



**Dossier de consultation  
Agence Communication**

**Organisation d'un évènementiel**

**« LA GRANDE DEBARQUE 2021 »**

*Les rendez-vous gourmands de la  
Coquille Saint-Jacques de Normandie !*

**4<sup>ème</sup> Edition !**

## **Partenaires du projet**

La présente consultation est réalisée dans le cadre d'un partenariat établi entre l'ensemble des structures professionnelles de la pêche normande ; à savoir :

- Partenaire 1 : L'association Normandie Fraîcheur Mer sise 10, avenue du Général de Gaulle – BP 27 – 14520 Port en Bessin, ci-après désignée « NFM »,
- Partenaire 2 : Le Comité Régional des Pêches Maritimes et des Elevages Marins de Normandie, sis 9, quai du Général Lawton Collins - BP 445 - 50104 CHERBOURG CEDEX, ci-après désigné « CRPM Ndie »,
- Partenaire 3 : L'Organisation des Pêcheurs Normands, sise 4, quai Philippe Oblet – 14520 Port en Bessin, ci-après désignée « OPN »,
- Partenaire 3 : L'Organisation de Producteurs FROM Nord, sise 16, rue du Commandant Charcot – CS 10381 – 62200 Boulogne sur Mer, ci-après désignée « FROM »,
- Partenaire 5 : Le Comité Départemental des Pêches Maritimes et des Elevages Marins du Calvados, ci-après désigné « CDPM14 » (sous réserve).
- Partenaire 6 : La Région Normandie, ci-après dénommée « Région ».
- Partenaire 7 : France Filière Pêche (sous réserve)
- Partenaire 8 : Union du Mareyage Français (sous réserve)
- Partenaires 9 : Le Crédit Maritime (partenaire privé financier)

## **Pouvoir adjudicateur**

---

L'association Normandie Fraîcheur Mer, porteur de la consultation et maître d'ouvrage, dispose du pouvoir adjudicateur. Son Président Monsieur Dimitri ROGOFF ou son directeur, par délégation, sont habilités à signer le marché.

## **Objet de la Consultation**

---

La consultation a pour objet la réalisation de l'édition 2021 d'un évènementiel consacré à la coquille Saint-Jacques de Normandie, prévu au début de la campagne de pêche 2020-21 pour bien engager la saison.

Cet évènementiel doit s'inscrire dans la continuité des trois précédents (La Grande Débarque 2018, 2019 et 2020), sous la forme d'animations ou rendez-vous gourmands autour de la Coquille Saint-Jacques de Normandie, sur des sites participants (poissonniers, rayons marée, marchés, restaurateurs, bistrotts, et bars à vin...); un dispositif abondé d'une communication appropriée (notamment sur les réseaux sociaux) et des évolutions souhaitées détaillées dans le contenu de ce dossier de consultation.

## **Sommaire**

---

### **I- Termes de Référence TDR**

- 1. Préambule**
- 2. Responsable du dossier de consultation et contacts**
- 3. Objet de la consultation**
- 4. Principe de l'évènementiel 2021**
- 5. Le projet d'évènementiel 2021**
- 6. L'opération commerciale / lieux de vente**
- 7. Calendrier de réalisation**
- 8. Conduite des Travaux / Réunions / Suivi**
- 9. Bilan de l'évènementiel**
- 10. Budget**

### **II- Règlement de consultation**

- 1. Modalités de retrait du dossier de consultation**
- 2. Conditions de participation**
- 3. Pièces demandées aux soumissionnaires**
- 4. Pièces demandées à l'attributaire provisoire**
- 5. Modalités de soumission des offres**
- 6. Renseignements complémentaires**
- 7. Modalités de sélection du prestataire**
- 8. Contrats et modalités de facturation**

# I- Termes de Référence TDR

## I. Préambule

---

Normandie Fraîcheur Mer est un groupement associatif, créé en 1998, qui fédère aujourd'hui l'ensemble des structures professionnelles de la pêche de Normandie, partenaires de ce projet.

