

**CAHIER DES CHARGES D'APPEL D'OFFRES
CONCERNANT LA PARTICIPATION A UN SALON PROFESSIONNEL
EN FAVEUR DE VIN DE FRANCE AVEC MENTION DE CEPAGE
EN ASIE DU SUD EST**

PROGRAMME 2020 - 2022

SOMMAIRE

I. PREAMBULE ET CONDITIONS GENERALES DE L'APPEL D'OFFRES

- 1. Pouvoir adjudicateur**
- 2. Personne responsable du marché**
- 3. Procédure**
- 4. Objet de l'appel d'offres**
- 5. Délai de réalisation**

II. DESCRIPTION DU PROGRAMME

- 1. Contexte général – situation du marché et de la demande**
- 2. Enjeu**
- 3. Objectifs fixés**
- 4. Groupes ciblés**
- 5. Thèmes traités**
- 6. Dispositifs**

III. Le budget

IV. Présentation des offres

V. Situation juridique

VI. Critères d'attribution

VII. Conditions d'envoi ou de remise des offres

VIII. Indemnisation

IX. La Commission d'appel d'offres

X. Quelques obligations de l'agence retenue

XI. Votre contact à l'ANIVIN DE FRANCE

XII. Quelques renseignements pratiques

I - PREAMBULE ET CONDITIONS GENERALES DE L'APPEL D'OFFRES.

1. Pouvoir adjudicateur

ANIVIN DE FRANCE-Association Nationale Interprofessionnelle de VIN DE FRANCE
53 rue La Fayette
75009 PARIS

L'ANIVIN DE FRANCE est une interprofession à compétence nationale créée en 1976 dans le cadre de la loi de juillet 1975 portant organisation interprofessionnelle agricole.

Elle comporte deux familles professionnelles la Production et le Négoce et a pour objet notamment de réaliser une concertation permanente entre les différentes familles professionnelles de producteurs et de négociants concernés par la dénomination VIN DE FRANCE et de développer les marchés de commercialisation de ces vins par des dispositifs d'entraînement général tant en France qu'à l'étranger. (VOIR ANNEXE I)

2. Personne responsable du marché

La personne responsable du marché pour l'ANIVIN DE FRANCE est : Monsieur Serge Tintané, Président de l'ANIVIN DE FRANCE.

3. Procédure

La procédure utilisée est celle de l'appel d'offres ouvert. Il est précédé d'un appel public à la concurrence. Celui-ci a été adressé le 29 juillet 2019 et publié au J.O.U.E le 31 juillet 2019 sous la référence 2019/S 146-359965.

4. Objet de l'appel d'offres

Le présent appel d'offres vise à organiser la participation annuelle de l'Anivin de France à un salon professionnel en Asie du Sud-Est : Hong-Kong, Taïwan, Singapour, Corée du Sud, Japon... et **hors Chine continentale.**

5. Délai de réalisation

Le marché sera passé pour les années 2020, 2021 et 2022, sous réserve de la reconduction annuelle des budgets et l'obtention du cofinancement annuel de l'Union Européenne. Le marché pourra être reconduit une seconde fois pour 3 ans.

II - DESCRIPTION DU PROGRAMME 2020-2022

1. Contexte général VIN DE FRANCE

L'Anivin de France participe régulièrement en tant qu'exposant aux salons professionnels internationaux afin de faire connaître la dénomination Vin De France et surtout la qualité des marques de Vin de France qui sont chaque année médaillées à notre concours annuel Best Value Vin De France Selection :

- Prowein Düsseldorf : participation annuelle avec un stand de 50m²
- Wine Paris : participation annuelle avec un stand de 14m²
- Vinexpo Hong Kong : participation bisannuelle avec un stand de 20m²

Les deux premiers salons permettent de toucher des professionnels européens et américains. Le 3^{ème} cible les professionnels provenant de toute la zone Asie du Sud Est et Océanie.

Focus sur Vinexpo Hong-Kong :

L'Anivin a déjà participé à ce salon en 2016 et en 2018.

