



**Dossier de consultation
Agence Communication**

Organisation de l'évènementiel

« LA GRANDE DEBARQUE »

*Les rendez-vous gourmands de la
Coquille Saint-Jacques de Normandie !*

Editions 6 à 8 - 2023 à 2025 !

Partenaires du projet

La présente consultation est réalisée dans le cadre d'un partenariat établi entre l'ensemble des structures professionnelles de la pêche normande ; à savoir :

- Partenaire 1 : L'association Normandie Fraîcheur Mer sise 10, avenue du Général de Gaulle – BP 27 – 14520 Port en Bessin, ci-après désignée « NFM »,
- Partenaire 2 : Le Comité Régional des Pêches Maritimes et des Elevages Marins de Normandie, sis 9, quai du Général Lawton Collins - BP 445 - 50104 CHERBOURG CEDEX, ci-après désigné « CRPM Ndie »,
- Partenaire 3 : L'Organisation des Pêcheurs Normands, sise 4, quai Philippe Oblet – 14520 Port en Bessin, ci-après désignée « OPN »,
- Partenaire 3 : L'Organisation de Producteurs FROM Nord, sise 16, rue du Commandant Charcot – CS 10381 – 62200 Boulogne sur Mer, ci-après désignée « FROM »,
- Partenaire 5 : Le Comité Départemental des Pêches Maritimes et des Elevages Marins du Calvados, ci-après désigné « CDPM14 » (sous réserve).
- Partenaire 6 : La Région Normandie, ci-après dénommée « Région ».
- Partenaire 7 : France Filière Pêche (sous réserve)
- Partenaire 8 : Union du Mareyage Français (sous réserve)
- Partenaires 9 : Le Crédit Maritime (partenaire privé financier sous réserve)

Pouvoir adjudicateur

L'association Normandie Fraîcheur Mer, porteur de la consultation et maître d'ouvrage, dispose du pouvoir adjudicateur. Son Président Monsieur Jérôme VICQUELIN ou son directeur, par délégation, sont habilités à signer le marché.

Objet de la Consultation

La consultation a pour objet la réalisation des éditions 2023, 2024 et 2025 d'un évènementiel consacré à la coquille Saint-Jacques de Normandie, prévu au début de la campagne de pêche pour bien engager la saison.

Cet évènementiel doit s'inscrire dans la continuité des précédentes éditions (La Grande Débarque 2018 à 2022), sous la forme d'animations ou rendez-vous gourmands autour de la Coquille Saint-Jacques de Normandie, sur des sites participants (poissonneries, rayons marée, marchés, restaurateurs, bistrotts, et bars à vin...). Un dispositif abondé par une communication appropriée (notamment sur les réseaux sociaux, radios...), avec des évolutions souhaitées détaillées dans le contenu du dossier de consultation qui suit.

Le prestataire retenu pour l'édition 2023 pourra être reconduit pour l'organisation de l'édition 2024 et de la même façon pour 2025, dans la mesure où sa prestation donne satisfaction.

Sommaire

I- Termes de Référence TDR

- 1. Préambule**
- 2. Responsable du dossier de consultation et contacts**
- 3. Objet de la consultation**
- 4. Principe des évènementiels 2022 à 2024**
- 5. Le projet d'évènementiels 2022 à 2024**
- 6. L'opération commerciale / lieux de vente**
- 7. Calendrier de réalisation**
- 8. Conduite des Travaux / Réunions / Suivi**
- 9. Bilan de l'évènementiel**
- 10. Budget**

II- Règlement de consultation

- 1. Modalités de retrait du dossier de consultation**
- 2. Conditions de participation**
- 3. Pièces demandées aux soumissionnaires**
- 4. Pièces demandées à l'attributaire provisoire**
- 5. Modalités de soumission des offres**
- 6. Renseignements complémentaires**
- 7. Modalités de sélection du prestataire**
- 8. Contrats et modalités de facturation**

I- Termes de Référence TDR

I. Préambule

Normandie Fraîcheur Mer est un groupement associatif, créé en 1998, qui fédère aujourd'hui l'ensemble des structures professionnelles de la pêche de Normandie, partenaires de ce projet.

