



REGLEMENT DE LA CONSULTATION

**CONCEPTION ET REALISATION D'UNE CAMPAGNE COLLECTIVE
D'INFORMATION ET DE COMMUNICATION
EN FAVEUR DU FROMAGE EUROPEEN
AU JAPON, EN COREE DU SUD, EN CHINE ET A TAIWAN
2020 – 2022**

ACHETEUR : Centre National Interprofessionnel de l'Economie Laitière (CNIEL)

Point de contact :

CNIEL

42 rue de Châteaudun

Paris 75314 cedex 09

A l'attention de Christophe SPOTTI

+33 1 49 70 74 02 / cspotti@cniel.com

MODE DE CONSULTATION : Appel d'offres ouvert

Article 1 : Objet du marché

Le CNIEL est une association créée dans le secteur du lait de vache, en 1974, par les organisations nationales représentatives de la production et de la transformation laitière. Reconnu par l'Union européenne et la loi française en qualité d'organisation interprofessionnelle, le CNIEL contribue à promouvoir le lait de vache et ses produits dérivés (fromage, crème, etc.) en France et à l'étranger.

Le programme d'information et de communication objet du présent marché est cofinancé par l'Union Européenne et par le CNIEL.

Le présent marché sera composé de deux (2) tranches : l'une ferme, l'autre conditionnelle.

Un dossier de demande de cofinancement sera déposé auprès de l'Union Européenne dans le courant du premier trimestre 2019. Cette campagne ne pourra être officiellement lancée qu'après acceptation totale du dossier et accord écrit de l'Union Européenne.

L'acceptation du dossier de cofinancement par l'Union Européenne faisant l'objet d'un accord écrit de l'Union Européenne est une condition suspensive à la réalisation de la tranche conditionnelle portant sur la mise en œuvre du programme d'information et de communication. En cas de refus de l'Union Européenne, la campagne ne sera pas mise en œuvre et aucun marché ne sera conclu par le CNIEL pour la tranche conditionnelle.

Le marché a pour objet la conception et réalisation d'une campagne collective d'information et de communication en faveur du fromage européen au Japon, en Corée du sud, en Chine et à Taiwan 2020 – 2022.

Le marché est composé de deux tranches :

- Une tranche ferme : accompagnement dans le montage du dossier à déposer auprès de la Commission européenne avant le 10 avril 2019 ;
- Une tranche conditionnelle : exécution du programme d'information et de communication.

La tranche conditionnelle sera réalisée si la condition suivante est remplie : acceptation totale du dossier et accord écrit de l'Union Européenne sur le programme d'information et de communication. Dès réception de l'accord écrit de l'Union européenne, le CNIEL notifiera au titulaire la décision d'affermir la tranche conditionnelle.

Les prestations seront exécutées au Japon, en Corée du Sud, en Chine et à Taïwan.

Article 2. Durée du marché

La tranche ferme aura lieu du 10 janvier 2019 au 10 avril 2019

La durée de la **tranche conditionnelle** est de 3 ans.

Le marché prend effet à compter de sa notification au titulaire.

Le marché n'est pas renouvelable.

Article 3 : Composition du dossier de consultation

Le dossier de consultation comprend les pièces suivantes :

- l'avis d'appel public à la concurrence,
- le présent règlement de la consultation,
- le cahier des charges.

Article 4 : Division en lots

Le marché n'est pas alloti.

Article 5 : Date limite de réception des candidatures et des offres

La date limite de réception des candidatures et des offres est le **10 janvier 2019 à 12h00** (midi).

Les dossiers qui seraient réceptionnés par l'acheteur après la date et l'heure limites fixées ci-dessus ainsi que ceux que ne respectent pas le formalisme décrit à l'article 7 et 8 ne seront pas retenus.

Article 6 : Délai de validité des offres

Le délai de validité des offres est fixé à 120 jours à compter de la date limite de remise des offres.