En 2018, notre présence s'est traduite de la façon suivante :

- un stand de 20m², personnalisé aux couleurs de l'Interprofession, avec – proposés à la dégustation libre - les vins médaillés au concours des entreprises ayant également un stand sur le salon. Soit environ 70 références présentées sur notre espace
- Une dégustation commentée quotidienne, en anglais et en mandarin, réalisée sur le stand par un œnologue renommé de Hong-Kong
- Du personnel, un sommelier et deux hôteses, pour tenir le stand, orienter les visiteurs
- L'organisation d'un séminaire d'information dans une salle annexe du centre des expositions pour expliquer à des professionnels préalablement inscrits à ce programme, les atouts de la dénomination suivie d'une dégustation commentée réalisée par Xu Wei, un expert en vin très connu en Chine
- L'organisation en amont de plusieurs rendez-vous avec des acheteurs d'enseigne et qui se tiennent, pendant le salon, sur le stand de l'Anivin de France
- La réalisation et diffusion de toute la communication en amont pour annoncer notre présence à Vinexpo et générer du trafic sur notre stand



2. Enjeu

L'ambition de ce programme, corrélée à l'ambition fixée aux "Vins avec indication du cépage" lors de la réforme de 2009, est de simplifier l'offre française pour la rendre aussi accessible que l'offre du nouveau monde avec sa segmentation par cépage.

Il s'agit de revendiquer les VDF cépages comme étant une des offres légitimes dans l'éventail des vins français. L'enjeu à long terme est d'utiliser VIN DE FRANCE avec mention de cépage comme segment clé d'entrée pour faire venir les consommateurs asiatiques sur les vins produits en France.

3. Objectifs fixés

Le programme qui sera mis en place pour la période 2020-2022 devra contribuer au développement commercial des marchés asiatiques.

Il devra répondre aux objectifs commerciaux suivants :

- Poursuivre le travail d'information auprès des publics ciblés pour faire connaître les atouts de la dénomination Vin De France
- Faire découvrir la diversité des profils vins avec la dénomination Vin De France
- Générer du trafic vers les stands des opérateurs de Vin de France présents sur le salon
- Favoriser l'introduction de nouvelles marques de VDF Cépage grâce aux rendez-vous réalisés sur le stand

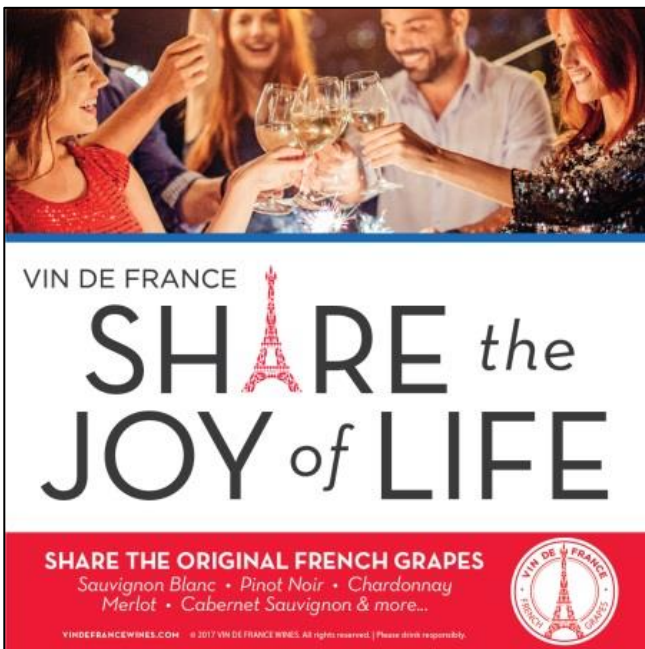
4. Groupes ciblés

Cible exclusive : les professionnels :

- Les importateurs des différents pays de la zone Asie du Sud Est
- Les acheteurs des enseignes – circuit off-trade
- Les acheteurs de e-commerce
- Les influenceurs : journalistes de la presse vin...

5. Thèmes traités

- Origine française et toutes les valeurs positives qui en découlent : savoir-faire, qualité, glamour, art de vivre à la française
- Modernité et simplicité de compréhension : Une bouteille de VIN DE FRANCE porte l'essentiel : son origine France, un nom de marque et un cépage. Ce sont des vins qui se lisent avec la même grille de lecture que les vins du nouveau monde:
1 pays → 1 marque → 1 cépage → 1 goût
- Promesse consommateurs :
 - « Vin De France, Share the Joy of Life » : Un slogan pour communiquer la promesse émotionnelle
 - « Share the original French Grapes » : Un second message pour revendiquer l'origine française des cépages



En Asie, le visuel de communication est adapté avec des personnages traités sous forme de dessin afin de coller davantage aux goûts locaux.



6. Dispositif

Le dispositif proposé devra être en adéquation avec les objectifs, et les cibles spécifiés précédemment.