Le groupement a pour objectifs principaux de valoriser la qualité et la durabilité des produits de la pêche de Normandie. En particulier et relativement à la Coquille Saint-Jacques, première espèce en tonnage et en valeur de la pêche normande :

- NFM est la structure porteuse et animatrice de 2 Labels Rouge obtenus en 2002 et 2009, aujourd'hui étendus dans leur application à l'ensemble des acteurs de la pêche normande de Granville au Tréport.
- NFM assure la promotion de ces Labels Rouge auprès de la filière commerciale,
- NFM est porteur d'un projet d'Indication Géographique Protégée (IGP) pour la Coquille Saint-Jacques de Normandie,
- NFM accompagne les structures gestionnaires des ressources (CRPM Normandie, OPN, FROM Nord) pour une bonne mise en marché des produits, les assiste dans leurs projets de certification « Pêche Durable » de pêcheries et met en valeur les pratiques des professionnels,
- NFM organise des actions de relations médias : communiqués et dossiers de presse, accueils sur mesure et collecte des retombées via une pige presse (Luqi/Cision) à laquelle elle est abonnée.
- NFM participe à la promotion de la coquille sur différents salons et manifestations : SIA, Fêtes maritimes de la Coquille, Fêno ...
- NFM pilote régulièrement des actions de communication fortes, ayant pris jusqu'en 2017 essentiellement la forme de publicités radio sur les antennes régionales et/ou nationales,
- NFM pilote depuis 2018, l'évènementiel « La Grande Débarque », instigué par la Région Normandie et avec l'appui des structures professionnelles de la pêche normande. Ils ont permis de mobiliser les acteurs de l'amont (pêcheurs et mareyeurs) et de l'aval de la filière (restaurants, bistrot, bars à vin et poissonneries) et d'animer les réseaux sociaux. Cet évènementiel fait l'objet d'une suite de 2023 à 2025, au travers de cette consultation,

Plus de détails sur NFM : www.normandiefraicheurmer.fr

2. Responsable du dossier de consultation et contacts

Responsable de projet

Arnauld MANNER
Directeur NFM



manner@nfm.fr / 02 31 51 21 53

Chargée de projet

Elsa LEDRU
Chargée de Communication NFM



ledru@nfm.fr / 07 76 15 84 18

3. Objet de la consultation

Le présent dossier de consultation a pour objet de sélectionner une agence de communication qui sera missionnée pour conduire l'évènementiel La Grande Débarque, soit les Rendez-vous gourmands de la Coquille Saint-Jacques de Normandie, dans la continuité des éditions précédentes, à l'initiative de la Région et des organisations professionnelles de la pêche normande.

Objectifs de l'évènementiel :

- Conforter et faire grandir un évènement récurrent, élargi à l'échelle nationale depuis 2020, qui mobilise l'ensemble de la filière depuis les pêcheurs, jusqu'aux consommateurs,
- Marquer le démarrage de la saison de pêche, la saisonnalité du produit et accompagner le démarrage de commercialisation des coquilles Saint-Jacques, avant l'ouverture en novembre des gisements les plus prolifiques de la Baie de Seine et du proche littoral seino-marin, conséquence d'une pêche de mieux en mieux gérée,
- Accroître la notoriété de la « Coquille Saint-Jacques de Normandie », quel que soit le bassin de production (Manche-Est, Manche-Ouest), dans la perspective d'une demande de reconnaissance en Indication Géographique Protégée (IGP) en cours de construction,
- Positionner les Labels Rouge existants pour la coquille et la noix de Saint-Jacques et le projet d'IGP, au cœur de l'évènement.

4. Principe des évènementiels 2023-2025

Reprise des fondamentaux et du meilleur des éditions 2018 à 2022 ; à savoir :

- Mobilisation sur deux mois (octobre et novembre) des lieux d'animation (poissonneries, rayons-marée, bistros, restaurants et bars à vin) partout en France et plus particulièrement vers les principaux bassins de commercialisation : Normandie, Nord, Paris et Sud-Ouest, à travers des rendez-vous gourmands autour de la coquille Saint-Jacques de Normandie,
- Sous la forme d'animations physiques sur ces lieux d'animation et dématérialisées (réseaux sociaux), via une activation digitale forte et un dispositif de communication adéquat.

