



## Consultation 2025 : Proposition Campagne Radio 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](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  
- 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.

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 Baronnie 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.

### Objectifs :

Contexte : Intervins Sud-Est souhaite poursuivre sa communication en Radio pour l'ensemble de ses dénominations pour 2025. Cette campagne concernera les dénominations départementales en Ardèche : l'IGP Ardèche. En Drôme pour : les IGP Collines Rhodaniennes, Coteaux des Baronnies et Drôme. Dans le Vaucluse : les IGP Vaucluse. Dans le département des Bouches du Rhône : les IGP Alpilles et Pays des Bouches du Rhône IGP. Et enfin, pour la dénomination IGP Méditerranée qui se produit notamment sur l'ensemble des territoires citées préalablement.

### Campagne radio sur les villes, périodes et dispositifs suivants :

#### A affiner et à modifier :

- Paris et sa périphérie : Pour l'IGP Méditerranée
- Lyon : Pour l'IGP Méditerranée mais également les IGP sur les départements de l'Ardèche et de la Drôme.
- Avignon : IGP Méditerranée et Vaucluse
- Aix-en-Provence : IGP Méditerranée et les IGP sur le département des Bouches du Rhône
- Marseille : IGP Méditerranée et les IGP sur le département des Bouches du Rhône

#### Grenoble ?

#### Infos complémentaires :

- Il existe déjà des spots dédiés 5 au total (Loi Evin) pour chaque département et un jingle sonore (Loi Evin) a été créé spécifiquement pour Méditerranée IGP l'an passé.
- Budget campagne Radio pour le collectif : 110 000 € HT

*Nous sommes accompagnés par une subvention de l'état et donc contraints à communiquer en radio ou autre support audio jusqu'au 31 Juillet 2025.*

- Cette enveloppe est à travailler en fonction des volumes des dénominations comme le présente les tableaux ci-après. Répartition à imaginer par rapport au nombre de spots associés pour chaque dénomination et donc zone de diffusion :

DEPARTEMENT	DENOMINATION	Pourcentage volume	Zone de diffusion / émetteur
13	Alpilles	9%	Marseille
	Pays des Bouches du Rhône		
84	Vaucluse	12%	Avignon

26	Drôme	16%	Lyon
----	-------	-----	------

	Collines Rhodaniennes		
	Coteaux des Baronnies		
7	Ardèche	63%	Grenoble
	Comtes Rhodaniens		

		Pourcentage volume	Zone de diffusion / émetteur
13	Méditerranée	27%	Marseille
84		54%	Avignon
26		15%	Lyon
7		4%	Grenoble

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 radio 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 Radio			
<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 Radio	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

#### Sites internet des différentes structures

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



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



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

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

ANNEXES :

[Spot Drôme](#)

[Spot Ardèche](#)

[Spot Vaucluse](#)

[Spot Bouche du Rhône](#)

[Jingle Méditerranée](#)

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

[Carte 9 IGP Sud-Est](#)

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

[Vidéo DOOH Rosé Méditerranée](#)

[Vidéo DOOH Rosé Méditerranée Imaginaire](#)