Le groupement a pour objectifs principaux de valoriser la qualité et la durabilité des produits de la pêche de Normandie. En particulier et relativement à la Coquille Saint-Jacques, première espèce en tonnage et en valeur de la pêche normande :

- NFM est la structure porteuse et animatrice de 2 Labels Rouge obtenus en 2002 et 2009, aujourd'hui étendus dans leur application à l'ensemble des acteurs de la pêche normande de Granville au Tréport.
- NFM assure la promotion de ces Labels Rouge auprès de la filière commerciale,
- NFM est porteur d'un projet d'Indication Géographique Protégée (IGP) pour la Coquille Saint-Jacques de Normandie,
- NFM assiste les structures gestionnaires des ressources (CRPM Ndie, OPN, FROM) dans leurs projets de certification « Pêche Durable » de pêcheries de coquilles Saint-Jacques et met en valeur les pratiques des professionnels,
- NFM organise des actions de relation presse : communiqués, dossiers, accueils presse et relations médias.
- NFM participe à la promotion de la coquille sur différents salons et manifestations : SIA, Fêtes de la Coquille, Croq Gourmand, Salon Nautique...
- NFM pilote régulièrement des actions de communication forte, ayant pris jusqu'en 2017 essentiellement la forme de publicités radio sur les antennes régionales et/ou nationales,
- NFM a piloté en 2018, 2019 et 2020 les événementiels « La Grande Débarque », instigués par la Région Normandie et les structures professionnelles de la pêche normande. Ils ont permis de mobiliser les acteurs de l'aval de la filière (restaurants, bistrot, bars à vin et poissonneries) et d'animer les réseaux sociaux et font l'objet d'une suite en 2021 au travers de cette consultation,

Plus de détails sur NFM : [www.normandiefraicheurmer.fr](http://www.normandiefraicheurmer.fr)

## 2. Responsable du dossier de consultation et contacts

---

### Responsable de projet

Arnauld MANNER  
Directeur NFM



[manner@nfm.fr](mailto:manner@nfm.fr)  
02 31 51 21 53

### Chargée de projet

Elsa LEDRU  
Chargée de Communication NFM



[ledru@nfm.fr](mailto:ledru@nfm.fr)  
02 31 51 21 53 / 07 76 15 84 18

### 3. Objet de la consultation

---

Le présent dossier de consultation a pour objet de sélectionner une agence de communication qui sera missionnée pour conduire un évènementiel autour de la **coquille Saint-Jacques de Normandie**, dans la continuité des trois éditions précédentes de La Grande Débarques organisées en 2018, 2019 et 2020, à l'initiative de la Région et des organisations professionnelles de la pêche normande.

Objectifs de l'évènementiel :

- Conforter un évènement récurrent, qui mobilise l'ensemble de la filière depuis les pêcheurs, jusqu'aux consommateurs et qui marquent le démarrage de la saison de pêche,
- Marquer la saisonnalité du produit et accompagner le démarrage de commercialisation des coquilles Saint-Jacques, avant l'ouverture en novembre des gisements les plus prolifiques de la Baie de Seine et du proche littoral seino-marin, conséquence d'une pêche de mieux en mieux gérée,
- Accroître la notoriété de la « Coquille Saint-Jacques de Normandie », quel que soit le bassin de production (Manche-Est, Manche-Ouest), dans la perspective d'une demande de reconnaissance en Indication Géographique Protégée (IGP), en cours de construction,
- Positionner les Labels Rouge existants pour la coquille et la noix de Saint-Jacques et le projet d'IGP, au cœur de l'évènement.

### 4. Principe de l'évènementiel 2021

---

Reprise des fondamentaux et du meilleur des 3 évènementiels 2018 à 2020 ; à savoir :

- Mobilisation sur deux mois (octobre et novembre) des lieux d'animation (poissonneries, rayons-marée, bistrot, restaurants et bars à vin) partout en France et plus particulièrement vers les principaux bassins de commercialisation : Normandie, Paris, Sud-Ouest, Sud-Est
- Sous la forme d'animations ou rendez-vous gourmands autour de la Coquille Saint-Jacques de Normandie sur ces lieux d'animation et sur les réseaux sociaux, via une activation digitale forte et un dispositif de communication adéquat.