Plus de détails sur les éditions précédentes :

Site Internet : <https://www.lagrandebarque.fr/>

Facebook : <https://www.facebook.com/NFM.fr/>

Instagram : <https://www.instagram.com/lagrandebarque/>

Youtube : <https://www.youtube.com/@lagrandebarque134/>

Les évènementiels 2023 à 2025 et la prestation requise devront intégrer les points suivants :

- Positionnement d'un marqueur fort « Coquille Saint-Jacques de Normandie » comme porte d'entrée sur l'ensemble des supports de communication,
- Positionnement à l'échelle nationale de l'évènement et plus particulièrement vers les principaux bassins de commercialisation : Normandie, Nord, Paris, Sud-Ouest, Sud-Est.
- Intégration indissociable de l'évènement, aux labels rouges et au projet d'IGP, clés d'entrée des financements obtenus pour l'organisation de l'évènementiel,
- Anticipation et consolidation des actions de relation presse spécifiques à l'évènementiel et au produit, avec la réalisation d'un temps fort pour marquer le lancement de l'opération.
- Définition et intégration au budget d'un plan média approprié, en particulier sur les réseaux sociaux

- Mobilisation de parrain(s), ou d'ambassadeur(s) de renom et d'influenceurs : des personnalités qui ouvrent des portes auprès des médias, des partenaires et participants et des réseaux sociaux,
- Simplification du dispositif de recrutement, d'engagement et de participation des lieux d'animations : restaurants, bistrot, poissonneries et rayons marée,
- Révision du fonctionnement de l'opération commerciale et du jeu consommateur associés à l'évènementiel, via un dispositif efficient à proposer, impliquant l'appui et le relai technique possible des structures partenaires de la filière (OPEF, FFP, AREA Normandie, UMF) et des entreprises de transformation et distribution (mareyeurs, poissonniers, grossistes, GMS...)
- L'intégration d'une tournée d'animations culinaires dans des régions françaises, impliquant notamment le Fish Truck PAVILLON France, mis à disposition par France Filière Pêche (4 à 6 jours sous réserve de disponibilité) et potentiellement de Food Trucks normands en Région Normandie (sous réserve), ou autres structures similaires
- La création d'un kit de théâtralisation de la coquille Saint-Jacques de Normandie aux couleurs de l'évènement (LGD) pour une mise à disposition auprès des différents organisateurs et partenaires de manifestations maritimes régionales ! Une dizaine de Fêtes de la coquille Saint-Jacques sont à couvrir pour faire caisse de résonance entre octobre et fin décembre sur l'ensemble du littoral normand : Granville, Ouistreham, Villers-sur-mer, Port-en-Bessin-Huppain, Dieppe, Courseulles-sur-mer, Grandcamp-Maisy, Saint-Vaast la Hougue, Trouville-sur-mer
- La conception et réalisation de goodies adaptés à un usage lors de l'évènement et de ces manifestations

5. Le Projet d'évènementiels 2023 à 2025

LES FONDAMENTAUX

Le Visuel

- Conception d'un nouveau visuel attractif et ses déclinaisons graphiques, mettant en avant prioritairement le produit (coquille Saint-Jacques), son origine normande via le marqueur « Coquille Saint-Jacques de Normandie » et l'activité de pêche artisanale (humains et bateau),

Le(s) Parrain(s) / Ambassadeur(s)

- Recrutement de parrain(s) et/ou d'ambassadeur(s) parmi les personnalités médiatiques, les chefs, présentant un attachement fort à la Normandie avec un affect particulier pour la Coquille Saint-Jacques de Normandie,

L'ACTIVATION EVENEMENTIELLE

L'Opération de lancement

- Lieu(x) emblématique(s) à proposer : Normandie, Paris...
- Associé(s) à conférence(s) de presse
- Attrait à apporter : dégustations, découverte produit, présence parrain(s) / ambassadeur(s), représentants filières, partenaires, prescripteur(s), influenceur(s)...

