



**APPEL A CONSULTATION
CREATION DE L'IDENTITE VISUELLE
REGION ÎLE-DE-FRANCE
SALON INTERNATIONAL DE L'AGRICULTURE 2019
Du 23 février au 03 mars 2019**

Porteur du projet
CERVIA Paris Ile-de-France
43 Boulevard Haussmann
75009 Paris

En charge du suivi du projet : Lucie Rolland
01 55 34 37 12 – lucie.rolland@cervia.fr

DATE D'ÉMISSION DU PRÉSENT APPEL À CONSULTATION
Jeudi 26 juillet 2018

DATE LIMITE DE REMISE DES PROPOSITIONS :
Vendredi 31 août 2018 à 16h

Sommaire

Chapitre 1 : CONTEXTE	2
A/ Le porteur du projet	2
B/ L'Agriculture francilienne	3
C/ Objectifs du Salon de l'Agriculture 2019 pour l'Ile-de-France.....	4
Chapitre 2 : MISSIONS DU PRESTATAIRE	4
A/ Brief sur la thématique de l'identité graphique et visuelle souhaitée	4
C/ Critères de jugement des offres	6
Chapitre 4 : MODALITES D'EXECUTION DE LA PRESTATION	6

Chapitre 1 : CONTEXTE

A/ Le porteur du projet

Le pavillon Ile-de-France au Salon de l'Agriculture 2019 est porté par le CERVIA Paris Ile-de-France en tant qu'organisme associé, en délégation de la Région Ile-de-France.

Le CERVIA Paris Ile-de-France constitué de professionnels au sein de ses instances statutaires (www.cervia.fr) travaille en concertation avec la Région, la Chambre d'Agriculture de Région et l'AEV (organisme associé de la Région Ile-de-France en charge de la protection des espaces agricoles périurbains) pour bâtir cette édition 2019.

Le CERVIA Paris Ile-de-France est un organisme associé à la Région Ile-de-France, dédié au soutien, à l'accompagnement des entreprises agricoles et alimentaires franciliennes ainsi qu'à la valorisation des produits, des métiers, des filières et des territoires.

Trois missions principales :

- Développer une image alimentaire et agricole pour l'Ile-de-France,
- Accompagner les filières et les entreprises,
- Être l'organisme ressource, expert et facilitateur auprès de ses publics.

Les enjeux Franciliens sur lesquels le CERVIA Paris Ile-de-France s'appuie sont :

- Maintien des terres agricoles,
- Emergence de l'offre alimentaire d'Ile-de-France, en valorisant les productions du territoire en les rendant plus visibles auprès des consommateurs (12 millions de consommateurs - 1^{er} bassin européen de consommation) et de l'ensemble des professionnels de la filière (plus de 50 000 professionnels),
- Développement économique des entreprises du secteur agricole et alimentaire et implantation et transformation sur le territoire.

Le CERVIA Paris Ile-de-France est à l'initiative depuis 2011 de la démarche collective MANGEONS LOCAL EN ILE-DE-FRANCE qui est substituée cette année par PRODUIT EN ILE-DE-FRANCE.

B/ L'Agriculture francilienne

L'Ile-de-France est une très grande région agricole, cela mérite d'être affirmé avec plus de fierté, sans doute auprès des franciliens eux même. Le dynamisme de l'agriculture francilienne puise ses racines dans des siècles de savoir-faire et dans la qualité de ses terres

La région a cette particularité unique de faire se côtoyer espaces urbains et agricoles de manière indissociable. Nulle autre métropole n'est aussi fortement, géographiquement et fonctionnellement liée à la terre qui l'entoure et dont elle tire sa singularité.

Aux portes d'une des plus importantes métropoles d'Europe, l'Ile-de-France est un ensemble de terroirs agricoles, représentant 47 % du territoire. Deux-tiers de ses communes sont rurales.

Plus de 567 000 hectares sont gérés par les exploitants agricoles. La Seine-et-Marne est le département le plus rural d'Ile-de-France (56 % de surface agricole utile), suivi de l'Essonne (48 %), du Val-d'Oise (46 %) et des Yvelines (39 %).

L'agriculture francilienne est avant tout une grande richesse économique avec 12 000 emplois directs dans les 5 000 exploitations franciliennes.

Les paysans franciliens doivent se saisir de la chance exceptionnelle d'avoir 12 millions de consommateurs au bout de leurs champs et incarner le rôle des nouveaux « passeurs » de la nature, de la fraîcheur, des goûts, bref du sens de produire et de manger.

Typicité de son agriculture :

GRANDES CULTURES

Le paysage francilien, aujourd'hui, est principalement celui des grandes cultures qui occupent 90% des surfaces agricoles. De fait, près de 8 exploitations franciliennes sur 10 s'inscrivent dans cette orientation dominante.

La région est autonome en production de blé pour nourrir ses 12 millions de consommateurs. Un grain de blé sur deux est produit, écrasé et transformé en pain consommé en Ile-de-France.