Plus de détails sur :

Site Internet : <https://www.lagrandebarque.fr/>

Facebook : <https://www.facebook.com/NFM.fr/>

Instagram : <https://www.instagram.com/lagrandebarque/>

Vidéo de présentation LGD 2020 : <https://www.youtube.com/watch?v=NzPaH7bzS9g>

L'évènementiel 2021 et la prestation requise devra intégrer en outre les points suivants :

- Renforcement du marqueur « Coquille Saint-Jacques de Normandie » sur l'ensemble des supports, sans perdre la continuité de l'évènementiel.
- Elargissement à l'échelle nationale de l'évènement et plus particulièrement vers les principaux bassins de commercialisation : Normandie, Paris, Sud-Ouest, Sud-Est.
- Anticipation et renforcement des actions de relation presse spécifiques à l'évènementiel et au produit, avec la réalisation d'un temps fort, pour marquer le lancement de l'opération.
- Mobilisation de nouveaux partenaires de renom et/ou influenceurs.
- Renforcement de l'opération commerciale et du jeu consommateur associés à l'évènementiel, via un dispositif détaillé ci-après, impliquant l'appui et le relai technique de structures partenaires de la filière (OPEF, FFP et AREA Normandie).

## 5. Le Projet d'évènementiel 2021

---

### LES FONDAMENTAUX

#### Le Visuel

- Conception d'un visuel et ses déclinaisons dans la poursuite des éditions précédentes, mettant prioritairement en avant le produit (coquille Saint-Jacques) et l'humain (casting pêcheur !) + renforcement du marqueur « Coquille Saint-Jacques de Normandie »

#### Le Parrainage

- Recrutement d'un parrain (chef) et/ou un ambassadeur parmi les personnalités médiatiques, présentant un attachement fort avec la Normandie et un affect particulier pour le produit.

### L'ACTIVATION EVENEMENTIELLE

#### L'Opération de lancement

- Un lieu emblématique : Normandie / à Paris ?
- Associé à une conférence de presse
- Attrait à apporter : dégustation, découverte produit, présence parrain / ambassadeur, représentants filières, partenaires...

#### Les lieux d'animation « restauration » : objectif plus de 200 lieux mobilisés partout en France

- Mobilisation de bars à vins, bistrot, brasseries, restaurants / offre « Coquille Saint-Jacques de Normandie »
- Inscription des lieux via un formulaire en ligne sur le site Internet LGD, avec :
  - o Engagement à proposer de la « Coquille Saint-Jacques de Normandie »
  - o Précision de l'offre proposée : menu, plat, plancha, offre à emporter...
  - o Acceptation à figurer sur le site Internet
- Intégration des lieux participants sur le site Internet LGD
- Incitation auprès des lieux participants à relayer les posts sur les réseaux sociaux
- Communication spécifique à prévoir :
  - o Pour l'inscription des points d'animation : phoning, relai presse pro, réseaux sociaux
  - o Pour l'identification sur des points d'animation : affiches, vitrophanie, flyers...
  - o Pour la promotion des points d'animation / site Internet et réseaux sociaux : récupération de photos des chefs, des établissements, des offres, des recettes...

#### Le Fish Truck Tour / Pavillon France :

- Mise à disposition par France Filière Pêche du Fish Truck PAVILLON France et du personnel d'animation pour 6 Jours
- Implantation sur 6 sites différents : Paris, Caen, Rouen, Bordeaux, Nantes, Lyon
- Mise à disposition / Fish Truck : 1 banderole et 3/6 Totems + coupons-jeu (cf. animation commerciale)

- Communication spécifique à prévoir :
  - o Alertes presse locale
  - o Intégration sur site Internet LGD
  - o Réseaux sociaux (photos/vidéos sur site)