La Tournée des animations culinaires (dont Fish Truck Tour)

- Réalisation d'une tournée d'animations culinaires sur différents sites à budgéter et à programmer sur 6 à 10 sites (1 à 2 jours par site) dans les secteurs commerciaux privilégiés : Normandie, Nord, Paris et Sud-Ouest (Paris, Caen, Rouen, Bordeaux, Nantes, Lyon, Lille, Toulouse...)
- Mobilisation possible du Fish Truck PAVILLON FRANCE mis à disposition par France Filière Pêche avec du personnel d'animation pour 4 à 8 Jours (à confirmer)
- Mobilisation possible du Fish Truck du Groupe FIM en Région Normandie (à confirmer)
- Autre sites d'animations culinaires possibles : halles, marchés... (à proposer)
- Conception, création de supports de communication, suffisamment solides pour tenir en extérieur (oriflammes, banderoles) pour habiller le(s) Food Truck(s) aux couleurs de l'évènement
- Conception et réalisation de goodies pour alimenter le dispositif
- Communication / Animation spécifique à prévoir pour chacune des étapes de la tournée :
 - Alertes presse locale / Relai influenceurs
 - Intégration sur site Internet LGD
 - Relai réseaux sociaux (photos/vidéos sur site)...
- Au besoin, NFM peut renforcer l'équipe animations pour fournir des paroles d'expert,

Les lieux d'animation « restauration » : objectif 200 lieux mobilisés partout en France, associés à la tournée des animations culinaires

- Mobilisation de bars à vins, bistrotts, brasseries, restaurants... / actifs et impliqués pour promouvoir la « Coquille Saint-Jacques de Normandie » dans leur établissement,
- Inscription des lieux avec :
 - Engagement à proposer et mentionner la « Coquille Saint-Jacques de Normandie »
 - Précision de l'offre proposée : menu, plat, plancha, offre à emporter...
 - Acceptation à figurer sur le site Internet et participer au dispositif communication (ex : relai réseaux sociaux avec # dédiés, relations médias, ...)
- Intégration des lieux participants sur le site Internet LGD
- Dispositif spécifique simple à proposer et à décrire pour le recrutement des lieux d'animation :
 - Pour la mobilisation des lieux : le mode opératoire entre phoning, relai presse pro, réseaux sociaux, tête de réseaux de chefs, d'influenceurs devra être décrit dans l'offre...
 - Pour l'inscription des lieux d'animation : procédure et formulaire d'inscription
 - Pour l'identification et l'animation des lieux : affiches, vitrophanie, flyers...
 - Pour la promotion des lieux d'animation : site Internet et réseaux sociaux : récupération de photos des chefs, des établissements, des offres, des recettes...

Les Fêtes Maritimes régionales (Fêtes de la coquille)

Comme chaque année, c'est tout le littoral normand qui s'embrase autour de la coquille Saint-Jacques à travers une dizaine de fêtes, quasi en simultané de La Grande Débarque. Pour que les

fêtes dans l'évènement LGD, et vice versa, fassent caisse de résonance en Normandie et par-delà ses frontières :

- Conception et création d'un kit de théâtralisation mobile de promotion de la « Coquille Saint-Jacques de Normandie » et de « La Grande Débarque », pour une mise à disposition auprès des différents organisateurs et partenaires des Manifestations Maritimes Régionales.
- Définition et création d'une animation spécifique de l'espace ou du stand, incluant des supports de communication appropriés à la cible envisagée : recettes, goodies...
- NFM est susceptible d'apporter un renfort terrain pour la mise en œuvre de cet espace sur certaines manifestations, mais il est nécessaire que les organisateurs puissent également le mettre en œuvre par ailleurs et de manière facile et autonome.

