

**APPEL A CONSULTATION POUR LA CONCEPTION ET
REALISATION DE L'IDENTITE VISUELLE
AGNEAU PARIS-REGION**

Porteur du projet

CERVIA Paris Île-de-France
43 Boulevard Hausmann
75009 Paris

En charge du projet : Noémie Bigot – Chargée de projet – 01 55 34 37 03 –
noemie.bigot@cervia.fr

DATE D'ÉMISSION DU PRÉSENT APPEL À CONSULTATION
Le 14 novembre 2017

DATE LIMITE DE REMISE DES PROPOSITIONS
Le 4 décembre 2017

Table des matières

Chapitre 1 : Objet de l'appel à consultation	2
A –Le Contexte	2
B – Les objectifs	3
C – Problématique globale	4
D – Son identité	4
E – Contenu et valeur de la marque.....	4
Chapitre 2 : Missions du prestataire dans le cadre de l'appel à consultation	5
Chapitre 3 : Appel à consultation	6
Chapitre 4 : Modalités d'exécution de l'appel à consultation	6
A - Conduite de la prestation	6
B - Procédure de marché du CERVIA Paris Île-de-France	6
C - Durée du marché	6
D - Durée d'exécution de chaque prestation.....	6
E - Résiliation pour cas de force majeure	7
F - Modalités de paiement	7
Chapitre 5 : Déroulement de la consultation	7
Annexes	8

Chapitre 1 : Objet de l'appel à consultation

A - Contexte

Le CERVIA Paris Île-de-France, organisme associé à la Région Ile-de-France, centre de compétences et d'expertises pour la valorisation et le développement des produits et des savoir-faire agricoles et alimentaires franciliens, a pour objectifs prioritaires :

- D'asseoir l'identité agricole et alimentaire de l'Ile-de-France. La ruralité francilienne représente les 2/3 des communes d'Ile-de-France et la gastronomie est ancrée dans son histoire. Le CERVIA Paris Ile-de-France a pour objectif de valoriser cette réalité auprès des consommateurs et de l'associer, au quotidien, à l'attractivité et à la notoriété de la région-capitale afin de maintenir autant que faire ce peut les terres agricoles (48% du territoire) ;

- De soutenir et accompagner les entreprises des secteurs agricole et alimentaire de l'Ile-de-France. Le CERVIA Paris Ile-de-France accompagne les entreprises aussi bien en matière de Recherche & Développement qu'en termes d'innovation, de qualité, de sécurité des aliments et d'une approche promotion/marketing, afin de développer ou maintenir l'activité économique de la filière alimentaire sur le territoire, recréer des filières (1ères, 2èmes transformations, implantation d'outils ou maintien), pérenniser l'emploi...

De manière plus globale, la filière alimentaire dans son ensemble se révèle particulièrement stratégique dans une région de plus de 12 millions d'habitants accueillant 40 millions de

visiteurs chaque année. Dans ce contexte, le CERVIA Paris Ile-de-France est investi d'une mission d'intérêt général et intervient de façon transversale pour répondre aux attentes des entreprises « du champ à l'assiette » et des consommateurs.

Le CERVIA conduit depuis plusieurs années un travail de fond avec les entreprises pour leur permettre de répondre aux exigences d'hygiène, de sécurité sanitaire des aliments et d'innovation.

Dans l'optique de développer une véritable dynamique collective, la communication B to B du CERVIA a été orientée vers la mise en relation des différents métiers du secteur alimentaire d'Île-de-France. Le positionnement de la structure s'est ainsi construit autour des trois objectifs précités : expertise, accompagnement et valorisation.

Le marché des produits régionaux se révèle aujourd'hui être un relais de croissance stratégique pour les professionnels alimentaires. Ce phénomène « régional » est porté par deux moteurs principaux : le premier d'entre eux est la montée en puissance de tendances socio-comportementales axées autour du « locavorisme » (consommation de produits fabriqués près de chez soi), le second est, en lien avec la crise, le penchant au repli sur soi qui tend à favoriser le « made in France ».

Cette appétence pour les valeurs montantes du local et du régional constitue une opportunité forte pour les professionnels franciliens de l'alimentaire et de l'agriculture.

Dans ce cadre, en janvier 2017 l'Association les Bergers de France a été créée. Ils notent un fort attrait pour le consommateur de retrouver des produits locaux et de qualité : un produit **né, élevé et abattu en Ile-de-France** qui est aujourd'hui peu identifiable.

B - Les objectifs

La création de cette association a pour but de pérenniser des débouchés locaux permettant la valorisation de la production d'agneaux de qualité et locale. Valorisation faite par la mise en place d'outils de communication et d'une marque commune « Agneau Paris-Région » déclinée en qualités.

Véritable gage de qualité et de sécurité, cette marque doit permettre identifier un produit de niche auprès d'une clientèle avertie. Elle représente également l'engagement de tous les acteurs de la filière sous deux cahiers des charges définis plus bas.