## **L'ACTIVATION DIGITALE**

### **Le Site Internet : Refonte intégrale !**

- Lien site actuel : <https://www.lagrandebarque.fr/>
- Renforcement du marqueur « Coquille Saint-Jacques de Normandie »
- Amélioration des fonctionnalités : ergonomie, intégration vidéos dès la Home, cartographie...
- Espace de présentation LGD
- Mise en avant plus forte des Labels rouge obtenus par la filière et du projet d'Indication Géographique Protégée (d'IGP)
- Intégration d'I seule cartographie interactive de l'ensemble des lieux d'animation :
  - o Lieux de dégustation (recettes, menus...)
    - o Bistrots
    - o Bars à vin
    - o Restaurants
    - o Fish truck Tour PAVILLON FRANCE
  - o Lieux de vente et d'animation (cf. opération commerciale)
    - o Poissonneries
    - o GMS
- Formulaire d'inscription pour les lieux d'animation
- Intégration jeu consommateurs avec accès réservé aux clients (cf. opération commerciale)
- Incitation consommateurs à se rendre en magasin et récupérer un coupon-jeu / participer
- Référencement des mareyeurs « fournisseurs officiels »
- Référencement des fêtes maritimes normandes consacrées à la « Coquille Saint-Jacques »
- Mise en avant des partenaires et financeurs, et plus particulièrement la Région Normandie
- Mise en avant Fish Truck Tour + Animations décorticage PAVILLON FRANCE
- Liens et remontée d'infos Facebook / Instagram / Youtube LGD
- Espace découverte éditions précédentes : Intégration des vidéos LGD + vidéo Bilan

### **Les Influenceurs : Impliqués et avec un vrai affect / produit**

- Recrutement d'influenceur(s) :
  - o Avec un bon réseau et une vraie appétence pour le produit et son univers
  - o Dans le domaine du culinaire / art de vivre
- Les rendre acteurs :
  - o Tournage de pastilles vidéos / Interview (façon road trip ou micro trottoirs)

- à la rencontre des professionnels (depuis leur cuisine et sur site)

## **La Campagne Digitale / Les Réseaux Sociaux :**

- Création de contenus : animations, vidéos, photos, recettes, infos, en lien avec :
  - La « Coquille Saint-Jacques de Normandie » : qualité, durabilité, Label Rouge, IGP...
  - Les professionnels (pêcheurs, criées, mareyeurs fournisseurs / Label rouge...),
  - Les partenaires, les influenceurs
  - Les lieux d'animation...
- Facebook / Instagram :
  - Campagne de posts réguliers, sponsorship avec illustrations chartées : photos, iconos, animations, vidéos...
  - Mise en avant : de l'évènementiel, du produit de sa qualité (Label rouge), de son origine (projet d'IGP), des pratiques de pêche durable, des partenaires et influenceurs, des acteurs de la filière (pêcheurs / mareyeurs / lieux de vente / lieux d'animation), de recettes, de l'opération commerciale et du jeu, du Fish truck tour et des animations décorticage PAVILLON FRANCE...
- Youtube :
  - Migration du Youtube LGD vers Youtube NFM ? (à confirmer)
  - Intégration vidéos LGD 2021 : partenaires, influenceurs + vidéos bilan

## **LES RELATIONS PRESSE**

Elaboration de la stratégie RPs + création des supports presse et activation presse incluant :

- Communiqués/dossier de Presse :
  - Communiqué « Save the date » dès juin pour ne pas manquer les délais longs (diffusion presse nationale +-régionale)
  - Communiqué plus étoffé en septembre (presse régionale + presse nationale, délais courts)
  - Organisation d'une Conférence presse couplée au Lancement de l'évènementiel : 1<sup>er</sup> octobre, jour d'ouverture de la coquille ... temps fort pour les journalistes, partenaires (cf. opération lancement)
- Alertes presse / temps forts de l'évènementiel (autant que nécessaire) :
  - Fish truck tour : 1 par site (presse locale)
  - Opération commerciale...
- Relances / suivi / accueils (sur lesquels NFM peut intervenir en renfort)

## **LE PLAN MEDIAS / LES PARTENARIATS MEDIAS**

Elaboration & gestion d'un plan Médias incluant :

- Achat d'espace / Insertions Presse
  - Presse Quotidienne Régionale et Nationale
  - Print et digitale (interstitiel, webzine,...)
- Partenariats Médias :
  - Presse nationale et régionale (écrite, radio, web)
  - Création de contenus sur mesure, jeux /dotation, ...

## 6. L'Opération commerciale / Lieux de vente

### Objectif plus de 3000 points mobilisés / 2021

Les évènementiels 2019 et 2020 se sont attachés à renforcer les liens commerciaux entre l'amont et l'aval de la filière autour d'une action commerciale et d'un jeu consommateurs consacré à la coquille Saint-Jacques de Normandie.

Tel qu'envisagé, le concept de l'opération commerciale 2021 combine les modalités les plus favorables des deux précédentes éditions et associe des partenaires facilitant sa mise en oeuvre.