L'ACTIVATION DIGITALE

Le Site Internet :

La gestion et l'évolution du site actuel <https://www.lagrandebarque.fr/> (refondu en 2021) sont à assurer de sorte à :

- Afficher un marqueur fort « Coquille Saint-Jacques de Normandie »
- Assurer la compréhension de l'évènement LGD, dès la Home : intégration de la vidéo promotionnelle de la LGD 2021
- Optimiser (au besoin) les fonctionnalités : ergonomie, cartographie...
- Renforcer la lisibilité des Labels Rouge obtenus par la filière et du projet d'Indication Géographique Protégée (d'IGP) portée par Normandie Fraicheur Mer
- Mettre à jour la cartographie interactive de l'ensemble des lieux d'animations culinaires, de dégustation et de vente
- Améliorer/simplifier l'espace d'inscription des différents lieux d'animation, la procédure et le formulaire dédié (cf. les lieux d'animation)
- Mettre en valeur le jeu consommateurs sur les lieux de vente (cf. opération commerciale)
- Référencer les mareyeurs « fournisseurs officiels » de la LGD
- Référencer l'ensemble des fêtes maritimes normandes consacrées à la « Coquille Saint-Jacques » et créer des liens vers les sites dédiés des organisateurs
- Mettre en avant des partenaires et financeurs, dont la Région Normandie et l'Union Européenne (FEAMPA)
- Mettre en avant le(s) Fish Truck Tour(s) + Animations décorticage PAVILLON FRANCE
- Mettre en lien et remonter les infos Facebook / Instagram / Youtube LGD
- Etoffer l'espace découverte des éditions précédentes : Intégration des vidéos + Bilan + photos

Les Influenceurs : Impliqués et avec un vrai affect / produit

- Recrutement d'influenceur(s) Food, lifestyle, ayant une vraie appétence pour le produit et son univers ; en intégrant une phase d'échanges ou de rencontres préalables pour faire connaissance et roder les discours, pour faire qu'ils deviennent naturellement acteurs / ambassadeurs de la Coquille Saint-Jacques de Normandie
- Tournage de pastilles vidéos / Interview façon road trip ou micro trottoirs, à la rencontre des professionnels, du bateau à l'assiette,

La Campagne Digitale / Les Réseaux Sociaux :

- Création de contenus : animations, vidéos, photos, recettes, infos, en lien avec :
 - La « Coquille Saint-Jacques de Normandie » : qualité, durabilité, Label Rouge, IGP...
 - Les professionnels (pêcheurs, criées, mareyeurs fournisseurs / Label rouge...),
 - Les partenaires, les influenceurs
 - Les lieux d'animation...
- Facebook / Instagram / Youtube :
 - Prendre la main sur les comptes FB et IG de NFM qui deviennent le temps de l'évènement, ceux de LGD, avec :
 - Conception de contenu vidéo : pastilles, motion, ...
 - Campagne de posts réguliers, sponsorisés quand nécessaire avec illustrations chartées, photos, iconos, animations, vidéos...
 - Mise en avant de l'évènementiel, du produit de sa qualité (Label rouge), de son origine (projet d'IGP), des pratiques de pêche durable, des partenaires et influenceurs, des acteurs de la filière (pêcheurs / mareyeurs / lieux de vente / lieux d'animation), de recettes, de l'opération commerciale et du jeu...

LES RELATIONS PRESSE

- Communiqués de Presse :
 - Elaboration de la stratégie RPs + rédaction communiqués / actualisation du dossier de presse, conception invitation conférence de presse, et autant d'alertes que nécessaires suivant temps forts ...
Une première alerte « Save the date » sera à lancer impérativement dès le mois de mai pour ne pas manquer les délais longs !
 - Organisation d'une (deux) conférence(s) de presse couplée(s) au lancement de l'évènementiel : octobre dans l'idéal dès l'ouverture de la saison de pêche de la coquille ... temps fort pour les journalistes, partenaires (cf. opération lancement)
- Relances / suivi / accueils (sur lesquels NFM pourra intervenir en renfort)

LE PLAN MEDIA / LES PARTENARIATS MEDIAS

- Elaboration & gestion d'un plan Média, associés aux temps forts de la LGD
- Achat d'espaces / Insertions Presse
- Partenariats Médias :

6. L'Opération commerciale / Lieux de vente

Objectif : plus de 3000 points mobilisés !

Les évènements LGD 2019 à 2022 se sont attachés à tisser ou à renforcer les liens commerciaux entre l'amont et l'aval de la filière, autour d'une action commerciale consacrée à la coquille Saint-Jacques de Normandie, sous la forme de jeux destinés aux consommateurs.