Les cinq principales grandes cultures de la plaine francilienne sont :

- Blé tendre
- Orge
- Colza
- Betteraves
- Mais

ÉLEVAGE

L'élevage n'occupe plus une place aussi prépondérante qu'au siècle dernier, toutes les productions demeurent néanmoins représentées (bovins, ovins, caprins, volailles).

Les étables laitières produisent 45 millions de litres de lait par an, valorisés notamment par deux AOP Brie Meaux et Brie de Melun et une IGP avec le Brillat-Savarin (depuis le mois de janvier 2017).

L'apiculture est également notable sur le territoire.



CULTURES SPÉCIALISÉES

Également spécialisée en maraîchage et arboriculture, la région Ile-de-France se place au premier rang des régions productrices de salades (hors laitues), et deuxième rang pour les oignons blancs, persil et cresson. Les principaux fruits cultivés sont les pommes et les poires.

La culture de matériaux bio-sourcés est bien implantée sur le territoire : chanvre, lin, paille et miscanthus poussent en Ile-de-France.

AGRICULTURE BIOLOGIQUE

La région a connu une accélération du nombre de conversion depuis 2016. Fin 2017, l'Ile-de-France comptait 15 000 ha en agriculture biologique sur 300 exploitations orientées légumes, grandes cultures, élevage ou arboriculture.

C/ Objectifs du Salon de l'Agriculture 2019 pour l'Ile-de-France

La Région Ile-de-France et l'ensemble de ses partenaires ont pour ambition d'organiser une représentation régionale de l'agriculture francilienne forte pour cette édition 2019.

La Région Ile-de-France vient de signer son « Pacte agricole – Un livre blanc pour l'agriculture francilienne à l'horizon 2030 ». Ce document fait état de la stratégie agricole mise en place par la région. Les axes de communication développés à l'occasion du Salon International de l'Agriculture 2018 en émaneront directement.

Les objectifs sont :

- Créer du lien entre les franciliens, leur territoire et leurs agriculteurs en valorisant la consommation de proximité.
- Promouvoir les « contrats de filière » et notamment la filière Blé-Farine-Pain qui sera la première à être lancée avec pour objectif d'aboutir à une filière tracée et francilienne de pain. Les filières Sucre et Colza seront également mise en avant.
- Valoriser la nouvelle marque régionale « Produit en Ile-de-France ».
- Promouvoir la stratégie régionale d'approvisionnement des lycées en produits locaux et biologiques.
- Faire renaître l'identité agricole francilienne en relançant les productions emblématiques du territoire : vigne-vin, champignons, vergers et maraîchage de variétés franciliennes anciennes.

Le Salon International de l'Agriculture est un salon grand public, il faut donc **exprimer des messages clairs, attractifs présentant un bénéfice immédiat pour les visiteurs.**

Chapitre 2 : MISSIONS DU PRESTATAIRE

A/ Brief sur la thématique de l'identité graphique et visuelle souhaitée

Le CERVIA Paris Ile-de-France souhaite mettre en place une campagne de communication déclinable sur plusieurs supports afin d'inciter les 12 millions de franciliens à se rendre au Salon International de l'Agriculture 2019 pour redécouvrir leur territoire sur le stand de la Région Ile-de-France.



Objectifs :

- Illustrer le territoire agricole francilien
- Inviter les franciliens à se rendre au Salon International de l'Agriculture 2019 sur le stand de la Région Ile-de-France.
- Valoriser l'agriculture francilienne
- Créer du lien entre les franciliens, leur territoire et leurs agriculteurs.

Cible principale :

- Les 12 millions de franciliens

Le CERVIA Paris Ile-de-France souhaite proposer deux axes de communication lors du Comité de pilotage qui se tiendra courant septembre. Les élus et partenaires présents pourront ainsi débattre sur la campagne la plus en adéquation avec la stratégie régionale.

PREMIER AXE : L'incarnation de l'agriculture francilienne par ses agriculteurs.

Une quinzaine d'agriculteurs ambassadeurs sont en cours de sélection, ils représentent la diversité des métiers agricoles, des filières et des départements franciliens. Il peut s'agir d'hommes et de femmes de tout âge, de familles. L'objectif étant d'illustrer la diversité des profils agricoles. Ici, on ne parle plus d'agriculture francilienne mais d'**agriculteurs incarnant le territoire francilien.**

Des portraits photos seront réalisés comme en 2018 afin de pouvoir être utilisées dans la campagne de communication (voir les portraits 2018 en annexe 1).

DEUXIEME AXE : L'illustration de la diversité du territoire

Ce deuxième axe privilégie l'usage de photos grands formats représentant le territoire rural et agricole. Cette campagne est à envisagée dans la continuité de la communication mise en place pour le salon Tech&Bio (voir annexe 2).