Pour chaque élément du dispositif devront être indiqués le budget détaillé, le calendrier prévisionnel de préparation, le résultat attendu (quantitatif et qualitatif) et les justificatifs de réalisation à fournir.

Restrictions :

- Les salons auxquels participe l'Anivin de France visent à accélérer la distribution des marques de VDF cépage déjà importées dans le secteur concerné. Ce ne sont pas des salons visant à réaliser de la primo-importation
- Le dispositif proposé devra par ailleurs être éligibles au programme d'aide européenne. Cf. annexe.

III - LE BUDGET

Proposer un budget à options d'un montant global pouvant aller jusqu'à 80.000€HT par an, en fonction du salon recommandé, du pays, de la puissance du dispositif à mettre en place pour atteindre les objectifs.

Ce budget inclut tous les frais de participation, de construction de stand, de communication, d'acheminement des échantillons depuis la France, de personnel, de réalisation d'un séminaire d'information et les honoraires d'agence.

Modalités et délais d'affermissement des tranches conditionnelles :

Chaque tranche conditionnelle sera affermée selon les conditions suivantes :

- Possibilité financière de l'ANIVIN DE FRANCE
- Obtention de financement communautaire,
- Validation des besoins compte tenu de l'évolution possible du contexte.

La première tranche conditionnelle, portant sur l'année 2020 du lot unique sera spécifiée dans le contrat ou lettre d'engagement signé(e) entre les parties.

La deuxième tranche conditionnelle, portant sur l'année 2021 du lot unique sera affermée avant le 16/12/2020 par lettre recommandée avec accusé de réception.

La troisième tranche conditionnelle, portant sur l'année 2022 du lot unique sera affermée avant le 16/12/2021 par lettre recommandée avec accusé de réception.

IV - PRESENTATION DES OFFRES

Les offres devront être rédigées en français.

L'unité monétaire demandée par l'organisme qui passe le marché est l'euro.

Les candidats auront à produire un dossier complet en 2 exemplaires papier et une version numérisée qui comprendra nécessairement les éléments suivants :

1. **Une présentation pertinente des différents salons auquel il est possible de s'inscrire avec une recommandation pertinente et justifiée**
2. Un bref exposé des principaux facteurs sur lesquels se basent les offres.
3. Les objectifs et stratégies de communication de l'offre.
4. Les cibles choisies (avec justification) et les objectifs pour chacune des offres.
5. Un calendrier prévisionnel de réalisation.
6. Un budget détaillé mettant en évidence poste par poste les budgets, les frais techniques et les honoraires afférents avec prix horaire du personnel.

Le projet comportera la composition de l'équipe de travail et la désignation d'un responsable du projet, celui-ci fournira son curriculum vitae justifiant de son expérience de collaboration avec les importateurs et les distributeurs de VIN DE FRANCE.

V - SITUATION JURIDIQUE

Documents à fournir par les entreprises dans leur enveloppe Candidature:

Une déclaration sur l'honneur, dûment datée et signée, attestant que le candidat :

- n'entre dans aucun des cas mentionnés à l'article 8 de l'ordonnance n° 2005-649 du 6 juin 2005 relative aux marchés passés par certaines personnes publiques ou privées non soumises au code des marchés publics ;
- est inscrit à un registre professionnel dans son pays d'origine sous un numéro qu'il indiquera.

Il sera demandé à l'entreprise retenue de fournir avant la signature du marché:

- Les pièces prévues aux articles R. 324-4 et R. 324-7 du code du travail ;
- Les attestations et certificats délivrés par les administrations ou organismes compétents prouvant qu'il a satisfait à ses obligations fiscales et sociales. Le candidat établi dans un Etat autre que la France produit un certificat établi par les administrations et organismes du pays d'origine. Lorsqu'un tel certificat n'est pas délivré par le pays concerné, il peut être remplacé par une déclaration solennelle faite par l'intéressé devant l'autorité judiciaire ou administrative compétente, un notaire ou un organisme professionnel qualifié du pays.

