



Consultation 2024 :

Création de vidéos pédagogiques  
« IGP Méditerranée »

Organisme concerné :

Intervins Sud-Est Maison de l'Agriculture - 22 avenue Henri Pontier -13626 Aix-en-Provence Cedex 01.

Contacts :

Marine Gayrard - Directrice : [direction@intervins-sudest.org](mailto:direction@intervins-sudest.org) - 04 90 42 90 04

Marie-Clémentine Savey - Chargée de communication : [communication@intervins-sudest.org](mailto:communication@intervins-sudest.org) – 06 24 36 47 67

Capucine Juillé – Assistante de communication : [equipe@intervins-sudest.org](mailto:equipe@intervins-sudest.org)

## Présentation

InterVINS Sud-Est, l'**Interprofession des vins à Indication Géographique Protégée du Sud-Est**, réunit les familles de producteurs (vignerons indépendants et caves coopératives), négociants, et courtiers sur le bassin viticole du quart Sud-Est pour valoriser les vins IGP produits dans cette zone. Cette mise en avant collective passe par la communication.

### **La dénomination : IGP Méditerranée**

Créée en 1999, le vin de pays Portes de la Méditerranée devient le vin de pays de Méditerranée en 2007 pour évoluer en Méditerranée, Indication Géographique Protégée en 2009. Il est reconnu définitivement par la communauté européenne au 1er janvier 2015.

Intervins Sud-Est, l'interprofession des vins IGP du Sud-Est est en charge de la mise en œuvre de la communication de l'IGP Méditerranée et d'autres dénominations régionales.

### **9 dénominations IGP dont nous assurons la promotion sont :**

7 IGP départementales, réparties sur 4 départements (Drôme, Ardèche, Vaucluse et Bouches-du-Rhône) : Alpilles IGP, Ardèche IGP, Drôme IGP, Collines Rhodaniennes IGP, Coteaux des Baronnies IGP, Pays des Bouches-du-Rhône IGP, Vaucluse IGP.

Et deux mentions régionales : Méditerranée IGP, qui couvre l'ensemble du territoire sur 10 départements (Ardèche, Drôme, Vaucluse, Bouches-du-Rhône, Var, Alpes de Haute Provence, Hautes-Alpes, Alpes-Maritimes, Haute Corse et Corse du Sud), et Comtés Rhodaniens IGP, répartie sur les départements de la Drôme, de l'Isère, de la Savoie, de l'Ain, du Rhône et de la Loire.

### **Positionnement de l'IGP Méditerranée :**

*« Des vins sculptés par la lumière, inspirés par les ciels purs de la Méditerranée. Des vins sortant des sentiers battus qui sont le fruit de notre engagement sincère. Des vins appréciés de tous, à découvrir librement, sans complexe, en toute spontanéité entre copains, en famille. »*

## 1ère partie : La fiche d'identité de notre projet de vidéos :

**Contexte :** Dans le cadre de notre communication actuelle en France et à l'International, nous souhaitons avoir à notre disposition trois vidéos pédagogiques à l'image de la dénomination des vins IGP Méditerranée auprès de plusieurs cibles.

### Projet vidéo : Trois vidéos en production avec leur scénario :

- Une vidéo pour les professionnels en Français (scénario à rédiger)
- Une vidéo pour les professionnels en Anglais (déclinaison de la version française)
- Une vidéo en Français à destination du grand public (scénario à rédiger)

A rajouter également dans votre chiffrage, des capsules/séquences (env. 30 sec) à imaginer/extraire provenant de ces futures vidéos pour une diffusion à destination des réseaux sociaux et programmation de campagnes displays.

**Date de livraison souhaitée des vidéos** et impératif au niveau du planning : Juin 2024 maximum.

**Canaux de diffusion des vidéos :** LinkedIn, Sites internet, plateforme YouTube, RS, Supports pédagogiques, diffusion lors de salons professionnels ou événements grand public, lors de Master Class...

**Durée des vidéos :** A définir avec le prestataire une fois que les scénarios sont établis.

Proposition à affiner ultérieurement : 1m30 pour le grand public – 30 sec pour les capsules des réseaux sociaux et env. 2min30 pour les professionnels (Français et Anglais).

**Style graphique :** Réalisation d'un format/style film. Valorisation par de belles images du territoire en intégrant (à voir en fonction du scénario) des éléments graphiques à l'image du guide de marque de Méditerranée. L'intégration de musique et d'effets sonores si nécessaire et libre de droits. Du Motion design peut également être intégré et à définir si cela est pertinent dans le script proposé en amont. A voir aussi, l'intégration ou non de l'ambassadeur Chef-fe « Food ».

