

# **Conception et réalisation d'une campagne de communication au profit des volailles et des œufs Label Rouge sur plusieurs marchés en Europe**

**Annonceur :**

SYNALAF (Syndicat National des Labels Avicoles de France) – 7 rue du Faubourg Poissonnière – 75009 PARIS

**Objet du marché :**

Le SYNALAF réalise une mise en compétition ayant pour objet la conception et la réalisation d'une campagne de communication visant à la mise en avant des volailles et des œufs Label Rouge dans plusieurs pays d'Europe : France, Allemagne, Belgique, Pays-Bas, Suède et Danemark.

Cette campagne fera l'objet d'une demande de cofinancement européen et s'inscrira donc dans un cadre européen.

**Durée du marché :**

Trois ans (2021/2022/2023)

**Caractéristiques principales :**

Conception et réalisation d'une campagne de communication multi-marchés visant à faire émerger les volailles et œufs Label Rouge dans l'univers global des volailles et œufs, en veillant à bien expliquer ce qu'est le signe de qualité « Label Rouge » appliqué à ces produits.

Sont notamment souhaités :

- En France : essentiellement des actions visant à recruter de nouveaux consommateurs, et quelques actions vers la restauration collective
- En Allemagne, Belgique, Pays-Bas, Suède et Danemark : des actions très adaptées à chacun de ces marchés, avec des relations-presse, des séminaires professionnels et des animations-dégustations en magasins.

**Nombre limite de candidats pouvant être admis à présenter une offre :**

Quatre maximum

**Date limite et lieu de réception des candidatures :** 19 novembre 2019 à 10h.

Les candidatures seront transmises, avec une version papier et une version informatique, en recommandé avec accusé de réception ou déposées contre remise d'un accusé de réception au SYNALAF – 7 rue du Faubourg Poissonnière – 75009 PARIS.

Tout dossier de candidature reçu 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. L'agence devra s'assurer de la bonne remise du dossier de candidature avant cette date limite.

**Conditions de la compétition :**

1/ La campagne dans laquelle s'inscrit cette mise en compétition fera l'objet d'une demande de cofinancement européen. Les délais d'instruction ne permettront pas d'obtenir une réponse ferme et définitive de l'Union Européenne avant le mois de novembre 2020. L'agence retenue devra s'engager à maintenir son offre jusqu'à cette date, et aucun contrat ne pourra être signé avant cette date. En cas de refus de cofinancement par l'Union Européenne, l'appel d'offres pourra être déclaré caduc.

2/ Cette mise en compétition est indemnisée pour les agences admises à présenter une offre et dont l'offre n'aura pas été retenue : 2 000 euros TTC de dédit en cas de projet non retenu lors de la sélection finale.

Une indemnité forfaitaire de 2 000 euros TTC sera versée à l'agence finalement retenue en cas de refus de cofinancement par l'UE.

Cela exclut le cas d'un appel d'offres improductif si aucune recommandation d'agence ne correspond aux attentes des annonceurs et qu'un autre appel d'offres soit organisé.

3/ Les études et informations contenues dans le cahier des charges remis aux candidats sélectionnés devront rester strictement confidentielles et ne pas être utilisées par les agences pour d'autres clients en raison du caractère institutionnel de ces données.

4/ Les agences souhaitant proposer leur candidature doivent impérativement disposer d'un relais sur chacun des marchés visés et être en capacité de démontrer leur expertise sur chacun des marchés : bureau, filiale, agence partenaire...

5/ Les candidats admis à présenter une offre devront proposer une recommandation détaillée globale et par pays

6/ La recommandation des agences devra comporter au moins les éléments suivants :

- Une analyse stratégique, globale et par pays
- Une recommandation créative sur les axes et thèmes répondant aux problématiques, adaptée en fonction des marchés visés
- Un plan d'action détaillé pays par pays
- Un rétroplanning pour la mise en œuvre des campagnes
- Un devis détaillé, par pays et par type d'action, présenté en euros HT, respectant le cadre budgétaire imparti
- Des objectifs quantifiables pour les actions mises en œuvre.

7/ 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.

8/ 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.