Achats sur lieux de vente

Le concept de l'opération commerciale et les modalités de mise en œuvre à proposer pour l'édition LGD 2023 et les suivantes, devra poursuivre cette dynamique en favorisant :

- Un jeu consomm-acteurs
 - Mis en œuvre sur les lieux de vente
 - Participatif, ludique... (questions/réponses ou autre à définir)
- Un jeu mobilis-acteurs
 - Qui implique les mareyeurs comme Fournisseurs officiels de la LGD avec engagement financier (objectif : 15 mareyeurs et 15 000€)
 - Qui puisse être relayé par eux et qui implique leurs clients, les réseaux de distribution des poissonneries et des enseignes (Poissonniers Corail, Carrefour, Leclerc...) et les canaux de diffusion de la filière (FFP, OPEF, AREA Normandie...)
 - Qui favorise l'inscription des lieux d'animations (poissonneries et GMS) et leur intégration sur la cartographie du site Internet LGD

Des supports de promotion de l'opération commerciale sur les lieux d'animation sont à prévoir (Affiches, Totem, autres...) ainsi que leur déclinaison pour les besoins des mareyeurs et des réseaux de distribution et de diffusion.

Une dotation en lots importante, en adéquation avec le produit, la cible et le nombre de points de vente et d'animation est à intégrer à la proposition d'action commerciale. Celle-ci pourra être renforcée de Voyages en Normandie, en partenariat avec les Agences d'Attractivités de la Manche, du Calvados et de Seine-Maritime (à confirmer)

- Les partenariats / Mise en œuvre de l'opération commerciale (à confirmer)
 - UMF :
 - Relai de l'opération commerciale / mareyeurs et incitation à y participer
 - Aide financière / « fournisseurs officiels » de la LGD adhérents de l'UMF
 - OPEF :
 - Edition et diffusion d'une affiche vers 3.000 poissonneries de son réseau
 - Information des 3.000 poissonneries / gestion inscription
 - FFP :
 - Information des GMS à l'échelle nationale
 - Intégration du jeu conso LGD lors des animations PAVILLON FRANCE de décorticage de CSJ en hyper / supermarchés, sur octobre et novembre
 - AREA Normandie :
 - Information des GMS et centrales d'achat à l'échelle régionale
 - Diffusion et intégration du jeu conso LGD en lien avec les animations points de vente « Saveurs de Normandie »



7. Calendrier de réalisation

L'engagement de l'agence pour la réalisation de l'évènementiel sera formalisé fin avril 2022.

La période privilégiée de réalisation des éditions LGD 2023, 2024 et 2025 sont les suivantes : du 01 octobre au 30 novembre de chaque année.

Le calendrier des actions pourra avantageusement comporter une seconde vague (dont la nature est à proposer dans le cadre des propositions des soumissionnaires), entre février mars, afin de dynamiser la seconde partie de la campagne de pêche.

L'opération commerciale débutera avec le début de la campagne de pêche et de commercialisation.

8. Conduite des Travaux / Réunions / Suivi

Un Comité de Pilotage est défini pour suivre l'organisation de l'évènementiel. Il est composé de l'ensemble des partenaires ainsi que de chargés de mission de la Région, identifiés auprès de NFM. Il pourra se réunir dans les locaux de la Région à Caen.

Le soumissionnaire doit intégrer à sa proposition :

- L'animation de 2 à 4 réunions / an du Comité de Pilotage, dont 1 réunion de restitution finale,
- Le nombre de réunions (en distanciel ou en présentiel) et d'échanges téléphoniques qu'il estime nécessaire, pour le suivi opérationnel avec NFM.

Les échanges avec l'ensemble des membres du Comité de Pilotage et les transmissions documentaires requises seront facilités via la coordination assurée par NFM.

9. Bilan de l'évènementiel

Les livrables du bilan de chaque évènementiel, à fournir au plus tard en février qui suit, comportera :

- 1 vidéo de présentation et de bilan courte, ou équivalent (3-4 minutes maxi)
- 1 Présentation PPT détaillée (réalisations et résultats) / Partenaires et financeurs
- 1 Pressbook / retombées Médias
- L'ensemble des supports produits : Communiqué, Dossier de Presse, Insertions, vidéos, supports digitaux...
- 1 proposition d'évolution de l'évènementiel pour l'édition suivante

10. Budget

La proposition des soumissionnaires devra respecter un budget total de 210 000€ TTC maximum / évènementiel, soit 630 000€ TTC pour les 3 éditions.

