



Consultation 2025 : Proposition Belgique et Europe du Nord 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 a démarré en 2022 sa communication vers certains pays à l'export dont la Belgique et l'Europe du Nord. Nous souhaitons poursuivre son déploiement pour la dénomination IGP Méditerranée pour l'année 2025 sur trois pays : Belgique – Pays-Bas et Suède.

L'idée étant d'augmenter la notoriété de l'IGP Méditerranée et accroître sa communauté auprès d'une cible à la fois grand public mais également professionnelle.

Export : Belgique – Pays-Bas – Suède : Actions à travailler :

Affichage urbain DOOH sur la Belgique uniquement : Panneaux digitaux à proximité des centres commerciaux (grande – moyenne et petite surface) : Villes à proposer et définir sur le pays

Partenariats digitaux : Campagnes digitales, displays et réseaux sociaux sur Belgique – Pays-Bas et Suède.

- Cibles principales : Grand Public et Professionnelle
- Période de diffusion Année 2025 à définir ensemble en fonction des actions proposées par l'agence et de nos statistiques de vente d'IGP Méditerranée sur les pays ciblés

Infos complémentaires :

Il a été réalisé sur les deux dernières années des actions de communication via des leviers digitaux (Display et Réseaux Sociaux) sur ces pays.

Concernant l'affichage urbain, il existe plusieurs spots DOOH : 2 au total. L'image « Rosé Méditerranée » existe depuis 2021 et une nouveauté (déclinaison de la première image) s'est présentée au grand public Français en 2024 « Rosé Méditerranée l'Imaginaire ». A voir si les deux images sont pertinentes à afficher auprès du public Belge.

Pour le display et les Réseaux Sociaux, il existe plusieurs supports de communication (image fixe, image animée - « Rosé Méditerranée » et « Rosé Méditerranée l'Imaginaire », photos, vidéos, capsules adaptées aux différents formats en fonction des réseaux/sites...) à travailler stratégiquement pour une diffusion optimale en fonction de la cible et de la période de communication.

- Budget total Belgique – Pays-Bas – Suède : 118 000 € HT (Répartition ainsi : dont 75 000 € pour la Belgique et 21 500 € HT pour les deux autres pays)

Nous sommes accompagnés par une subvention de l'état et donc contraints à développer des actions jusqu'au 31 Juillet 2025.

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/Actions Export (Portefolio)
- Les honoraires détaillées sur les actions proposées
- Une stratégie identifiée pour la proposition à venir : Choix des actions, cibles, périodes...
- 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	Début Décembre 2024 au plus tard
Début du travail préparatoire	Dès validation de l'agence

Critères de sélection :

Tableau de notation : Projet Europe du Nord			
<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 des actions sur les pays	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
Note globale sur :			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](#)