



Cahier des Charges – Création de contenus vidéo

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 de l'entreprise

InterVINS Sud-Est est l'Interprofession des vins à Indication Géographique Protégée (IGP) du Sud-Est. Elle rassemble les producteurs (vignerons indépendants, caves coopératives), les négociants et les courtiers du bassin viticole du Sud-Est pour valoriser collectivement les vins IGP de cette zone.

Cette consultation concerne spécifiquement l'IGP Méditerranée. Créeé en 1999, cette dénomination couvre un vaste territoire de 10 départements. Intervins Sud-Est est en charge de la mise en œuvre de sa communication. Le positionnement de l'IGP Méditerranée repose sur des vins "sculptés par la lumière", inspirés par la Méditerranée, à découvrir "librement, sans complexe, en toute spontanéité" entre amis ou en famille.

Contexte et ambition

L'IGP Méditerranée souhaite renforcer sa notoriété et continuer à s'ancrer comme la référence des vins simples, frais et accessibles, synonymes de plaisir, convivialité et moments partagés.

Notre objectif est de toucher une audience plus large, pas nécessairement experte en vin, en créant des contenus pédagogiques, créatifs et ludiques.

L'IGP Méditerranée s'adresse à tous :

- le grand-père du Nord en vacances au camping dans le Sud avec son BIB de rosé,
- la jeune femme qui trinque en plage privée avec ses amies,
- la famille réunie autour d'un barbecue du dimanche.

Nous voulons que le consommateur associe spontanément l'IGP Méditerranée à ces instants simples, chaleureux et sans prise de tête – et qu'il développe le réflexe "penser IGP Méditerranée" lorsqu'il choisit un vin pour ces moments.

Pour cela, nous recherchons une agence capable de produire et gérer des contenus incarnant cet art de vivre méditerranéen, à travers des créations multi-thématiques respectant strictement la Loi Évin.

Objectifs du projet

- Créer du contenu original (vidéo) valorisant l'IGP Méditerranée et son univers de convivialité.
- Montrer la diversité et l'accessibilité des vins IGP Méditerranée à travers différents formats et thématiques.
- Renforcer la visibilité et la compréhension de la dénomination sur les réseaux sociaux (Instagram, TikTok, etc.).
- Toucher un public jeune et grand public, au-delà des amateurs de vin traditionnels
- Valoriser le lien entre vin, territoire et gastronomie auprès des professionnels.

Cibles

- Principal = Grand public : 25-45 ans , hommes et femmes
- Secondaire = Professionnels : restaurateurs, cavistes, sommeliers

Thématiques envisagées par Intervins Sud-Est :

- Accords mets et vins : Explorer des collaborations avec des chefs ou restaurants (idéalement situés à Marseille et sur le territoire de l'IGP Méditerranée) pour mettre en valeur les vins IGP Méditerranée à travers des recettes et accords simples. Les trois couleurs de vin doivent être représentées, avec un accent particulier sur le rosé.
- Territoire : Valoriser les paysages typiques et emblématiques de la région méditerranéenne.
- Lifestyle / Attitude : Mettre en avant des moments de dégustation et de consommation conviviaux (repas, pique-niques...), illustrant la simplicité et l'art de vivre méditerranéen.

D'autres thématiques peuvent être proposées par l'agence, sous réserve de respecter strictement la Loi Évin et les contraintes liées à la subvention France Agrimer.

Ton :

- Univers : solaire, frais, convivial, spontané.
- Style / voix : fun, décomplexé, simple et accessible, avec un rythme vivant et percutant (type slam).

Missions confiées à l'agence

L'agence sera responsable de la gestion complète du projet, de la conception à la livraison, incluant :

- Recherche et sélection des partenaires : identifier et choisir les partenaires pertinents si nécessaire (ex. : chefs et restaurants).
- Conception éditoriale et créative : définir le concept, le format et le ton des contenus pour chaque thématique.
- Production : organisation et supervision des tournages.
- Post-production et livraison : montage et adaptation des contenus aux formats optimisés pour les réseaux sociaux.

Livrables attendus

- Vidéos courtes : de 10 à 30 secondes, destinées aux formats type Reels / TikTok.
- Quantité : autant de vidéos que le budget le permettra ; le nombre exact sera défini en amont du projet avec Intervins Sud-Est et l'agence sélectionnée.

Adaptations : tous les formats doivent être réfléchis et prévus (portrait, paysage...) en fonction des supports de diffusion, à déterminer avant la production.

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.

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.

Contraintes et calendrier

- Cadre subventionné : cette action étant subventionnée, certaines contraintes doivent être respectées :
 - Production et diffusion avant le 31 juillet 2026.
 - Thématiques à respecter : valorisation du territoire, valorisation du signe de qualité Indication Géographique Protégée, accords mets et vins. Ces éléments seront communiqués à l'agence choisie.
 - Les logos IGP Méditerranée et UE doivent apparaître sur tous les visuels, accompagnés de la mention : « Financé par l'Union Européenne » (format et police spécifiques).
- Périmètre géographique : idéalement Marseille ou villes du Sud-Est, ou tout lieu cohérent avec le territoire IGP Méditerranée.
- Budget indicatif : 15 000 à 20 000 € HT, incluant honoraires, production, post-production et livrables finis. Un devis détaillé devra être fourni.

Critères de sélection de l'agence

- Compréhension de l'univers de l'IGP Méditerranée et de ses valeurs.
- Capacité à proposer une approche créative, fraîche et grand public.
- Expérience en contenus food / vin
- Réactivité et autonomie sur la gestion de projet.

Pour que votre proposition soit étudiée, merci de bien vouloir nous transmettre les documents suivants :

- Présentation de votre agence : équipe, compétences et savoir-faire.
- Gestion de projet : nom et rôle de la ou des personnes qui suivront notre projet.
- Références : projets réalisés, avec un focus sur les expériences dans le secteur du vin si disponibles.
- Portfolio vidéo : exemples de réalisations pertinentes.
- Honoraires détaillés : budget de l'agence pour le projet, nombre de productions possibles et envisageables, et prévision des allers-retours entre l'agence et IVSE pour modifications.
- Thématiques envisagées : vos propositions, en distinguant les indispensables et d'éventuelles thématiques supplémentaires.
- Proposition créative : concept, angle, type de contenu et grandes lignes d'un scénario pour l'une des thématiques.
- Méthodologie de réalisation : approche détaillée pour les phases amont, production et post-production.
- Rétroplanning prévisionnel : calendrier des étapes de production, afin de garantir une diffusion avant le 31 juillet 2026.

Planning

Lancement de l'appel d'offre	15 Décembre 2025
Réponse des agences à l'appel d'offres	30 Janvier 2026 au plus tard
Sélection finale de l'agence par Intervins	Fin Mars 2026 au plus tard
Début du travail préparatoire	Dès validation de l'agence

Informations complémentaires : notre communication digitale et sites internet

L'environnement digital de l'IGP Méditerranée :



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



[Vins IGP Méditerranée](#) – 4 460 abonnés – Créé en juin 2016

L'environnement digital d'Intervins Sud-Est :



[Intervins Sud-Est](#) – 1 189 abonnés – Créé en Mars 2015

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>

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](#)