9/ Les annonceurs se réservent le droit d'utiliser les concepts et les créations (notamment le ou les slogans, nom de domaine), dans le cadre de toutes leurs campagnes et de leurs structures collectives sans limitation de durée et en Europe uniquement.

10/ Le budget global, honoraires inclus, pour la conception et la réalisation de la campagne s'élève, à 1 446 000 € HT au maximum.

La répartition du budget par marché est la suivante :

- France : 1 010 000 € HT
- Allemagne : 110 000 € HT
- Belgique : 110 000 € HT
- Pays-Bas : 72 000 € HT
- Suède : 72 000 € HT
- Danemark : 72 000 € HT

Le montant des honoraires couvre la rémunération de la réflexion, de la création, et de l'ensemble des autres prestations demandées à l'agence dont les évolutions éventuelles demandées par le Synalaf à l'issue de posts-tests. Les honoraires ne peuvent excéder 13% du montant du programme, ce taux étant ramené à 4% pour la partie concernant un éventuel achat d'espace médias et 7% pour un éventuel achat d'espace digital.

Les frais techniques ou autres frais devront être facturés à l'euro près, sans marge, ni commission, factures des sous-traitant (frais de production ou autres) à l'appui.

11/ Les dépenses ne pourront être engagées qu'après signature d'un devis détaillé et la signature d'un contrat cadre entre le Synalaf et l'agence retenue.

12/ L'agence fera l'objet d'un contrat.

13/ L'agence retenue aidera à co-construire la candidature du SYNALAF qui fera l'objet d'une demande de cofinancement européen en mars-avril 2020.

14/ L'agence retenue devra impérativement veiller à respecter le cadre juridique et administratif défini pour les campagnes faisant l'objet d'un cofinancement européen.

#### **Justifications obligatoires à produire par les candidats :**

- Une lettre de candidature datée et signée acceptant les conditions de la compétition mentionnées au paragraphe précédent.
- Une déclaration sur l'honneur du candidat, dûment datée et signée, justifiant qu'il ne gère pas de budget d'opérateur du même secteur et/ou d'un secteur ou organisme pouvant présenter un conflit d'intérêt avec la filière des volailles et des œufs Label Rouge.
- La liste des principales références acquises, au cours des 2 dernières années pour des opérations comparables multi-marchés (secteur alimentaire, 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.
- La présentation détaillée de l'équipe chargée du projet.
- 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;
  - 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;

c) ne pas être en état de liquidation judiciaire au sens de l'article L. 620-1 du code de commerce;

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.

Ces éléments doivent permettre au SYNALAF de se faire une idée de la bonne adéquation entre leurs besoins et l'offre de prestations des agences.

**Critère de sélection des candidatures :**

Pertinence des références présentées dans le secteur alimentaire	10 points
Pertinence des références présentées dans la communication collective et/ou institutionnelle	10 points
Expérience et succès de campagnes de communication grand public en matière de résonance auprès du grand public	15 points
Connaissance des marchés européens visés	15 points
Implantation sur chacun des marchés visés	15 points
Capacité de l'agence à convaincre de son expérience en suivi et coordination de projet, notamment dans le cas de projets multi pays	15 points
Niveau d'expérience de l'équipe dédiée au sujet	10 points
Capacité de l'agence à convaincre de sa motivation	10 points

**Les renseignements d'ordre administratif et/ou technique peuvent être obtenus auprès de :**

SYNALAF - 7 rue du Faubourg Poissonnière – 75009 PARIS – 01 82 73 06 99 – Mme Marie GUYOT – [m.guyot@synalaf.com](mailto:m.guyot@synalaf.com)

**Calendrier :**

- **Appel à candidatures** : 18 octobre 2019
- **Date limite du dépôt de candidature** : 19 novembre 2019 à 10h
- **Comité de sélection des candidatures** : 25 novembre 2019
- **Envoi du cahier des charges par le SYNALAF aux agences retenues** : 29 novembre 2019 au plus tard
- **Brief oral des agences retenues** : 4 décembre 2019 matin à Paris
- **Date de présentation des propositions des agences retenues** : 17 janvier 2020 à Paris