

# **Appel à candidatures : Réalisation d'une campagne de communication visant à valoriser la viande de Bœuf française en France**

## **Annonceur coordinateur des campagnes :**

INTERBEV (Association nationale interprofessionnelle du Bétail et des Viandes) 207 rue de Bercy, 75587 PARIS cedex 12.

## **Objet du marché :**

L'annonceur réalise une mise en compétition ayant pour objet la réalisation d'une campagne de communication en faveur de la viande de Bœuf française en France.

## **Durée du marché :**

Un an renouvelable 2 fois (2023/2024/2025)

## **Caractéristiques principales :**

Dans un contexte de marché bouleversé, INTERBEV souhaite renforcer la désirabilité du bœuf français, maintenir à minima la fréquence de consommation, appuyer l'ancrage du bœuf français dans le paysage mental des consommateurs - à l'heure des arbitrages, faire le choix de la viande de bœuf française.

A travers une communication publicitaire, il s'agira de donner les raisons de choisir du bœuf français (notamment autour d'une dimension évidente qu'est le plaisir).

Dans ce cadre, INTERBEV recherche l'agence qui sera chargée de développer ce concept de communication général et le dispositif de communication associé.

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

Quatre au maximum.

## **Date limite et lieu de réception des candidatures :**

Lundi 16 janvier 2022 à 12h00.

- Les candidatures seront transmises, en recommandé avec accusé de réception ou déposées contre remise d'un accusé de réception à INTERBEV, Tour Mattéi, 15<sup>e</sup> étage, 207 rue de Bercy, 75587 PARIS Cedex 12.
- Il sera indiqué, sur l'enveloppe, la mention suivante : « Appel à candidature - Campagne en faveur de la viande de boeuf »
- Tout dossier de candidature reçu après cette date (par courrier simple, par courrier avec AR, par chrono, par coursier, par mail ou par tout autre moyen) ne sera pas pris en compte par l'annonceur.

***L'organisme devra s'assurer de la bonne remise du dossier de candidature avant cette date limite.***

## **Conditions de la compétition :**

1/ Cette mise en compétition n'est pas rémunérée : aucune indemnisation n'a été prévue pour les sociétés admises à présenter une offre et dont l'offre n'aura pas été retenue. Toutefois, une indemnité forfaitaire de 2500 EUR TTC sera versée aux agences dans le cas où la compétition d'agences n'irait pas à son terme en raison de l'abandon du projet du fait des annonceurs. 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.

2/ 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.

3/ Les frais techniques ou autres frais pourront faire l'objet d'un contre-devis par INTERBEV qui décidera d'en attribuer la réalisation au prestataire le mieux placé à qualité équivalente.

4/ L'optimisation et l'achat d'espace, le cas échéant, ne seront pas confiés à l'agence, mais à la centrale avec laquelle les annonceurs sont en contrat. Cependant l'agence peut (ou doit), concernant un éventuel plan média, faire une recommandation si elle le souhaite.

5/ Les candidats admis à proposer une offre devront fournir une recommandation détaillée et la présenter.

6/ La recommandation, proposée en français par les agences retenues, devra comporter les éléments suivants :

- Une analyse stratégique
- Un concept de communication
- Une recommandation créative
- Une recommandation média pour la campagne de communication grand public
- Une proposition de déclinaison créative pour les autres dimensions du plan d'action
- Un rétro planning pour la mise en œuvre de la campagne
- Un devis détaillé, présenté en euros **TTC**, respectant le cadre budgétaire imparti

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 d'INTERBEV, pour 10 ans en Europe, et pour l'utilisation à travers toute technique de communication et tout média.

9 /INTERBEV se réserve 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 et en Europe uniquement.

10/ Le budget global pour la campagne, honoraires inclus, se situe autour 2 750 000 € TTC par an. L'achat d'espace sera confié à l'agence média référencée par INTERBEV.

11/ 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 l'annonceur.

12/ 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.

13/ Les agences retenues par la commission d'ouverture des plis d'INTERBEV doivent impérativement confirmer leur participation à l'AO par écrit et préciser leur accord du règlement de l'appel d'offres inclus dans le cahier des charges, incluant notamment les points précédents, et ce, dans un délai de 2 (deux) jours après réception dudit cahier des charges. A défaut, leur participation sera annulée.

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

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

1. Une lettre de candidature datée et signée acceptant les conditions de la compétition mentionnées ci-dessus.
2. 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 viande sur l'ensemble des marchés concernés par les différentes campagnes.
3. 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.
4. La liste des principales références acquises, au cours des 3 dernières années pour des campagnes publicitaires (tous média) en indiquant l'objectif qui leur a été demandé, l'analyse faite par l'agence, la réponse apportée, les résultats ainsi que le montant et la durée des prestations.
5. La liste des principales références acquises, au cours des 3 dernières années pour des campagnes ayant trait au secteur alimentaire, ou à la communication collective et/ou institutionnelle, en indiquant

l'objectif qui leur a été demandé, l'analyse faite par l'agence, la réponse apportée, les résultats ainsi que le montant et la durée des prestations.

6. La présentation de l'agence et de son organisation interne.
7. Le nom et le niveau d'expérience du responsable chargé de la coordination de la prestation générale.
8. La présentation détaillée de l'équipe chargée du projet.
9. **Une note d'intention (7 500 signes maxi)** exprimant la vision de l'agence concernant la viande et sa filière, les enjeux auxquels elles sont confrontées et les pistes de réponse à envisager.

Ces éléments doivent permettre à INTERBEV 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) :**

1. Pertinence des références présentées dans le champ des campagnes publicitaires 20 points
2. Pertinence des références présentées dans le secteur alimentaire, la communication collective et/ou institutionnelle 20 points
3. Pertinence de la note d'intention 20 points
4. Capacité de l'agence à convaincre de sa motivation 20 points
5. Niveau d'expérience de l'équipe dédiée au sujet 20 points

**Les renseignements d'ordre administratif et/ou technique peuvent être obtenus auprès de :**  
INTERBEV, 207 rue de Bercy, 75587 Paris cedex 12 – 01 42 80 62 29 – m.ramassamy@interbev.fr

**Choix des agences admises à concourir :**  
17 janvier 2023

**Remise du cahier des charges aux agences admises à concourir :**  
20 janvier 2023 au plus tard

**Brief oral des agences en compétition :**  
Semaine du 23 janvier 2023

**Audition des agences : le 16 mars 2023**

**Date de publication sur le site Internet d'INTERBEV :**  
15 décembre 2022