Article 7 : Présentation des candidatures

Les candidats devront remettre le dossier de présentation de leur candidature comprenant, dans l'ordre suivant :

- Formulaire [DC1](#) et [DC2](#) dûment complétés, datés et signés ou le [Document Unique de Marché Européen](#) (DUME) ;
- L'extrait des comptes (liasses fiscales) pour les trois derniers exercices et, le cas échéant, le chiffre d'affaires du domaine d'activité faisant l'objet du marché, portant sur les trois derniers exercices disponibles ;
- Liste des prestations similaires fournies au cours des trois dernières années. Le candidat indiquera le montant, la date et le nom du client public ou privé dans le respect des obligations éventuelles de confidentialité ; En cas de candidature sous forme de groupement, le candidat précise la forme du groupement (conjoint ou solidaire, étant précisé que seul un groupement solidaire pourra être attributaire du marché (cf. art. 10 ci-après)), désigne le mandataire du groupement et produit le mandat habilitant le mandataire à valablement engager le groupement ;
- La preuve d'une assurance pour risques professionnels ;
- Une déclaration indiquant les effectifs moyens annuels du candidat et l'importance du personnel d'encadrement pour chacune des trois dernières années ;
- Une description des moyens matériels et humains du candidat justifiant de sa capacité à exécuter les prestations demandées.

Article 8 : Présentation des offres

L'offre devra être rédigée en langue française ou anglaise et contiendra **un mémoire technique et financier** composé des éléments suivants :

- **L'offre technique du soumissionnaire, comprenant :**
 - Une stratégie de communication et de promotion, justifiant ses choix par des données chiffrées et calibrées tout en proposant des objectifs précis au gré des 3 années du programme ;

- Une déclinaison de pistes pour l'ensemble des actions définies (à adapter en fonction des pays cibles). Les actions proposées reposeront sur des messages forts à communiquer auprès des publics cibles ;
 - Temporalité du programme : le soumissionnaire proposera une temporalité sur 3 années en s'appuyant sur des éléments concrets ;
 - Une stratégie d'insertion presse / presse professionnelle (presse écrite et web) si nécessaire ;
 - Des formations professionnelles auprès de la cible prioritaire du programme, si nécessaire ;
 - Une stratégie de relations presse et publiques auprès de la cible presse et influenceurs ;
 - Une stratégie digitale virale qui s'appuie sur les influenceurs des pays cibles en élaborant des partenariats à moyen et long terme.
- **Pour chaque action, le soumissionnaire proposera :**
- L'organisation de chaque action (objectifs, messages à communiquer, logistique action, matériel produit, budget) ;
 - Un planning précis de chaque action ;
 - **Des indicateurs d'efficacité (KPI)** précis par cible qui serviront de base pour toute évaluation ;
 - **L'ensemble des livrables par activité / lot de travail**
 - **Une estimation de résultat** pour toutes les actions du programme.

Le soumissionnaire proposera un tableau récapitulatif des chacune de ses actions selon le modèle suivant (les informations en italique sont données à titre d'exemple) :

TITRE/NATURE DE L'ACTIVITE	ACTIONS RELATIONS PRESSE		
OBJECTIFS SPECIFIQUES	<i>Objectifs : détailler</i> <i>XX communiqué de presse/an toutes zones confondues selon répartition suivante :</i> - <i>XXCP Pays du moyen Orient / XX journalistes destinataires</i> - <i>XX CP Chine Continentale / XX journalistes destinataires</i> - <i>XX CP Hong Kong / XX journalistes destinataires</i> - <i>XX CP Taïwan / XX journalistes destinataires</i> <i>XX dossiers de presse de fond toutes zones confondues par an selon répartition suivante : XX Chine Continentales / XX Hong Kong / XX Taïwan</i> <i>XX Arabie-Emirats arabes Unis / portage presse / an sur la zone Asie selon répartition suivante : 1 Chine Continentale / XX journalistes cœurs de cible – 1 Hong-Kong / XX journalistes cœurs de cible – XX Taïwan / XX journalistes cœurs de cible</i> <i>XX ateliers démos médias blogueurs - base XX participants toutes zones confondues selon répartition annuelle suivante : XX ateliers aux Pays du Moyen-Orient / XX atelier Chine Continentale / XX atelier Hong-Kong / XX atelier Taïwan</i> <i>Valeur de l'action : XXXXXXXXXXXX €</i>		
DESCRIPTION DE L'ACTIVITE	<i>Action de relations presse continues annuelles – Rédaction des outils presse – relances des bases presse – gestion logistique des événements presse</i>		
	ANNEE 1	ANNEE 2	ANNEE 3

