



Fédération française des Industriels Charcutiers, Traiteurs, Transformateurs de Viandes

CAHIER DES CHARGES

CONCEPTION ET MISE EN ŒUVRE D'UNE CAMPAGNE D'INFORMATION ET DE PROMOTION DES CHARCUTERIES EUROPEENNES AU CANADA – SAVEURS DE FRANCE 2019-2020-2021

CONTEXTE

La Fédération Française des Industriels Charcutiers, Traiteurs, Transformateurs de Viandes (FICT) est la porte-parole des industries charcutières françaises.

- Créée en 1924, la FICT représente 250 entreprises, dont 90% de PME, qui emploient 37000 personnes, soutiennent 135 000 emplois régionaux et génèrent un chiffre d'affaires de 6,6 milliards d'euros pour une production de 1,2 million de tonnes.
- Une des principales missions de la FICT est le développement et la promotion des charcuteries françaises sur tous les marchés et tous les circuits de distribution.
- L'offre française est la plus vaste au monde avec 450 produits de charcuterie référencés dans le Code des Usages français contrôlé par l'administration (DGCCRF).
- En 2016, 703 M€ (soit 160 000 tonnes) de charcuteries ont été exportées vers 70 pays (progression de 5.6% en valeur et de 6% en volume, grâce aux charcuteries de volaille).

POURQUOI LE CANADA ?

Le marché canadien représente 36 millions de consommateurs et 567 M€ d'importation de charcuterie où l'Union Européenne ne pèse que 26 millions d'euros avec une forte présence italienne (18 millions d'euros).

	2016	
	K-Euros	Tonnes
UE	25 785	2 859
Italie	17 851	1 533
Espagne	3 803	486
Allemagne	966	120
France	889	104
Danemark	715	215
Pologne	646	260
États-Unis	541 081	136 629
Océanie	172	40
Total général	567 344	139 623

En complément, le Canada est le 7^{ème} pays d'expatriation des Français. En 2015, 92 116 Français étaient enregistrés dans les Consulats de France au Canada, soit une évolution de +6% par rapport à 2014. En revanche, les Consulats de France sur le Canada estiment que sur 150 000 Français vivants sur le territoire, 120 000 d'entre eux vivraient au Québec. Depuis 10 ans, la communauté française au Québec connaît un fort taux d'accroissement. Les Français sont l'un des premiers groupes de nouveaux immigrants. Chaque année, entre 3000 et 4000 Français s'établissent au Québec sous le régime de la résidence permanente. S'y ajoutent les étudiants, les détenteurs de permis temporaire ou d'un permis vacances-travail (PVT). Dans la ville de Québec et sa région, ils constituent le premier groupe d'immigrants. Au cours des dix dernières années, 30 000 immigrants français se sont établis au Québec. Sélectionnés au terme d'un long processus, les nouveaux arrivants ont en commun la jeunesse (25-40 ans) ainsi qu'un haut niveau de formation et de qualification.

Actuellement, il y a environ 35 entreprises françaises de charcuterie agréées pour exporter au Canada. Ainsi, le marché canadien représente actuellement moins de 1% des exportations françaises.

La FICT a organisé une première présence de la charcuterie française par la mise en place d'un stand collectif avec 6 de ses entreprises lors du SIAL Canada à Toronto en mai 2017.

Cette opération a conforté le fait que le potentiel des charcuteries françaises au Canada est intéressant mais qu'il existe un vrai déficit de notoriété des produits. Aussi, le Club Export de la FICT, constitué de ses entreprises exportatrices a souhaité construire un programme visant à aider les entreprises à développer leurs exportations et leurs relations au Canada.

L'objectif principal du programme sera d'augmenter la notoriété, la visibilité et ainsi les ventes des charcuteries européennes et françaises au Canada.

L'action visera à élargir la gamme de produits de charcuterie européens et français disponibles via différents circuits de distributions (marchés de détail, distribution et restauration).

Un focus sera à prévoir sur la promotion des charcuteries sous signes de qualité.

Le recrutement d'une agence d'exécution spécialisée est nécessaire pour planifier et exécuter les actions qui seront définies dans ce programme.

La FICT attend un partenariat durable et solide avec l'agence d'exécution, basé sur une grande confiance, compte tenu des budgets impliqués et de préserver la confiance de nos entreprises vis-à-vis d'informations de nature concurrentielle et confidentielle qui pourront être partagées avec l'agence choisie.

Le programme d'actions sera déployé sur 3 ans, de 2019 à 2021.

Le programme sera principalement axé sur le B2B avec possibilités sur le B2C.

La FICT souhaite impérativement la mise en place d'un stand de promotion de la campagne sur un salon professionnel au Canada au moins 1 fois par an.

Il pourra comprendre les activités suivantes :

- Roadshow de rencontres B2B
- Voyages d'acheteurs
- Promotions en magasin
- Journées charcuteries européennes (focus France)
- Des ateliers d'information et de formation à la charcuterie française à destination du B2B
- Salons

L'agence d'exécution devra proposer un programme d'actions complet adapté au marché du B to B Canadien et compatible avec les règles de cofinancement communautaires.