Cette marque doit avant tout :

- Garantir au consommateur un produit de qualité et identifié d'ICI pour répondre à ses attentes tout en permettant un prix de vente acceptable.
- Retracer le circuit de l'éleveur au consommateur favorisant le circuit court, la transparence et la qualité de l'élevage.
- Valoriser une production de qualité qui résulte d'un savoir-faire précis et ramener de la valeur ajoutée sur les exploitations d'élevage ovin.
- Rendre l'élevage ovin attractif économiquement et ainsi, participer à la diversification des exploitations céréalières ET à l'installation en élevage.

Aujourd'hui deux qualités peuvent être rattachées à la marque « Agneau Paris-Région » :

- Une qualité avec des animaux **nés, élevés** en Île-de-France avec un cahier des charges (cf : annexe 2).
- Une deuxième avec des animaux **élevés** au moins deux mois dans une exploitation agricole d'Île-de-France (cf : annexe 2).

Ainsi, il y a deux typologies d'éleveurs : les naisseurs et les engraisseurs.

C - Problématique globale

A cet état d'avancement, le CERVIA est en charge au nom de ses partenaires et de son financeur, d'accompagner la filière en créant la marque et sa stratégie de communication (outils). Il s'agit donc de créer une véritable identité visuelle identifiant clairement la philosophie et le travail de cette filière.

Le champ du présent appel à consultation vise :

- Création graphique, visuelle d'un logo pour la marque « Agneau Paris-Région »
- Création de l'univers graphique (affiche)
- L'intégration de la problématique liée aux 2 qualités.
- La dénomination graphique et dénomination littéraire de ces 2 qualités.
- Le déploiement sur les outils de communication dont une affiche

Cette marque a pour objectif de se décliner aux différentes filières viandes en Île-de-France sous le même modèle, la même charte graphique. Dans un premier temps, la marque « Agneau Paris-Région » sera officiellement lancée lors du **Salon de l'Agriculture 2018**.

D – Son Identité

- Les Cibles : Grand public, restaurateurs, bouchers, ...
- Promesse faite au client : Un produit local, tracé, de qualité, une viande chartée, de proximité, respect de l'animal, savoir-faire unique, tendreté de la viande, ...
- Bénéfices par la marque : S'ancrer dans un schéma de consommation raisonné et pensé, bien-être et santé, manger sain, aider les producteurs du territoire (>appartenance).
- Différenciation de la marque et réponse aux besoins des clients : Alternative aux produits de la grande consommation. Revenir au simple, accessible et qualitatif. Promouvoir une histoire de famille. S'ancrer dans la démarche Mangeons Local Paris Région.

E – Contenu et valeurs de la marque :

- Transparence
- Bienveillance
- Esprit de famille
- Respect
- Qualité
- Unicité
- Local

- Proximité
 - Paris-Région
 - Céréales, l'orge, le blé
 - L'Herbage
 - La bergerie / l'étable
 - L'agriculture de la capitale de la gastronomie
-
- Logo sur les produits inspirants : l'identité territoriale, la localité (IDF), son appartenance à un groupe respectant un cahier des charges bien précis (Mangeons Local Paris Île-de-France, l'engagement de qualité), l'éleveur, le paysan, l'homme.
 - Mettre en avant une histoire : Celle des éleveurs de l'association souhaitant réintégrer en IDF un produit trop peu connu, de qualité avec des vraies valeurs et un savoir artisanal de qualité, etc.
 - Fortes valeurs : authenticité, famille, conviction, respect du produit, etc...
 - Faire ressortir les forces, les valeurs du territoire francilien.
 - Valoriser la ville et son appropriation.
 - La filière céréalière : Les animaux consomment avant tout des céréales venant de l'exploitation ou d'Île-de-France.
 - L'histoire de l'agneau de bergerie (reconnu pour sa tendreté) qui naît au mois de novembre, est nourrie tout l'hiver en bergerie pour être dégusté à Pâques.

Charte graphique, grandes lignes directives :



Chapitre 2 : Missions du prestataire dans le cadre de l'appel à consultation

- 1) Proposer l'identité graphique de la marque « Agneau Paris-Région » et de ces deux qualités en prenant en compte leur cohabitation.
- 2) Imaginer une déclinaison possible pour la filière bovine et celle de la volaille.

3) Imaginer son environnement créatif, une identité graphique qui pourra être déclinée sur une affiche.

Le prestataire remettra :

- 1) Une réponse au présent cahier des charges intégrant les projets visuels
- 2) Un devis détaillé

Le prestataire retenu pourra être amené à réaliser les déclinaisons des outils de communication de ce logo.

Chapitre 3 : Appel à consultation

La proposition du prestataire sera appréciée au regard des critères suivants, énoncés par ordre de priorité décroissante :

- De la pertinence du visuel proposé et déclinaisons.
- De la bonne compréhension / présentation du message.
- Du coût global.