#### - Principe / jeu consommateur

- Jeu participatif (questions/réponses ou autre à définir)
- Jeu consommateur en ligne / via accès réservé
- Période du jeu (octobre à mi-décembre)
- Coupons-jeu avec accès réservé, remis aux consommateurs en poissonneries ou GMS
- Coupons-jeu fournis / mareyeurs « fournisseurs LGD » avec les colis de coquilles ou noix de Saint-Jacques de Normandie
- Dotation / Lots :
  - Nombre de lots en adéquation avec le nombre de points de vente (à définir)
  - Exemple lots : Poids en coquille St-Jacques + Voyage en Normandie... (à confirmer)



Totem LGD 2020

#### - Participation mareyeurs / Fournisseur LGD

- Inscription auprès de NFM comme « fournisseur LGD »
- 15 mareyeurs attendus (à confirmer)
- Réception des coupons jeu et diffusion avec les colis expédiés
- Mention recommandée « Coquille / Noix de Saint-Jacques de Normandie » sur les étiquetages et/ou usage d'emballages spécifiques (NFM conduit parallèlement un projet de fabrication de Billots coquille Saint-Jacques de Normandie)

#### - Supports du jeu / Kit communication

- Affiche à minima / 3000 poissonneries du réseau OPEF
- Kits (Totem + Fiches recettes + Tabliers) pour 250 GMS (via FFP), 200 Poissonneries OPEF + 100-200 points de vente supplémentaires via NFM (à confirmer)  
Prévoir Kits différents GMS / POISS + dotation lots / clients poissonniers)
- Coupons-jeu, accès unique : paquets de 10 sous blister diffusés via les mareyeurs « fournisseurs LGD » (volume à identifier / quantités adaptées à 2 mois de commercialisation)

#### - Inscriptions points de vente / Diffusion du kit communication

- Formulaire d'inscription en ligne site internet LGD + OPEF et FFP / poissonniers ou GMS
- Information mareyeurs / clients directs (poissonniers et GMS)
- Information OPEF auprès des 3000 poissonniers de leur réseau (avec l'envoi à minima de l'affiche)
- Information FFP auprès des GMS nationales + proposition d'animation décorticage CSJ pour 250 magasins
- Information AREA Normandie auprès des GMS régionales
- Diffusion kits / Agence Com NFM + FFP et AREA



- Communication spécifique à prévoir
  - o Site Internet LGD :
    - Référencement Mareyeurs « Fournisseurs LGD » et points de vente / site Internet LGD
    - Renvoi des Internauts vers points de vente / récupérer les coupons et participer au jeu
  - o Relai du jeu, des points de vente participants et des animations décorticage PAVILLON FRANCE : dispositif médias et réseaux sociaux (photos/vidéos sur site)
- Les Partenariats en place / Mise en œuvre de l'opération commerciale
  - o UMF :
    - o Relai de l'opération commerciale / mareyeurs et incitation à y participer
    - o Aide financière / mareyeurs adhérents UMF (à confirmer)
  - o OPEF :
    - o Edition et diffusion d'une affiche aux 3000 poissonneries de son réseau
    - o Information des 3000 poissonneries / gestion inscription kit
  - o FFP :
    - o Information des GMS à l'échelle nationale
    - o Diffusion et intégration du kit communication / 250 animations PAVILLON France de décorticage de CSJ en hyper et supermarchés, sur octobre et novembre
  - o AREA Normandie :
    - o Information des GMS et centrales d'achat à l'échelle régionale
    - o Diffusion et intégration du kit communication / 5-10 animations points de vente « Saveurs de Normandie » (à confirmer)



## 7. Calendrier de réalisation

---

L'engagement de l'agence pour la réalisation de l'évènementiel sera formalisé en juin 2020.

Sauf modification, les dates envisagées pour l'évènementiel sont les suivantes : du 01 octobre au 30 novembre 2021.

L'opération commerciale devra débuter avec le démarrage de la campagne de pêche et de commercialisation.

## 8. Conduite des Travaux / Réunions / Suivi

---

Un Comité de Pilotage est défini pour suivre l'organisation de l'évènementiel. Il est composé de l'ensemble des partenaires ainsi que de chargés de mission de la Région, identifiés auprès de NFM. Il pourra se réunir dans les locaux de la Région à Caen.

