



Consultation 2025 : Proposition Campagne d’Affichage 2025

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 - 04 90 42 90 04

Marie-Clémentine Savey - Chargée de communication : communication@intervins-sudest.org - 06 24 36 47 67

- Assistante de communication : 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. »

Objectifs :

Contexte : Intervins Sud-Est souhaite poursuivre sa communication en Affichage pour la dénomination IGP Méditerranée pour l'année 2025.

Campagne d'affichage sur les villes, périodes et dispositifs suivants :

- Paris et sa périphérie + Les Métros : DOOH avec une communication forte à proximité des centres commerciaux, réseaux de distribution. Sur la période de mi-juin à mi-Juillet (semaine à définir ensemble et à voir en fonction des disponibilités).
- Nantes : DOOH auprès des centres commerciaux mais également centre-ville. Période de campagne juillet.
- Lyon : OOH en cœur de ville + centres commerciaux et métros. Période début juillet.
- Avignon : OOH en centre-ville et centres commerciaux (voir si le DOOH est activé sur cette zone). Période juillet (festival d'Avignon).
- Aix-en-Provence : OOH + DOOH avec cœur de ville et centres commerciaux. Période mi-juillet.
- Marseille : OOH et DOOH : Cœur de ville et centres commerciaux. Période mi à fin juillet.
- Villes côtières à proximité de Marseille au mois de juillet
- Aéroports des villes suivantes : Marseille, Lyon et Nantes
- Gares des villes suivantes : Paris « Gare de Lyon » – Lyon – Avignon – Aix-en-Provence – Marseille – Toulon – Nice

Infos complémentaires :

Il existe plusieurs spots DOOH : 2 au total (Loi Evin). L'image « Rosé Méditerranée » existe depuis 2021 et une nouveauté (déclinaison de la première image) s'est présentée au grand public en 2024 « Rosé Méditerranée l'Imaginaire ».

- Budget total pour la campagne d'affichage (OOH et DOOH inclus) : 330 000 € HT

Nous sommes accompagnés par une subvention de l'état et donc contraints à communiquer en affichage OOH, DOOH jusqu'au 31 Juillet 2025.

Cette enveloppe est à travailler prioritairement sur les dispositifs numériques et se rapprocher au maximum des centres commerciaux et des enseignes de distribution (moyennes et petites surfaces).

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 Campagne (Portefolio)
- Les honoraires détaillées sur la campagne
- Une stratégie identifiée pour la campagne d'affichage à venir
- Une méthodologie appropriée pour la bonne réalisation de cette campagne (amont, pendant, aval)

Planning

Lancement de l'appel d'offre	31 Octobre 2024
Réponse des agences à l'appel d'offres	30 Novembre 2024 au plus tard
Sélection finale de l'agence par Intervins	31 Mars 2025 au plus tard
Début du travail préparatoire	Mars 2025 au plus tard

Critères de sélection :

Tableau de notation : Projet Campagne Affichage			
<i>Valeur Technique de la proposition : 70 % de la notation</i>			
<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 de campagne d'affichage	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
<i>Note Totale : technique</i>			70
<i>Prix : 30 % de la notation</i>			
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).			
<i>Note Totale : prix</i>			30
<i>Note globale sur :</i>			100

Informations complémentaires : notre communication digitale et sites internet

L'environnement digital de l'IGP Méditerranée :



[Vins IGP Méditerranée](#) – 8,6 K abonnés – Créé en juin 2013



[Vins IGP Méditerranée](#) – 2281 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/>

L'environnement digital des 9 IGP du Sud-Est dont l'IGP Méditerranée fait partie :

- Interprofession Intervins Sud-Est : <https://www.intervins-sudest.org/>

- Ensemble des dénominations gérées par Intervins Sud-Est : <https://www.vinsigpdusudest.org>



Intervins Sud-Est – 868 abonnés – Créé en Mars 2015



[Vins IGP du Sud Est](#) – 3,2 K abonnés – Créé en Mars 2015

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 DOOH Rosé Méditerranée Imaginaire](#)

[Vidéo pédagogique à destination du grand public](#)

[Vidéo pédagogique à destination des professionnels](#)