Ce budget devra comprendre l'ensemble des coûts inhérents à la proposition (y compris les besoins en coquilles et/ou noix de CSJ pour les RPs et les animations/dégustations liées au Fish Truck Tour) et tous les frais à la charge du prestataire et notamment les honoraires et charges diverses liées à la prestation telles que :

- (1) les indemnité journalière (per diem), frais d'hôtel inclus, en raison de l'exécution des services ;
- (2) les coûts de transport et les frais d'appui logistique pour l'acheminement de documents, destinés au client, aux sites d'animations et de promotion ;
- (3) les frais d'édition, de communication (médias), de relation presse, d'animation, d'organisation de l'opération commerciale...
- (4) les frais liés à l'implantation du Fish-Truck PAVILLON FRANCE

Tous les coûts encourus par le prestataire et relatifs à l'établissement de sa proposition et sa présentation seront supportés par le prestataire.

II- Règlement de consultation

I. Modalités de retrait du dossier de consultation

Ce dossier de consultation peut être téléchargé sur le site Internet <https://www.e-marchespublics.com/>, sous les références : NFM-LGD2023-25 / référence **Dématis XXXXX**

Il peut-être aussi récupérer auprès de Normandie Fraîcheur Mer (NFM), (cf. coordonnées au point 6).

Le dossier de consultation est accessible jusqu'à la date limite de remise des offres.

2. Conditions de participation

Les travaux et échanges se dérouleront impérativement en langue française.

Une expérience solide en gestion d'évènementiels est souhaitée, si possible dans le domaine des produits de la mer.

Des renseignements concernant la situation propre du (des) prestataire(s) de services et des renseignements et formalités nécessaires pour l'évaluation de la capacité économique, financière et technique minimale sont requises en vue de la sélection des candidatures.

Lors de l'ouverture des offres, seront éliminés, sous réserve de la décision du pouvoir adjudicateur :

- les candidats n'ayant pas fourni les documents demandés dûment complétés et signés ;
- les candidats n'ayant pas fourni les renseignements précis d'évaluation des capacités professionnelles, techniques et financières ;
- Les candidats dont les offres ne respectent pas les modalités de budget définies ;
- les candidats dont les garanties professionnelles et financières sont insuffisantes ;
- Les candidats dont les offres ne fournissent pas l'intégralité des pièces requises dans les deux chapitres ci-après.

3. Pièces demandées aux soumissionnaires

La proposition du prestataire doit contenir :

- Une lettre de candidature datée et signée
- Une proposition technique, comprenant :
 - une description détaillée de la prestation, incluant des propositions concrètes, avancées et étayées, au minimum sur :
 - le projet de visuel et la charte graphique associée
 - le(s) influenceur(s) proposé(s), parrain ou personnalité(s),
 - les modalités de recrutement et d'animation des différents lieux d'animation,
 - les actions de relations presse prévues,
 - le plan média proposé incluant vos choix en terme supports de communication,
 - la campagne digitale proposée
 - l'opération commerciale proposée,

- la théâtralisation proposé pour les Fêtes maritimes régionales,
- les propositions de goodies,
- les implantations envisagées / tournée des animations culinaires : lieux, dates,
- les modalités de mise en avant spécifique des Labels Rouge et du projet d'IGP, sur l'ensemble des supports,
- les modalités organisationnelles : calendrier des opérations, des réunions,
- les modalités de restitution : bilan de l'évènementiel, livrables,
- La composition de l'équipe dédiée : noms et qualité des personnes la composant,
- Les références de l'agence.
- Une annexe financière, comprenant un budget détaillé de la prestation, poste par poste, pour l'organisation de l'évènementiel et pour l'opération commerciale, dont la durée de validité sera garantie 3 mois à compter de l'émission de l'offre.
- Un engagement de cession de droits : toutes les productions matérielles et intellectuelles relatives à l'évènementiel et à l'opération commerciale deviendront à l'issue de ceux-ci, l'entière propriété de NFM.