ELEMENTS A LIVRER	<i>XX communiqués de presse par an</i> <i>XX dossier de presse annuel par année</i> <i>XX portage</i> <i>XX évènements presse annuels</i> <i>XX ateliers presse par an</i> <i>Etc.</i>	<i>XX communiqués de presse par an</i> <i>XX dossier de presse annuel par année</i> <i>XX portage</i> <i>XX évènements presse annuels</i> <i>XX ateliers presse par an</i> <i>Etc.</i>	<i>XX communiqués de presse par an</i> <i>XX dossier de presse annuel par année</i> <i>XX portage</i> <i>XX évènements presse annuels</i> <i>XX ateliers presse par an</i> <i>Etc.</i>
ANALYSE DU BUDGET	<i>Communiqués de presse (Contenu, traduction, diffusion) : XXXXXXXX € / an</i> <i>Dossiers de presse (Contenu, traduction, digitalisation, diffusion) : XXXXXXXX € / an</i> <i>Portage : XXXXXXXX € / an</i> <i>Lancements presse (coordination, logistique, aménagement, accueil presse) : XXXXXXXX € / an</i> <i>Ateliers démos médias et blogueurs (coordination, logistique, aménagement, accueil presse) : XXXXXXXX € / an</i> <i>Etc...</i> <i>74 jours – hommes / XXXXXXXX € / an : XXXXXXXX € (assistante junior – XXXXXXXX € / 46 jours homme)</i> <i>Etc.</i>		
EXECUTION			

- **L'offre budgétaire du soumissionnaire comprenant :**
 - Un budget précis pour les trois années du programme par action et par pays (une ligne création graphique, et une ligne d'implémentation - adaptation pour tous les outils / pays seront provisionnés dans le budget proposé) selon le modèle suivant :

Langue

Tableau budgétaire détaillé

Acronyme de la proposition Identité de la proposition

Intitulé	Années	A. Coûts directs de personnel	B. Coûts directs de sous-traitance	C. Autres coûts directs	TOTAL
1. Coordination du projet					
Coût de personnel organisation(s) proposant(e)s					
	Année 1				
	Année 2				
	Année 3				
Autres coûts de coordination du projet					
	Année 1				
	Année 2				
	Année 3				
	TOTAL				
2. Stratégie					
Définition de la stratégie de communication					
	Année 1				
	Année 2				
	Année 3				
Définition de l'identité visuelle de la campagne					
	Année 1				
	Année 2				
	Année 3				
Études de marché					
	Année 1				
	Année 2				
	Année 3				
Autres					
	Année 1				
	Année 2				
	Année 3				
	TOTAL				
3. Relations publiques					
Activités de relations publiques en continu (Agence RP)					
	Année 1				
	Année 2				
	Année 3				
Points de presse					
	Année 1				
	Année 2				
	Année 3				
	TOTAL				

- Un budget récapitulatif selon le modèle suivant (*les intitulés des actions (en italique) sont donnés à titre d'exemple*) :

ACTIONS	ANNEE 1	ANNEE 2	ANNEE 3	TOTAL
Action 1 <i>Création graphique</i>				
Action 2 <i>Site Internet</i>				
Action 3 <i>Insertions presse</i>				
Action 4 <i>Formations professionnelles</i>				
Action 5 <i>relations presse</i>				
Total des coûts d'achat d'espaces publicitaires (1A)				
Total des coûts des actions, à l'exclusion des coûts d'achat d'espaces publicitaires (1B)				
TOTAL DES ACTIONS				
Honoraires de l'organisme d'exécution pour l'achat d'espaces publicitaires (maximum 5% de (1A), annexe III, point B.1.2, du contrat)				
Honoraires de l'organisme d'exécution (maximum 15% de (1B), annexe III, point B.1.2, du contrat)				
Evaluations des résultats des actions (maximum 3% de (1), annexe III, point C.5, du contrat)				
TOTAL des coûts directs pour le programme (2)				
Frais généraux (maximum (3/5% pour la marché intérieur) (4/6% pour les pays tiers) de (2), annexe III, point A.1, du contrat)				
TOTAL DU PROGRAMME				

Le budget proposé dans le cadre de cet appel d'offres comprend et distingue par pays :

- Le budget total des activités à l'exclusion des coûts d'achat d'espaces publicitaires (ci-après « **Budget des activités** ») ;
- Les honoraires de l'agence afférents au Budget des activités, honoraires qui ne peuvent dépasser 15% du Budget des activités effectivement réalisées et/ou coordonnées ;
- Le budget total des coûts d'achat d'espaces publicitaires (ci-après « **Budget Achat d'Espaces** ») ;
- Les honoraires de l'agence afférents au Budget Achat d'Espaces, honoraires qui ne peuvent dépasser 5% du Budget Achat d'Espaces effectivement exposé.
- Les honoraires de coordination des honoraires propres à chaque activité.