Le soumissionnaire doit intégrer à sa proposition :

- L'animation de 2 à 4 réunions du Comité de Pilotage, dont la réunion de restitution finale,
- Le nombre de réunions (distanciel ou présentiel) et d'échanges téléphoniques qu'il estime nécessaire, pour le suivi opérationnel avec NFM.

Les échanges avec l'ensemble des membres du Comité de Pilotage et les transmissions documentaires requises seront facilités via la coordination assurée par NFM.

## 9. Bilan de l'évènementiel

---

Les livrables du bilan de l'opération à fournir en janvier 2022 :

- Présentation PPT détaillée (réalisations et résultats) / Partenaires et financeurs
- Pressbook / retombées Médias
- Communiqué de Presse / Médias
- Vidéo(s) / supports digitaux

## **10. Budget**

---

Le budget proposé devra respecter les conditions financières suivantes :

- Un budget total de base de 180 000€ TTC maximum,
- Un budget complémentaire potentiel de 10 à 30 000€, en fonction du nombre de mareyeurs fournisseurs, impliqués dans l'opération commerciale (cf. point 6 du dossier de consultation), de la contribution de l'Union des Mareyeurs Français et des demandes de financements et partenariats privés encore en cours.

Les propositions de budget du soumissionnaire doivent comprendre l'ensemble des frais à la charge du prestataire et notamment tous les frais, honoraires, charges diverses liées à la prestation telles que :

- (1) les indemnité journalière (per diem), frais d'hôtel inclus, en raison de l'exécution des services ;
- (2) les coûts de transport et les frais d'appui logistique pour l'acheminement de documents, destinés au client, aux sites d'animations et de promotion ;
- (3) les frais d'édition, de communication (médias), de relation presse, d'animation, d'organisation de l'opération commerciale...
- (4) les frais liés à l'implantation du Fish-Truck PAVILLON FRANCE

Tous les coûts encourus par le prestataire et relatifs à l'établissement de sa proposition et sa présentation seront supportés par le prestataire.

# II- Règlement de consultation

## I. Modalités de retrait du dossier de consultation

---

Ce dossier de consultation peut être téléchargé sur le site Internet de NFM :

[https://www.normandiefraicheurmer.fr/media/appel\\_offre\\_lgd\\_2021.pdf](https://www.normandiefraicheurmer.fr/media/appel_offre_lgd_2021.pdf)

Il peut-être aussi récupérer auprès de Normandie Fraîcheur Mer (NFM), (cf. coordonnées au point 6).

Le dossier de consultation est accessible jusqu'à la date limite de remise des offres.

## 2. Conditions de participation

---

Une expérience solide en gestion d'évènementiels est souhaitée, si possible dans le domaine des produits de la mer.

Des renseignements concernant la situation propre du (des) prestataire(s) de services et des renseignements et formalités nécessaires pour l'évaluation de la capacité économique, financière et technique minimale sont requises en vue de la sélection des candidatures.

Lors de l'ouverture des offres, seront éliminés, sous réserve de la décision du pouvoir adjudicateur :

- les candidats n'ayant pas fourni les documents demandés dûment complétés et signés ;
- les candidats n'ayant pas fourni les renseignements précis d'évaluation des capacités professionnelles, techniques et financières ;
- Les candidats dont les offres ne respectent pas les modalités de budget définies ;
- les candidats dont les garanties professionnelles et financières sont insuffisantes ;
- Les candidats dont les offres ne fournissent pas l'intégralité des pièces requises dans les deux chapitres ci-après.

## 3. Pièces demandées aux soumissionnaires

---

La proposition du prestataire doit contenir :

- Une lettre de candidature datée et signée
- Une proposition technique, comprenant :
  - une description détaillée de la prestation, incluant des propositions concrètes, avancées et étayées, au minimum sur :
    - le projet de visuel et la charte graphique associée
    - le(s) influenceur(s) proposé(s), parrain ou personnalité(s),
    - le nombre proposé et les modalités de recrutement et d'animation des différents sites d'animation,
    - les actions de relations presse prévues,
    - le plan média proposé, les différents supports de communication proposés,
    - la campagne digitale proposée
    - le type de CMS (refonte du site Internet)
    - l'implantation envisagée du Fish Truck PAVILLON France : lieux, dates
    - les modalités de mise en avant spécifique des Labels Rouge et du projet d'IGP,
    - les modalités organisationnelles : calendrier des opérations, des réunions
    - les modalités de restitution : bilan de l'évènementiel, livrables