B/ Réponse à l'appel à consultation

La proposition du prestataire devra exprimer **les deux axes de communication retenus** par le biais **d'une piste graphique pour chacun d'entre elle au minimum.**

La campagne de communication devra être déclinable sur tous les supports de communication (affiches, 4x3, signature email, invitation, kakémonos, goodies ...).

Elle devra également pouvoir s'adapter aux besoins spécifiques des départements exposants en 2019. Si le slogan 2019 est « Venez découvrir votre région au Salon International de l'Agriculture 2019 », il faudra également envisager la déclinaison départementale « Venez découvrir votre département au Salon International de l'Agriculture 2019 ».

Le prestataire devra impérativement indiquer :

- Le nom de l'événement (Salon International de l'Agriculture 2019)
- Le Lieux (Porte de versailles – Hall 3 – Allée XXX)
- Mettre en valeur la nouvelle marque régionale « PRODUIT EN ILE-DE-FRANCE »
- Trouver un slogan pour chacun des axes

Le logo de la Région Paris Île-de-France sera impérativement apposé sur l'affiche ainsi que celui du CERVIA Paris Ile-de-France et de la nouvelle marque régionale (voir annexe 3).



Dans un deuxième temps, de potentiels partenaires de l'opération pourront également être intégrés à celle-ci (ex : la Chambre de l'agriculture, AEV...).

Le prestataire devra également fournir au CERVIA Paris Ile-de-France un devis détaillé correspondant : à la recommandation, à la création de l'affiche et la cession des droits et ses déclinaisons.

C/ Critères de jugement des offres

La proposition du prestataire sera jugée au regard des critères suivants :

- De la bonne compréhension du présent appel à consultation,
- Du design, des rendus créatifs proposés
- Du budget de la proposition finale
- De la recommandation
- Du rétroplanning

Le prestataire retenu pourra être amené à décliner le visuel final travaillé et validé par le CERVIA Paris Ile-de-France sur d'autres supports de communication.

Chapitre 4 : MODALITES D'EXECUTION DE LA PRESTATION

A/ Conduite de la prestation

Le titulaire désignera le nom et les coordonnées professionnelles de la personne chargée de conduire et de diriger l'exécution des prestations en son nom. Si cette personne n'est plus en mesure d'accomplir sa mission, le titulaire doit en aviser immédiatement la personne responsable du marché au CERVIA Paris Ile-de-France. A ce titre l'obligation lui est faite de désigner un remplaçant et d'en communiquer le nom et les titres sans délai.

La personne chargée de suivre et de coordonner le marché pour le compte du CERVIA Paris Ile-de-France est Madame Bénédicte DUPONT, Directrice générale et Monsieur Jacques Sébaoun, Directeur adjoint en charge de la communication.

B/ Procédure de marché du CERVIA Paris Ile-de-France

Les achats font l'objet d'une mise en concurrence par voie de publicité sur le site internet de l'organisme.

Les réponses à l'appel à consultation seront examinées par une « commission technique » qui étudiera l'ensemble des offres.

C/ Durée du marché

Le présent marché prend effet à compter de sa date de notification au titulaire.

D/ Durée d'exécution de chaque prestation

Le délai d'exécution, de conception et de réalisation du présent appel d'offre devra être conforme au rétro planning fourni par le titulaire.

E/ Résiliation pour cas de force majeure



Si le CERVIA Paris Ile-de-France est mis dans l'impossibilité d'exécuter le marché du fait d'un événement ayant le caractère de force majeure, il peut mettre fin à la consultation sans aucune contrepartie.

F/ Modalités de paiement

La commande pourra donner lieu au versement d'un acompte, dans la limite de 30% du montant global de la prestation.

A l'appui de sa demande de paiement, le titulaire fournit une facture, établie en un original et une copie, qui portera, outre les mentions légales, les indications suivantes :

- Nom et adresse du créancier,
- Numéro de SIRET (15 chiffres),
- Numéro de compte bancaire ou postal tel qu'il est précisé dans l'acte d'engagement (joindre un relevé d'identité bancaire ou postale),
- Le numéro et la date de la consultation,
- L'intitulé de la prestation et sa date de réalisation,
- Le montant hors TVA, le taux et le montant de la TVA, le montant TTC des prestations exécutées.

Chapitre 5 : DÉROULEMENT DE LA CONSULTATION

L'agence est invitée à confirmer le plus rapidement par mail sa participation à la présente consultation : lucie.rolland@cervia.fr

La remise des offres se fera le vendredi 31 août à 16 heures dernier délai. Le dossier complet de réponse devra être envoyé par mail avec accusé de réception du CERVIA Paris Ile-de-France.

CERVIA Paris-Ile-de-France, 43 Bd Haussmann, 75009 PARIS

Tél. : 01 55 34 37 00 – Fax : 01 55 34 37 11

Email : lucie.rolland@cervia.fr / 01 55 34 37 12

Annexe 1 : Portraits des ambassadeurs 2018 et photos du stand 2018

Annexe 2 : Visuel de promotion de la campagne Tech&Bio

Annexe 3 : Logos à utiliser