VI - CRITERES D'ATTRIBUTION

L'appréciation des offres sera évaluée à l'aide des critères suivants :

- Compréhension de la problématique, de la nature des tâches et de leur contexte.
- Compréhension de la dénomination VIN DE FRANCE
- Pertinence de la proposition pour répondre aux objectifs fixés
- Pertinence de la proposition pour toucher le groupe ciblé
- Compréhension et respect du positionnement et des thèmes traités
- Qualité et adéquation du dispositif proposé pour répondre aux objectifs

- Justifications et faisabilité des propositions. Intérêt des dispositifs proposés pour les opérateurs présents sur le marché. Pour chacun il sera demandé de fournir des objectifs quantifiés et réalistes
- Reporting : il sera nécessaire de fournir des indicateurs permettant de mesurer l'efficacité de chacun des dispositifs proposés. La construction de ces indicateurs, la méthodologie employée, la fréquence de mesure doivent figurer dans les offres
- Indication pour chaque dispositif du type d'événement OCM et des justificatifs de réalisation qui seront à fournir
- Planning annuel du programme proposé
- Budget : votre proposition devra mettre en évidence les aspects ci-dessous :
 - Capacité à fournir un budget global et des devis détaillés
 - Présentation détaillée des honoraires : méthode de calcul, coût horaire des différents intervenants, etc.
 - Poids des honoraires sur le budget total
 - Respect du cadre fixé
 - Rationalisation des coûts : comment des économies d'échelle auront été anticipées
 - Engagement à transmettre en fin de campagne des factures de solde détaillées et des factures de second niveau elles aussi détaillées des coûts unitaires et des quantités achetées
 - Coûts raisonnables et choix de prestataire(s) : motiver le choix de vos éventuels fournisseurs qui interviendront dans la mise en place du programme, comment ils sont sélectionnés pour assurer le meilleur rapport coût / prestation fournie
 - Facturation en Euros
- Implantation du ou des bureau(x) pilotant le budget sur la zone concernée pour une réactivité opérationnelle optimale
- Connaissance effective des importateurs de VIN DE FRANCE des pays de la zone concernée
- Connaissance effective des équipes d'acheteurs du retail off-trade des pays de la zone concernée
- Maitrise des procédures de l'Union Européenne dans le cadre d'un cofinancement
- Capacité à réaliser des présentations écrites et orales en Français qui sera la langue utilisée pour les échanges entre l'ANIVIN DE FRANCE et le prestataire retenu
- Perception globale du dossier de présentation

VII - CONDITIONS D'ENVOI OU DE REMISE DES OFFRES

La date limite de réception des offres est le lundi 9 septembre 2019 jusqu'à 10h 00 précises au plus tard.

Les plis concernant les offres (en 2 exemplaires papier + 1 version numérisée) seront transmis sous enveloppe cachetée, par lettre recommandée avec accusé réception, ou remis contre récépissé à l'adresse suivante :

ANIVIN DE FRANCE
A l'attention de Madame Valérie PAJOTIN
53 rue La Fayette
75009 PARIS

L'enveloppe portera en outre l'inscription suivante :

APPEL D'OFFRES
VIN DE FRANCE
PARTICIPATION A UN SALON PROFESSIONNEL EN ASIE
« NE PAS OUVRIR PAR LE SERVICE DU COURRIER »

Cette enveloppe contiendra l'ensemble des éléments énumérés au VI (présentation des offres). Les offres qui parviendraient hors délai, incomplète, de façon non conforme au présent cahier des charges ou qui ne correspondraient pas aux critères de sélection des offres exigées, ne seront pas retenues.

VIII- INDEMNISATION

La participation à l'appel d'offres ne fera pas l'objet d'une rémunération, tant pour les agences non retenues que pour celle sélectionnée.

IX - LA COMMISSION D'APPEL D'OFFRES

Les dossiers conformes au présent cahier des charges seront étudiés par la commission d'appel d'offres. Le choix de l'agence se fera uniquement sur dossier.

Elle sera présidée par M. Serge Tintané, Président de l'ANIVIN DE FRANCE et co-présidée par M. Noël Bougrier, Vice-président. Elle comprend 6 professionnels issus du Conseil d'Administration et/ou de la Commission Publi-Promotion.

X - QUELQUES OBLIGATIONS DE L'AGENCE RETENUE

1. Celle-ci rendra compte de ses activités prioritairement à Mme Pajotin aux fins d'information des instances décisionnelles de l'ANIVIN DE FRANCE.
2. L'agence pourra être amenée à participer aux réunions internes à la demande des professionnels (Président de l'ANIVIN DE FRANCE ou Président de la Commission Publi-Promotion).
3. Les contacts périodiques s'établiront entre l'agence et l'ANIVIN DE FRANCE pour la mise en place et le suivi du programme. Un rapport final présentera le bilan du programme réalisé.
4. L'agence s'assurera que les dispositifs proposés sont conformes à la réglementation s'appliquant à la communication sur les boissons alcooliques ou aux usages locaux dans le marché ciblé.
5. Tous les documents édités au cours du programme sont la propriété de l'ANIVIN DE FRANCE.
6. Les dispositifs ne pourront débiter qu'après approbation du budget global par l'ANIVIN DE FRANCE puis après approbation des différents budgets poste par poste.
7. L'Agence retenue s'engage à fournir les factures de second niveau exigées lors des contrôles pour le bon emploi des subventions allouées par l'UE.