4. Pièces demandées à l'attributaire provisoire

Le candidat déclaré attributaire provisoire ne se verra attribuer le marché que s'il produit les documents suivants, dans un délai de 7 jours ouvrés à compter de la réception de la demande formulée par la personne représentant le pouvoir adjudicateur :

- Un extrait de l'inscription au RCS (K ou Kbis).
- Une attestation de régularité sociale et fiscale.
- Une attestation d'assurance, garantissant sa responsabilité à l'égard des tiers en cas d'accidents ou de dommages causés par la conduite des prestations ou les modalités de leur exécution.

5. Modalités de soumission des offres

Les offres des soumissionnaires devront être rédigées en langue française et être parvenues le :

Vendredi 28 avril 2023 au plus tard à 16h.

Toute offre déposée ou reçue postérieurement à cette date limite ne sera pas prise en compte. De même, les propositions incomplètes ou qui ne répondent pas aux besoins exprimés ne seront pas retenues.

Les offres devront être transmises de manière dématérialisées (en format PDF)

Exclusivement via le site Internet <https://www.e-marchespublics.com/>

sous la référence : NFM-LGD2022-24 / référence **Dématis XXXX**

6. Renseignements complémentaires

Toute demande d'éclaircissement doit être adressée au plus tard 2 jours calendaires avant la date limite de remise des propositions.

Les demandes d'éclaircissement sont à adresser :

- via le site Internet <https://www.e-marchespublics.com/>
- où à Elsa LEDRU, chargée de communication NFM :
ledru@nfm.fr ou 02 31 51 21 53 / 07 76 15 84 18.

7. Modalités de sélection du prestataire

Les propositions reçues seront sélectionnées, au regard des critères suivants :

Critères de notation	Points
Expérience du prestataire dans des opérations équivalentes	2
Qualité de l'équipe proposée	3
Qualité du plan média et de la campagne digitale	3
Qualité du visuel et de la charte graphique proposés	3
Qualité du parrain et des influenceurs proposés	3
Qualité de l'opération commerciale et de la dotation associée	3
Qualité de la théâtralisation / Manifestations régionales	2
Respect des exigences (dont coût de la prestation proposée)	1
TOTAL	20

Le non-respect des exigences du dossier de consultation se traduisant par une note de 0 sur le critère associé entraîne automatiquement une invalidité de la proposition.

La sélection des offres sera réalisée en concertation entre NFM et ses partenaires (directeurs et collaborateurs) et les chargés de mission de la Région ; les membres du Comité de Pilotage.

En fonction des possibilités, une présentation (en présentiel ou en distanciel) des projets présélectionnés pourra être demandée aux prestataires candidats.

Au vu des avis formulés par le Comité de Pilotage, NFM pourra engager des discussions avec un ou plusieurs candidats.

A l'issue de ces négociations, un comité de décision, composé des présidents et directeurs des structures partenaires approuvera le choix final du prestataire.

Le choix de l'attributaire sera rendu public dans un délai de 15 jours à l'issue de la consultation. La mission du prestataire débutera le jour suivant.

8. Contrats et modalités de facturation

Un acte d'attribution de marché sera établi entre Normandie Fraicheur Mer et l'attributaire du marché, à l'issue de la phase de consultation et de choix de ce dernier.

Ce contrat sera établi initialement pour la conduite de l'évènementiel LGD 2023. Il pourra ensuite être renouvelé pour les éditions 2024 et 2025 de l'évènementiel LGD et dès l'issue de la restitution des livrables sur décision des membres du Comité de Pilotage, dans la mesure où les prestations de l'attributaires seront considérées comme satisfaisante par le Comité de Pilotage.

Les modalités de facturation de la part du prestataire pourront intégrer, pour chaque évènementiel :

- 1 acompte de 30 % du montant du forfait annuel de rémunération, à la signature de l'acte d'attribution, ou son renouvellement
- 1 versement intermédiaire : 30 % du montant total du forfait annuel de rémunération, au lancement de l'évènementiel,
- 1 solde, à la fin de chaque évènementiel, après réception du bilan, des livrables et l'organisation de la réunion de restitution.

Le prestataire devra prendre en considération un délai de paiement de 90 jours, à date de réception des factures.