Article 9 : Forme juridique que devra revêtir le groupement d'opérateurs économiques attributaire du marché

Les groupements d'opérateurs économiques peuvent participer à la présente consultation quelle que soit leur forme juridique. En cas d'attribution du marché, le groupement d'opérateurs économiques devra revêtir la forme d'un groupement solidaire.

Article 10 : Modalités de retrait du dossier de consultation

Le retrait du dossier de consultation est gratuit. Le dossier est disponible sur la page <http://www.filiere-laitiere.fr/fr/appels-doffres> ou sur demande auprès de Christophe SPOTTI par voie postale ou par email :

CNIEL
DEPARTEMENT COMMUNICATION
Conception et réalisation d'une campagne collective d'information et de communication
en faveur du fromage européen
au Japon, en Corée du sud, en Chine et à Taiwan 2020 – 2022
42, RUE DE CHATEAUDUN
75314 PARIS CEDEX 09
FRANCE
cspotti@cniel.com

Article 11 : Délai de modification du dossier de consultation

Le CNIEL se réserve le droit d'apporter au plus tard 6 jours avant la date limite de réception des candidatures et des offres, des modifications de détail au dossier de consultation.

Il en informera, le cas échéant, tous les candidats ayant demandé le dossier de consultation dans des conditions respectueuses du principe d'égalité. Ceux-ci devront alors répondre sur la base du dossier modifié sans pouvoir élever aucune réclamation à ce sujet.

Article 12 : Modalités de remise des candidatures et des offres

Les candidatures et les offres sont transmises soit sur support papier par voie postale, soit par voie électronique.

12.1 Transmission sur papier

Les candidatures et les offres seront envoyées sous pli cacheté à l'adresse suivante :

CNIEL
DEPARTEMENT COMMUNICATION
Conception et réalisation d'une campagne collective d'information et de communication
en faveur du fromage européen
au Japon, en Corée du sud, en Chine et à Taiwan 2020 – 2022
42, RUE DE CHATEAUDUN
75314 PARIS CEDEX 09
FRANCE

avec l'indication obligatoire de l'objet de la consultation et de la mention « NE PAS OUVRIR » comme suit :

« CNIEL – Appel d'offres ouvert - Conception et réalisation d'une campagne collective d'information et de communication en faveur du fromage européen au Japon, en Corée du sud, en Chine et à Taiwan 2020 – 2022 »
« NE PAS OUVRIR »

Les offres devront parvenir, par tout moyen permettant de déterminer de façon certaine la date et l'heure de réception (recommandé avec AR, porteur, etc.), à l'adresse mentionnée ci-dessus. Elles devront être adressées en temps utile pour parvenir au lieu de réception des offres avant la date et l'heure limites fixées par le présent règlement de la consultation.

12.2 Transmission par voie électronique

Les candidatures et offres doivent être envoyées à l'adresse mail suivante : cspotti@cniel.com

Il est recommandé aux soumissionnaires de ne pas transmettre leur candidature et leur offre en « dernière minute » et de s'être assurés par un test préalable qu'ils maîtrisent bien le mode de fonctionnement de transmission.

Les informations complémentaires suivantes sont portées à la connaissance du soumissionnaire :

- ✓ Les formats compatibles que le pouvoir adjudicateur peut lire sont : .zip, .xls, .doc, .pdf. Le candidat est invité à :
 - ne pas utiliser certains formats, notamment les ".exe"
 - ne pas utiliser certains outils, notamment les "macros"
 - faire en sorte que l'offre ne soit pas trop volumineuse.
- ✓ Dans le cadre de candidatures groupées, le mandataire assure la sécurité et l'authenticité des informations transmises au nom des membres du groupement.

Article 13 : Examen des candidatures

L'examen des dossiers de candidatures par la Commission d'Evaluation sera fait au vu des pièces administratives exigées.

Seront éliminés les candidats dont la capacité économique et financière et les capacités techniques et professionnelles sont insuffisantes au vu des pièces fournies.

Les candidatures pour lesquelles des pièces réclamées sont absentes ou incomplètes, ne seront pas admises.

L'acheteur peut demander au candidat de compléter ou d'expliquer les documents justificatifs et moyens de preuve fournis ou obtenus.

Article 14 : Examen des offres

Les offres devront respecter les exigences formulées dans les documents de la consultation et notamment dans le cahier des charges. Seront éliminées les offres qui seront jugées inacceptables, inappropriées ou irrégulières.

L'acheteur se réserve la possibilité de demander aux candidats de préciser leur offre.

