

Evaluation d'une campagne de promotion en faveur du MAÏS ENSILAGE et des SEMENCES DE MAÏS sur les marchés de Biélorussie et d'Ukraine

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 l'évaluation d'une campagne de promotion en faveur du MAÏS ENSILAGE européen et des SEMENCES DE MAÏS européennes sur les marchés de Biélorussie et d'Ukraine.

DURÉE DU MARCHÉ :

Trois ans (01/03/2019 – 28/02/2022).

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.

La F.N.P.S.M.S., avec l'appui d'un organisme d'exécution, va mettre en œuvre sur 3 ans (01/03/2019 – 28/02/2022) un programme de promotion agricole cofinancé par l'Union européenne. L'attribution du cofinancement a été confirmée en octobre 2018, sous réserve de la signature de la convention avec l'office FranceAgriMer en janvier 2019.

Ce programme de promotion est mis en œuvre sur les marchés de Biélorussie et d'Ukraine.

Ce programme de promotion, visant 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, a pour objectif de :

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

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 28/02/2022, 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 :

12 décembre 2018 à 23h, 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 octobre 2018, sous réserve de la signature de la convention avec l'office FranceAgriMer en janvier 2019.
2. La candidature devra être proposée en français ou en anglais
3. Les agences souhaitant proposer leur candidature doivent impérativement disposer d'un interlocuteur francophone
4. 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
5. 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.
6. Le budget global pour la campagne, honoraires inclus, s'élève à 695.194€ TTC au total sur trois ans (+coûts indirects).

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 158.500€ TTC au total sur les 3 ans, sera délégué à un organisme d'exécution (agence de publicité ou de communication) (voir appel d'offre séparé). Le budget couvrant l'évaluation du programme, dont il est question dans le présent appel d'offre, s'élève à 33.500€ TTC.

Le budget est réparti de la façon suivante :

– Année 1 (01/03/2019 – 29/02/2020) : 7.000€ TTC:

-Préparation du rapport intermédiaire d'évaluation couvrant la 1^{ère} année du programme : 7.000€

– Année 2 (01/03/2020 – 28/02/2021) : 7.000€ TTC:

-Préparation du rapport intermédiaire d'évaluation couvrant la 2^e année du programme : 7.000€

– Année 3 (01/03/2021 – 28/02/2022) : 19.500€ TTC:

-Préparation du rapport intermédiaire d'évaluation couvrant la 3^e année du programme : 7.000€

-Préparation du rapport final d'évaluation *ex post* de la campagne de promotion (couvrant les 3 années de mise en œuvre): 12.500€

7. 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 3 objectifs de base du programme de promotion (surfaces cultivées, parts de marché et niveau de connaissance du public-cible), pour chacune des actions du programme.

-Indicateurs de réalisation : bonne exécution des actions prévues (publication d'articles dans la presse agricole, élaboration d'un guide technique, adaptation d'un clip vidéo, animation du site internet et médias sociaux, organisation de conférence, participation à des salons agricoles, organisation d'un voyage d'étude et un voyage de presse, création de kits promotionnels...)

-Indicateurs de résultat : mesure de l'étendue réelle des actions (lectorat des supports écrits, visionnage des supports vidéo, 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 (amélioration des connaissances, augmentation des surfaces cultivées et parts de marché)

8. 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 les filières maïs 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 l'évaluation d'opérations comparables (secteur agricole, programmes multi-pays, communication collective et/ou institutionnelle...).
- La présentation de l'agence et de son organisation interne.
- Le nom et le niveau d'expérience du responsable chargé de la prestation.

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 :

FNPSMS, 23-25 Avenue de Neuilly, 75116 Paris – Mme Céline Duroc (celine.duroc@agpm.com) ou au + 33 (0) 6 87 61 80 48.

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

21 décembre 2018.

DATE DE PUBLICATION DE L'APPEL À CANDIDATURE :

12 novembre 2018.