- La composition de l'équipe dédiée : noms et qualité des personnes la composant,
- Les références de l'agence.
- Une annexe financière, comprenant un budget détaillé de la prestation, poste par poste, pour l'organisation de l'évènementiel et pour l'opération commerciale, dont la durée de validité sera garantie 3 mois à compter de l'émission de l'offre.
- Un engagement de cession de droits : toutes les productions matérielles et intellectuelles relatives à l'évènementiel et à l'opération commerciale deviendront à l'issue de ceux-ci, l'entière propriété de NFM.

## 4. Pièces demandées à l'attributaire provisoire

---

Le candidat déclaré attributaire provisoire ne se verra attribuer le marché que s'il produit les documents suivants, dans un délai de 7 jours ouvrés à compter de la réception de la demande formulée par la personne représentant le pouvoir adjudicateur :

- Un extrait de l'inscription au RCS (K ou Kbis).
- Une attestation de régularité sociale et fiscale.
- Une attestation d'assurance, garantissant sa responsabilité à l'égard des tiers en cas d'accidents ou de dommages causés par la conduite des prestations ou les modalités de leur exécution.

## 5. Modalités de soumission des offres

---

Les offres des soumissionnaires devront être rédigées en langue française et être parvenues le :

**Vendredi 04 juin au plus tard à 16h.**

Toute offre déposée ou reçue postérieurement à cette date limite ne sera pas prise en compte. De même, les propositions incomplètes ou qui ne répondent pas aux besoins exprimés ne seront pas retenues.

**Les offres devront être transmises de matière dématérialisées (en format PDF)**

par mail à l'intention de [ledru@nfm.fr](mailto:ledru@nfm.fr)

## 6. Renseignements complémentaires

---

Toute demande d'éclaircissement doit être adressée au plus tard 2 jours calendaires avant la date limite de remise des propositions.

Les demandes d'éclaircissement sont à adresser à Elsa LEDRU, chargée de communication NFM :

[ledru@nfm.fr](mailto:ledru@nfm.fr) ou 02 31 51 21 53 / 07 76 15 84 18.

## 7. Modalités de sélection du prestataire

---

Les propositions reçues seront sélectionnées, au regard des critères suivants :

Critères de notation	Points
Expérience du prestataire dans des opérations équivalentes	3
Qualité de l'équipe proposée	3
Qualité du plan média et de la campagne digitale	3
Qualité de la proposition visuelle et de charte graphique	3
Qualité du parrain et des influenceurs proposés	3
Qualité de la prestation globale / respect des exigences	3
Coût de la prestation proposée	2
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>

Le non-respect des exigences du dossier de consultation se traduisant par une note de 0 sur le critère associé entraîne une invalidité de la proposition.

La sélection des offres sera réalisée en concertation entre NFM et ses partenaires (directeurs et collaborateurs) et les chargés de mission de la Région ; les membres du Comité de Pilotage.

En fonction des possibilités, une présentation (en présentiel ou en distanciel) des projets présélectionnés pourra être demandée aux prestataires candidats.

Au vu des avis formulés par le Comité de Pilotage, NFM pourra engager des discussions avec un ou plusieurs candidats.

A l'issue de ces négociations, un comité de décision, composé des présidents et directeurs des structures partenaires approuvera le choix final du prestataire.

Le choix de l'attributaire sera rendu public dans un délai de 15 jours à l'issue de la consultation. La mission du prestataire débutera le jour suivant.

## 8. Contrats et modalités de facturation

---

Un contrat sera établi entre NFM et le prestataire retenu à l'issue de la phase de consultation et de choix du prestataire.

Les modalités de facturation de la part du prestataire pourront intégrer :

- I acompte de 30 % du montant total du forfait de rémunération, à la signature du contrat,
- I versement intermédiaire : 30 % du montant total du forfait de rémunération, au lancement de l'évènementiel,
- I solde, après constatation de l'achèvement de la mission par le prestataire : après réception du bilan et organisation de la réunion de restitution.