Les autres offres seront classées et l'offre économiquement la plus avantageuse sera choisie en fonction des critères suivants :

14. 1. Critères de sélection des offres

1. « Valeur technique de l'offre » : critère pondéré - /60

Sous-critères

- a. Pertinence de la stratégie au regard des cibles et des marchés - critère pondéré /15
- b. Qualité de la proposition, qualité des actions et déclinaison du programme (temporalité) - critère pondéré - /15
- c. Qualité et contenu des outils proposés au regard des actions - critère pondéré / 10
- d. Pertinence de l'accroche et des orientations créatives en adéquation avec les actions envisagées et les objectifs visés) : critère pondéré /10

- e. Qualité de l'organisation proposée (structuration de l'agence et compétence des équipes) pour la réalisation des prestations du marché : critère pondéré /10
- 2. « Budget » - Répartition du budget au regard des actions, des pays et particulièrement des résultats attendus : critère pondéré - /25
- 3. « Honoraires » : respect des critères du cahier des charges : critère pondéré - / 15

14. 2. Note globale

La note globale de chaque candidat sera la somme des notes obtenues pour chacun des critères.

L'offre qui obtiendra la note globale la plus élevée sera classée première. L'offre qui obtiendra la note globale la moins élevée sera classée dernière. Le candidat dont l'offre aura été classée première sera donc retenu comme attributaire du marché.

Article 15 : Pièces à fournir par l'attributaire pressenti

Le candidat auquel il est envisagé d'attribuer le marché produit en outre :

- Un extrait de casier judiciaire ; si l'attributaire pressenti est établi à l'étranger, ce dernier produit un extrait du registre pertinent ou, à défaut, un document équivalent délivré par l'autorité judiciaire ou administrative compétente de son pays d'origine ou d'établissement, attestant de l'absence de cas d'exclusion.
- Les pièces prévues aux articles D. 8222-5 ou D. 8222-7 et D. 8222-8 ou D. 8254-2 à D. 8254-5 du code du travail, qui sont à produire tous les six mois jusqu'à la fin de l'exécution du marché ;
- Les attestations et certificats délivrés par les administrations et organismes compétents prouvant qu'il a satisfait à ses obligations fiscales et sociales. Si l'attributaire pressenti est établi à l'étranger, ce dernier produit un certificat établi par les administrations et organismes de son pays d'origine ou d'établissement.
- Le formulaire ATTRI1 (Acte d'engagement) daté et signé par la personne habilitée à engager le soumissionnaire (en cas de groupement, l'acte d'engagement sera un document unique) que le CNIEL adressera après l'avoir dûment rempli.
 - ⇒ En cas de recours à la sous-traitance déclarée au moment du dépôt de l'offre, le candidat fournit au CNIEL une déclaration mentionnant :
 - La nature des prestations sous-traitées ;
 - Le nom, la raison ou la dénomination sociale et l'adresse du sous-traitant proposé ;
 - Le montant maximum des sommes à verser au sous-traitant ;
 - Les conditions de paiement prévues par le projet de contrat de sous-traitance et, le cas échéant, les modalités de variation des prix ;
 - Le cas échéant, les capacités du sous-traitant sur lesquelles le candidat s'appuie.

Il lui remet également une déclaration du sous-traitant indiquant qu'il ne tombe pas sous le coup d'une interdiction de soumissionner.

La notification du marché à l'un des soumissionnaires emporte acceptation du sous-traitant et agrément des conditions de paiement.

L'attributaire pressenti communiquera ces pièces à l'acheteur dans le délai qui lui sera communiqué.

A défaut de production de ces documents dans le délai imparti, l'offre du candidat retenue sera rejetée et le candidat éliminé. Le candidat suivant dans le classement des offres sera alors sollicité pour produire ces documents avant que le marché ne lui soit attribué.

Article 16 : Renseignements complémentaires

Pour obtenir tous les renseignements complémentaires administratifs ou techniques qui leur seraient nécessaires, les candidats devront faire parvenir dix jours avant la date limite fixée pour la réception des offres, une demande, soit par courriel à l'adresse suivante : cspotti@cniel.com, soit par courrier à :

CNIEL
DEPARTEMENT COMMUNICATION
Conception et réalisation d'une campagne collective d'information et de communication
en faveur du fromage européen
au Japon, en Corée du sud, en Chine et à Taiwan 2020 – 2022
42 RUE DE CHATEAUDUN
75314 PARIS CEDEX 09
FRANCE

Une réponse sera alors adressée à l'ensemble des candidats et dans les mêmes conditions, au plus tard six jours calendaires avant la date limite fixée pour la réception des offres.