) : 7.000€

- Année 2 (01/05/2019 – 30/04/2020) : 26.000€ TTC, décliné en :

- Gestion du site internet (mise à jour, maintenance et traduction): 3.000€
- Diffusion du clip vidéo promotionnel via des partenariats TV: 3.000€
- Déclinaison de l'identité visuelle de la campagne : 8.000€
- Etudes de marché (élaboration et exploitation de questionnaires de notoriété/image avant le début de la campagne et avant/après chaque action ciblée) : 7.000€

– Année 3 (01/05/2020 – 30/04/2020=1) : 26.000€ TTC, décliné en :

- Gestion du site internet (mise à jour, maintenance et traduction): 3.000€
- Diffusion du clip vidéo promotionnel via des partenariats TV: 3.000€
- Déclinaison de l'identité visuelle de la campagne : 8.000€
- Etudes de marché (élaboration et exploitation de questionnaires de notoriété/image avant le début de la campagne et avant/après chaque action ciblée) : 7.000€

-L'évaluation *ex post* des résultats de la campagne de promotion, pour une enveloppe de 12.500€, est soumise à un appel d'offre séparé.

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 ou en anglais

- 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 la filière mais 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 européens, et en particulier ceux 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 :

FNPSMS, 23-25 Avenue de Neuilly, 75116 Paris – M. Luc Esprit luc.esprit.sid@orange.fr
ou au +33 (0) 6 80 31 65 45.

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

10 janvier 2018.

DATE DE PUBLICATION DE L'APPEL À CANDIDATURE :

27 novembre 2017.