#### **Option possible et en cours de validation :**

**Ambassadeur :** Intervins Sud-Est souhaite pour sa dénomination régionale : IGP Méditerranée recruter un ambassadeur/drice de marque pertinent afin de déployer une communication à 360. Cet ambassadeur/drice de marque réalisera la promotion du signe de qualité IGP Méditerranée, de son territoire, des femmes et hommes que composent la dénomination de manière stratégique. Cette personne sera avant tout un chef-fe du milieu de la gastronomie. Une personne qui parle de manière positive de la filière du vin et à une véritable connaissance de ce monde. Il ou elle pourra faire partie intégrante du projet des vidéos pédagogiques présenté sur ce brief. La recherche du chef est en cours. Des informations vous seront communiquées au fur et à mesure dès lors que le projet d'ambassadeur sera également validé.

**Scénarios :** A réfléchir et à rédiger en partenariat étroit avec l'interprofession Intervins Sud-Est (au total deux scénarios à prévoir). Professionnel et Grand Public.

#### **2ème partie : le contenu des vidéos pour :**

- Les professionnels : Version Française et anglaise
- Le grand public : Version Française uniquement

**Objectif des vidéos :** Augmenter la notoriété, l'attractivité et la compréhension des vins à Indication Géographique Protégée Méditerranée. Valoriser la dénomination et ses spécificités pour favoriser la notoriété du signe de qualité. Faire connaître et rendre plus lisible et visible le signe de qualité IGP et de la zone Méditerrané et sa traduction auprès de tous.

Le message le plus important à faire passer : Faire connaître la dénomination IGP Méditerranée. La situer au niveau territoire. Faire comprendre qui sont les acteurs et sa vision. Transmettre les messages. Découverte des 3 couleurs des vins avec une production de Rosé significative. Se rapprocher de notre guide de marque et dossier de presse afin d'exprimer les bons messages.

**Les Inspirations :** Accords mets et vins, moments de dégustation/consommation (repas, pique-nique...), moments de vie simple. Paysages époustouflants (calanques...). Marseille ! La Lumière du Sud-Est ! Art de vivre Méditerranéen.

**Votre cible pour la vidéo en Français Grand Public :** Cibles : 25-45 ans. Femme et Homme. Amateur de vin mais pas forcément connaisseur. Ne pas faire peur. Décomplexer !

**Votre cible pour la vidéo professionnelle en Français et en Anglais :** Le niveau d'expertise peut être un peu élevé. Toutefois, notre cible reste :

- Les professionnels du vin (diffusion lors de salons nationaux et internationaux) : Journalistes, Blogueurs, sommeliers, cavistes, influenceurs, agents, importateurs, restaurateurs, distributeurs, grandes distributions...

- Les étudiants vin (support vidéo utilisé pour une présentation à des fins pédagogiques...)

**Les problèmes rencontrés par nos cibles :** Bien expliquer la situation géographique de la dénomination IGP Méditerranée = Territoire étendu (Terre/Mer, couleur des vins, cépages, vins d'assemblage...).

**Nos avantages concurrentiels :** IGP Gages de qualité qui garde à la fois la liberté créative, l'accessibilité par un prix attractif, la diversité des vins : identitaire et décomplexé qui répondent à tout le monde.

**L'action finale :** Visiter le site internet <https://www.vin-de-meditteranee.org/> s'abonner à nos réseaux sociaux (Insta et Facebook) et soutien à la vente des IGP Méditerranée en GD notamment, et auprès des CHR. Développement de l'IGP Méditerranée à l'export, son image et notoriété.

**Les points de vigilance :** Univers Sémantique : Quelques mots sont à utiliser mais aussi à éviter. A voir les mots totems et mots tabous du guide de marque. Nous souhaitons que cette vidéo intègre le visuel phare, la carte en conformité avec la loi Evin, qui servira notamment de support pour des événements professionnels et grand public.

A noter que ces vidéos seront amenées à décliner tous les éléments forts de la dénomination de l'IGP Méditerranée avec des images impactantes et devront valoriser son territoire vaste et ses paysages éclectiques. Ces vidéos accompagneront nos messages pour la bonne compréhension de son univers, des hommes et des femmes travaillant la dénomination en intégrant l'ensemble des familles (Producteurs, caves coopératives et Maison de négoce). Faire découvrir les trois couleurs de vin, la multitude de cépages, les modes de consommation, l'art de vivre méditerranéen...