Le programme sera doté d'un budget de 396 000 € sur 3 ans, soit 132 000 € par an pour la mise en place des actions par l'agence d'exécution au total, pour les 3 années.

Ce budget ne pourra en aucun cas être dépassé.

ÉLÉMENTS ATTENDUS DANS LA SOUMISSION

La proposition détaillée (format PowerPoint de préférence) doit être envoyée à Monsieur David BAZERGUE (d.bazergue@fict.fr), Délégué Général et Madame Eldjida MAKHLOUFI (e.makhloufi@fict.fr), Responsable Export et devrait inclure :

- Une présentation de l'agence incluant des informations sur sa viabilité financière, sur ses compétences pour accompagner la FICT avec ses missions sur le marché canadien et sur sa connaissance des règles concernant les programmes de promotion financés par l'Europe.
- L'agence devra proposer une stratégie sur 3 ans avec un plan d'action qui permettront aux produits de charcuterie-salaison d'être connus et reconnus et de développer le potentiel de ces produits sur le marché canadien.
- Elle propose un visuel de campagne pouvant être repris sur tous les supports de communication.

- Une proposition de logo et de traitement graphique pour la campagne.
- L'agence devra proposer un plan de communication incluant les messages clés, appuyer des communiqués et des éditoriaux dans des revues spécialisées clés tout au long du programme triennal.
- Pour les actions proposées, l'agence doit décrire les objectifs, la cible, les actions détaillées ainsi que les résultats attendus et les KPI'S proposés. Elle devra inclure une proposition de budget. La proposition devra tenir compte des modalités propres à un cofinancement obligatoire de l'UE et d'autres éléments graphiques tels que stipulés dans le règlement EC/1144/2014 et la législation connexe. L'agence d'exécution sélectionnée devra respecter rigoureusement ces critères pour toutes les actions prévues et réalisées, car le non-respect de ces règles de l'UE entraînerait la non-éligibilité des actions et la perte du financement.

La signature du contrat entre l'agence d'exécution et la FICT est subordonnée à l'obtention du cofinancement européen (80% du budget) puis de la signature de convention avec FranceAgriMer.

Une fois l'agence d'exécution sélectionnée, celle-ci devra rédiger pour le compte de la FICT le dossier de présentation du programme de promotion à l'attention de la Commission Européenne.

Pour ce faire, la FICT a prévu un budget spécifique de 4 000 € pour l'agence d'exécution.

Une agence d'évaluation sera également sélectionnée par la FICT pour auditer le programme de l'agence d'exécution sélectionnée.

Cette dernière devra faciliter le travail de l'agence d'évaluation, au besoin, tout au long du projet, fournir les informations demandées par l'agence d'évaluation, participer à des réunions d'avancement avec l'agence d'évaluation et tenir compte de ses recommandations.

CALENDRIER PROPOSÉ

- 14/03/2018 – 12h00 - Réception des propositions détaillées par e-mail
- 16/03/2018 - Auditions des agences présélectionnées
- 19/03/2018 : Notification de l'agence choisie et notification détaillée aux autres agences non retenues

CRITÈRES DE PRÉSÉLECTION

La pré-sélection sera faite sur dossier par un jury composé de membres impliqués dans la mise en œuvre du projet.

- Capacité technique (30 points)
 - Expérience dans l'organisation de rencontres B2B (6 points)
 - Expérience des activités promotionnelles dans la vente au détail (6 points)
 - Expérience dans les activités de relations publiques (6 points)

- Expérience dans l'organisation de salons professionnels (6 points)
- Expérience avec les campagnes de communication (6 points)
- Expérience des programmes de promotion des exportations UE /1144/2014 (30 points)
- Expérience sur le secteur alimentaire et de la charcuterie en particulier (20 points)
- Expérience sur le marché canadien. Présence au Canada et en France (20 points)

CRITÈRES DE SÉLECTION

La sélection sera faite sur audition par un jury composé de membres impliqués dans la mise en œuvre du projet.

- Qualité et cohérence de la stratégie, argumentation des actions proposées (30 points)
- Rapport qualité-prix (20 points)
- Compréhension et respect strict des règles de promotion de l'UE, expérience avec Programmes de promotion des exportations UE / 1144/2014 (20 points)
- Capacité d'exécuter des événements B2B et B2C, des activités promotionnelles dans le commerce de détail, des foires commerciales et des événements publics relations et actions de communication (20 points)
- Qualifications de l'équipe de gestion de projet (10 points)

CONTACTS

Monsieur David BAZERGUE (d.bazergue@fict.fr), Délégué Général : 01 75 00 09 30

Madame Eldjida MAKHLOUFI (e.makhloufi@fict.fr), Responsable Export : 01 75 00 09 30