XI - VOTRE CONTACT A L'ANIVIN DE FRANCE

Mme Valérie PAJOTIN
Directrice
53 rue La Fayette
75009 PARIS
Tél. 01.47.03.45.44
Fax.01.47.03.97.99
E-mail : anivin@anivin.org

XII - QUELQUES RENSEIGNEMENTS PRATIQUES

Site ANIVIN DE FRANCE : www.vindefrance-cepages.org

Site de renseignement sur les vins, statistiques, chiffres sur la filière viticole :
www.franceagrimer.fr

ANNEXE - I

PRESENTATION DE L'ANIVIN DE FRANCE

I - VIN DE FRANCE : CARTE D'IDENTITE

«**VIN DE FRANCE**» est la catégorie qui réunit tous les vins d'origine nationale.

Elle est née de la réforme de l'OCM vitivinicole de 2008.

Cette réforme est applicable depuis le 1^{er} Août 2009.

Ces vins peuvent désormais mentionner le ou les cépage(s) et le millésime sur l'étiquette.

L'ATTENTE DES OPERATEURS ENFIN SATISFAITE

La catégorie permet aux **opérateurs français** et aux **marques** de nouvelles opportunités commerciales en leur offrant :

- **plus de créativité** organoleptique à travers les **assemblages interrégionaux**,
- **plus de liberté** pour s'adapter aux demandes et aux évolutions des marchés,
- **une qualité au goût constant** pour fidéliser les consommateurs.

Cette liberté va, par conséquent, améliorer la **compétitivité qualitative** des vins qu'elle représente, et permettre les 3 niveaux de positionnement : premium, medium et basic.

II - ORGANISATION ET STRUCTURE

L'ANIVIN DE FRANCE est l'interprofession chargée de promouvoir en France et à l'international la catégorie.

Les administrateurs de l'ANIVIN DE FRANCE ont été nommés par les 3 organisations constitutives, l'UMVIN, VIF et VCF afin de piloter la catégorie "VIN DE FRANCE".

Le Conseil d'Administration est l'organe exécutif de l'ANIVIN DE FRANCE. Il décide des opérations à entreprendre, vote les budgets et contrôle les dépenses. Il élit tous les deux ans le Président selon la règle de l'alternance : alternativement un candidat est présenté par le négoce, puis par la production. Il est aidé dans sa tâche par la Commission Publi-Promotion, chargée d'orienter la communication ANIVIN DE FRANCE et de proposer des programmes promotionnels.

Une Assemblée Générale annuelle approuve les comptes annuels de l'année écoulée. Tous les deux ans, l'Assemblée Générale entérine les listes de représentants au Conseil d'Administration sur propositions des organisations professionnelles constitutives de l'ANIVIN DE FRANCE.

III - MISSIONS ACTUELLES

- La réalisation d'une concertation permanente entre les différentes familles professionnelles de producteurs et de metteurs en marchés concernés.
- L'amélioration de la connaissance et de l'organisation des marchés.
- Le développement des marchés de commercialisation de ces vins, notamment par des programmes de relations publiques, salons, concours, de publicité et de promotion.
- La promotion de la consommation modérée et responsable du vin notamment au sein de Vin et Société.

Et plus généralement, la participation aux dispositifs communs à l'ensemble de la filière viticole.

IV - LE BUREAU DE L'ANIVIN DE FRANCE

La présidence est assurée pour deux ans alternativement par un représentant de la famille de la production puis du négoce. Le Vice-président est automatiquement choisi dans l'autre famille professionnelle. Son bureau constitué pour deux ans. Il se compose comme suit :

- **Président : Serge TINTANE (production)**
- **Vice-présidents : Noël BOUGRIER (négoce) ; Thierry COSTE (production)**
- **Secrétaire général : Bruno KESSLER (négoce)**
- **Secrétaire général adjoint : François-Régis BOUSSAGOL (production)**
- **Trésorier : Jean-Claude FRAPPIER (négoce)**
- **Trésorier Adjoint : René MORENO (production)**
- **Membre administrateur : Laurent Delaunay (négoce)**

- **Directrice : Valérie PAJOTIN**