**Toutes les vidéos : devront être impérativement en conformité avec la Loi Evin. La partie de cession des droits, droit à l'image devront être maîtrisés. Nous souhaitons être propriétaire des vidéos, cession des droits à prévoir pour l'Interprofession.**

**Informations complémentaires : notre communication digitale et sites internet**

L'environnement digital de l'IGP Méditerranée :



[Vins IGP Méditerranée](#) – 5,6 K abonnés – Créé en juin 2013



[Vins IGP Méditerranée](#) – 1949 abonnés - Créé en juin 2016

### Sites internet des différentes structures

- IGP Méditerranée : <https://www.vin-de-mediterranee.org/>
- Fédération Inter-Med (la fédération Inter-Med représente syndicalement les IGP Méditerranée qui font partie du territoire de production de l'IGP Méditerranée, les syndicats de département en sont les adhérents) : <https://www.igpmed.fr/>
- Interprofession Intervins Sud-Est : <https://www.intervins-sudest.org/>
- Ensemble des dénominations gérées par Intervins Sud-Est : <https://www.vinsigpdusudest.org>

### Proposition : pour que votre offre soit étudiée, nous vous demandons de bien vouloir nous fournir les documents ci-après :

- Une présentation de votre agence [équipe et compétences]
- La personne ou les personnes qui géreront notre projet
- Vos références, avec un focus sur les références dans le vin (si vous en avez)
- Vos réalisations de vidéo (Portefolio)
- Les honoraires détaillées de l'agence sur le projet
- Un diagnostic rapide de l'ensemble de notre communication (votre perception de nos premiers éléments de communication et qui pourraient être mis sous un format vidéo)
- Une stratégie identifiée pour les 3 projets de vidéos
- Piste de scénario (Grandes lignes...)
- Une méthodologie appropriée pour la réalisation de ce projet (amont, pendant, aval)

### Budget

**20 000 € HT par Vidéo (Maximum)**

### Planning

Lancement de l'appel d'offre	<b>15 décembre 2023</b>
Réponse des agences à l'appel d'offres	<b>21 janvier 2024 au plus tard</b>
Sélection finale de l'agence par Intervins	<b>29 Février 2024 au plus tard</b>
Début du travail préparatoire	<b>Début Mars 2024 au plus tard</b>

**Critères de sélection :**

<b>Tableau de notation : Projet de vidéos pédagogiques</b>			
<b>Valeur Technique de la proposition : 70 % de la notation</b>			
<i>Les notes seront appréciées sur la base des propositions figurant dans le mémoire technique des agences sollicitées</i>	<i>Note sur</i>	<i>Coefficient</i>	<i>Note finale sur</i>
Analyse de la demande : compréhension de l'environnement	5	3	15
Pertinence de la stratégie et piste de scénario	5	3	15
Actions proposées pour répondre aux besoins (Méthodologie)	5	3	15
Expériences et références de l'agence	5	3	15
Organisation de l'équipe et moyens humains affectés à l'exécution du projet (organigramme)	5	2	10
<b>Note Totale : technique</b>			<b>70</b>
<b>Prix : 30 % de la notation</b>			
Sur 10 points : présentation budgétaire (notamment distinction claire des honoraires et des frais techniques pour le projet envisagé) Sur 20 points : note prix attribuée selon la formule suivante : $20 \times (\text{Montant de l'offre la moins disante} / \text{Montant de l'offre du candidat})$ (Quel que soit le résultat de ce calcul, la note maximale attribuable est de 20 points).			
<b>Note Totale : prix</b>			<b>30</b>
<b>Note globale sur :</b>			<b>100</b>

**ANNEXES**

[Guide marque](#)

<https://www.vin-de-mediterranee.org/>

<https://www.facebook.com/VinMediterranee/>

<https://www.instagram.com/vinsigpmed/?hl=fr>

[Carte de la dénomination](#)

[Dossier de Presse \(Fr\)](#)

[Dossier de Presse \(En\)](#)

[Vidéo DOOH Rosé Méditerranée](#)

[Vidéo Rosé Méditerranée Live officielle](#)

[Vidéo Rosé Méditerranée Live Corporate](#)



BRIEF Vidéos Pédagogiques pour l'IGP Méditerranée  
InterVINS Sud-Est  
2023 - 2024