

Consultation

OBJET

Conception et réalisation d'un programme d'information et de promotion en faveur des fleurs (coupées et plantes fleuries) sur le territoire français.

ANNONCEUR

VAL'HOR en partenariat avec l'OHF

DATE LIMITE DE REMISE DES OFFRES

29/03/2016

[Report au 30/03/2016](#)



PRESENTATION DU COMMANDITAIRE

VAL'HOR

VAL'HOR est reconnue par l'Etat depuis le 13 août 1998 comme l'Interprofession française de l'horticulture, de la fleuristerie et du paysage. La reconnaissance des Interprofessions est prévue par le Code rural - Article L632-1.

L'Interprofession est constituée des organisations professionnelles représentatives des secteurs de la production, de la distribution et du commerce horticole, ainsi que du paysage et du jardin.

Ces organisations professionnelles signent un accord interprofessionnel permettant de financer les actions collectives.

L'Interprofession VAL'HOR en chiffres :

- 50 000 entreprises représentées
- 200 professionnels bénévoles
- 3 collèges : production, commercialisation, paysage
- 9 fédérations professionnelles membres

VAL'HOR a pour missions :

- de développer la consommation par le recours à des actions publicitaires et de promotion.
- de renouveler et renforcer l'offre par le soutien à l'innovation.
- de structurer les marchés par la mise en œuvre des signes de reconnaissance de la qualité, de l'origine, de l'éco-responsabilité et de la Responsabilité sociétale des entreprises.
- d'assurer la valorisation des métiers et des savoir-faire des entreprises et de leurs collaborateurs(trices).
- de bien connaître et bien se connaître dans la filière.
- de bien se comprendre et renforcer le dialogue entre les familles, les métiers et les entreprises.

Site web: www.valhor.fr

Dans le cadre de la présente consultation, **VAL'HOR agit aux côtés de son partenaire, l'Office Hollandais des Fleurs**, qui a pour missions :

- de stimuler la demande des fleurs coupées et des plantes en pot auprès du grand public par le biais de campagnes publicitaires, promotionnelles et tout autre type de communication et ce dans plusieurs pays Européens.
- d'inciter la filière fleurs et plantes à participer à ces campagnes pour ainsi stimuler la croissance du marché.

Site web: www.officedesfleurs.fr/



LE CONTEXTE

La consommation de fleurs en France montre une baisse depuis un certain nombre d'années. De plus en plus, les fleurs ne sont offertes que dans certains moments incontournables comme la fête des mères, Saint Valentin, un anniversaire. Le geste d'offrir des fleurs peut parfois être perçu comme une obligation. Bien sûr, cela affecte les points de vente spécialisés (principalement fleuristes).

Pour répondre à cette baisse, VALHOR, en partenariat avec l'Office Hollandais des Fleurs, souhaite réaliser une campagne de communication.

CADRE DE LA CONSULTATION

La Commission européenne a publié un appel à projets pour financer des campagnes de communication pour la promotion des produits agricoles sur le marché européen. VAL'HOR et l'Office Hollandais des Fleurs s'associent pour répondre ensemble à cet appel à projets dont la date limite de réponse est fixée au 28 avril 2016.

La campagne qui sera mise en œuvre sur le territoire français vise à relancer une consommation déclinante et à promouvoir les fleurs de production européenne (Pays Bas et France).

Dans ce cadre, les partenaires souhaitent s'appuyer sur une stratégie de communication élaborée par un prestataire et lui confier la mise en œuvre de la campagne, si la proposition est acceptée par la Commission européenne.

Le prestataire devra être en mesure de :

- proposer une idée novatrice
- traiter un sujet de dimension européenne
- agir en langue anglais et française

LA CAMPAGNE

Le message de la campagne est concentré autour de deux messages : 1- les fleurs apportent la joie (bien-être), 2- le second message est celui affiché par l'Union européenne : « Enjoy, it's from Europe ».

La campagne, qui peut se dérouler sur une période de 12 à 18 mois, devra compter au moins :

- deux opérations événementielles en 2017 et 2018
- une action sur les media sociaux



Types d'actions attendus par l'Union européenne

Types of eligible activities
Promotion and information provision actions may notably consist of the following activities, eligible under this call:
1. Strategy
Communication strategy definition
Definition of campaign's visual identity
2. Public relations
PR activities
Press events
3. Website, social media
Website setup, updating, maintenance
Social media (accounts setup, regular posting)
Other (mobile apps, e-learning platforms, webinars, etc.)
4. Advertising
— Print
— TV
— Radio
— Online
— Outdoor
— Cinema
6. Communication tools
Publications, media kits, promotional merchandise
Promotional videos
7. Events
Stands at trade fairs
Seminars, workshops, B2B meetings, trainings for trade/cooks, activities in schools
Sponsorship of events
Study trips to Europe
8. Point-of-sale (POS) promotion
Tasting days
Other: promotion in retailers' publications, POS advertisingImplementation



CONDITIONS RELATIVES AU FUTUR MARCHÉ

Le budget prévisionnel alloué à la campagne sera fixé entre **700 K€ et 800 K€**.