Le prestataire retenu pourra être amené à travailler sur la déclinaison des autres filières viandes ainsi que sur leurs outils de communication.

Chapitre 4 : Modalités d'exécution de l'appel à consultation

A - Conduite de la prestation

Le prestataire 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 prestataire doit en aviser immédiatement la personne responsable du dossier au CERVIA. A ce titre l'obligation lui est faite de désigner un remplaçant et d'en communiquer le nom et les titres sans délai.

Les personnes chargées de suivre et de coordonner le projet pour le compte du CERVIA sont Noémie Bigot, 01 55 34 37 03 sous la responsabilité de la Directrice Bénédicte DUPONT.

B - Procédure de marché du CERVIA Paris Île-de-France

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

La réponse à l'appel à consultation sera examinée par une « commission technique » qui étudie les offres. Chaque mission est engagée séparément, le CERVIA Paris Île-de-France se réserve le droit de n'exécuter qu'une ou toute partie des missions.

C - Durée du marché

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

D - Durée d'exécution de la prestation

Le délai d'exécution et de réalisation devra être conforme aux plannings fournis par le prestataire et validé par le CERVIA. Un bon de commande par mission sera établi par le CERVIA Paris Île-de-France.

E - Résiliation pour cas de force majeure

Si le CERVIA Paris Île-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 mission 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

Le candidat est invité à confirmer le plus rapidement par mail sa participation à la présente consultation : noemie.bigot@cervia.fr

La remise des offres se fera le **4 décembre 2017**. Le dossier complet de réponse doit être envoyé par mail avec accusé de réception au CERVIA Paris Ile-de-France.

Le choix du prestataire sera notifié par courrier.

Sites Internet :
cervia.fr
mangeonslocal-en-idf.fr

Annexe 1 : Pistes – Exemples d'autres filières



Annexe 2 : Engagement qualité de l'association

Engagement de qualité et de production de l'agneau né et élevé en Ile-de-France

« NAISSEUR »



L'exploitation d'élevage:

- ✓ Les agneaux proviennent d'un élevage adhérent à l'association des Bergers d'Ile-de-France.
- ✓ Les agneaux sont nés et élevés dans une exploitation agricole d'Ile-de-France ou sur une commune limitrophe de la région Ile-de-France.

Conditions d'élevage des agneaux :

- ✓ Les agneaux sont élevés dans le respect des bonnes pratiques de l'élevage.
- ✓ La conditionnalité est respectée.
- ✓ Les agneaux sont vendus entre 70 et 210 jours pour les agneaux de bergerie, de 70 à 304 jours pour les agneaux d'herbe.
- ✓ Les agneaux sont nourris à partir d'une alimentation 100% végétale, minérale et vitaminique.

Traçabilité :

- ✓ Les agneaux sont identifiés et tracés de l'élevage au consommateur / à la livraison.
- ✓ Un document d'accompagnement certifiant la qualité est signé par l'éleveur, l'abatteur et le distributeur.

Spécificités du produit :

- ✓ Les agneaux sont d'herbe ou de bergerie.
- ✓ Le poids de carcasse se situe entre 15 à 25 kg.
- ✓ La couleur de viande est rose clair.
- ✓ Les gras sont blancs et fermes.

Abattage :

- ✓ Les agneaux sont abattus de façon traditionnelle dans un abattoir agréé CE et recommandé par l'association des Bergers d'Ile-de-France.

Je soussigné(e),, m'engage à respecter la charte de qualité ci-présente, et à participer à des actions de communications et de publicité, pour utiliser la marque.

Date :

NOM Prénom :

Numéro de cheptel :

Signature (précédée de la mention lu et approuvé) :

Engagement de qualité et de production de l'agneau élevé en Ile-de-France

« ENGRAISSEUR »



L'exploitation d'élevage:

- ✓ Les agneaux proviennent d'un élevage adhérent à l'association des Bergers d'Ile-de-France.
- ✓ Les agneaux ont été élevés au moins 2 mois dans une exploitation agricole d'Ile-de-France ou sur une commune limitrophe de la région Ile-de-France.

Conditions d'élevage des agneaux :

- ✓ Les agneaux sont élevés dans le respect des bonnes pratiques de l'élevage.
- ✓ La conditionnalité est respectée.
- ✓ Les agneaux sont vendus entre 70 et 305 jours.
- ✓ Les agneaux sont nourris à partir d'une alimentation 100% végétale, minérale et vitaminique.

Traçabilité :

- ✓ Les agneaux sont identifiés et tracés de l'élevage au consommateur / à la livraison.

Abattage :

- ✓ Les agneaux sont abattus de façon traditionnelle dans un abattoir agréé CE et recommandé par l'association des Bergers d'Ile-de-France.

Je soussigné(e),, m'engage à respecter la charte de qualité ci-présente, et à participer à des actions de communications et de publicité, pour utiliser la marque.

Date :

NOM Prénom :

Numéro de cheptel :

Signature (précédée de la mention lu et approuvé) :