Le montant des honoraires du prestataire couvrira 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.

Cette consultation fait l'objet d'une demande de cofinancement européen. Les délais d'instruction nationale et européenne ne permettront pas d'obtenir une réponse ferme et définitive avant décembre 2016. L'agence retenue devra s'engager à maintenir son offre jusqu'à cette date, et aucun contrat ne pourra être signé avant l'accord formel de l'Union européenne sur l'obtention du financement sollicité. En cas de refus de cofinancement par l'Union Européenne, l'appel d'offres sera déclaré caduc.

Les créations réalisées dans le cadre du présent marché, seront la propriété de l'annonceur, sans limitation de temps et de lieu.

L'annonceur 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.

La prise en charge de la réalisation de cette campagne fera l'objet d'un contrat entre l'annonceur et l'agence. Les dépenses ne pourront être engagées qu'après la signature de ce contrat.

MODALITES DE LA CONSULTATION

La présente consultation a pour objet de sélectionner l'agence qui mettra en œuvre la campagne, conditionnée à l'acceptation du projet par la Commission européenne (l'appel à projets de la Commission européenne est joint en pièce annexe).

A l'issue de cette consultation, l'agence qui sera retenue devra contribuer à l'élaboration de l'offre complète qui sera soumise à la Commission européenne avant le 28 avril 2016.

Dans ce cadre, il est demandé que le chef de projet pressenti au sein de l'Agence se rende disponible entre **le 06 et le 23 avril 6 à 7 journées complètes** aux côtés de VAL'HOR et de l'Office Hollandais des Fleurs ainsi



que de leur prestataire conseil, chargé de l'élaboration du dossier. A ce titre, l'Agence sera en mesure de facturer les journées au prix unitaire de 1000 € HT.

RECEPTION ET EVALUATION

Date limite : les propositions devront parvenir **par email au plus tard le 29/03/2016 - report au 30/03/2016**

- à l'attention de :

VAL'HOR - Mélie LAMBLIN, Chef de projet communication

Tél. : 01-53-91-45-64 - melie.lamblin@valhor.fr

Mode de transmission des propositions : les agences candidates sont invitées à utiliser un outil de transfert de fichiers en ligne (Yousendit ou WeTransfer).

Une **audition des propositions jugées pertinentes est prévue le Jeudi 31 mars 2016**, dans les locaux de VAL'HOR. Les résultats de la sélection seront portés à la connaissance des organisations candidates **au plus tard le 04 avril 2016**.

ATTENDUS

Mémoire technique :

Il est attendu des agences intéressées à concourir

- Une note d'analyse du contexte (2 à 3 pages)
- une proposition sur la stratégie de communication, une note succincte sur le plan de communication envisagé (5 à 7 pages),
- une proposition de calendrier des grandes étapes sur les 2 années, et des budgets prévisionnels alloués à chaque catégorie d'opérations
- une présentation de l'agence (création, cœur de métier, CA...),
- une présentation de l'équipe qui serait affectée à la mission,
- un ensemble de 10 références de moins de 5 ans ayant un lien avec le présent marché (communication grand public, promotion collective...)

En dehors des références, l'intégralité de la réponse doit être transmise en langue anglaise.

Pièces administratives :

Bilans ou extraits de bilans et des comptes de résultats portant sur les deux derniers exercices clos et liasses fiscales, ainsi que les rapports du Commissaires aux Comptes.



Extrait K-bis délivré par le Greffe du Tribunal de commerce dont relève le candidat datant de moins de 3 mois à compter de la date de réception du dossier de candidature.

CRITERES D'EVALUATION

Critères techniques	Note
Qualité de la recommandation stratégique globale et plus-value créative	40%
Qualité des références et expérience	20%
Qualité de la méthodologie de travail proposée	10%
Compétences professionnelles et organisationnelles	10%
Critères financiers	Note
Cohérence budgétaire	20%

INFORMATIONS COMPLEMENTAIRES

- **Pièces jointes :**
 - Concept briefing et ses annexes
 - L'appel à projet de l'UE

- **Calendrier de l'appel à projets**

3. TIMETABLE

The deadline for submission of proposals is **28 April 2016, 17:00 (Brussels, local time)**. The planned dates for informing applicants on the results of the evaluation and target date for the signature of the ensuing grant agreements have been set as follows:

	Stages	Date and time or indicative period
(a)	Publication of the call	4.2.2016
(b)	Deadline for submitting applications	28.4.2016
(c)	Evaluation period	29.4-31.8.2016
(d)	Information to applicants	< 23.9.2016
(e)	Signature of the grant agreement	< 23.12.2016
(f)	Starting date of the action	> 1.1.2017

