



**CAMPAGNE POUR LA
PROMOTION DU CHORIZO DU
CONSORCIO DU CHORIZO
ESPAGNOL EN FRANCE**

APPEL D'OFFRES

ICEX ESPAÑA EXPORTACIÓN E INVERSIONES, E. P. E.
OFFICE ECONOMIQUE ET COMMERCIAL DEL'AMBASSADE D'ESPAGNE
13, RUE PAUL VALERY 75016 PARIS TEL : 01 53 57 95 50
PARIS@COMERCIO.MINECO.ES

INDICE

1. TERMES DE RÉFÉRENCES.....	3
2. OBJET DU CONTRAT	6
3. CONTENU DU CONTRAT ET JURIDICTION	6
4. DURÉE DU CONTRAT	7
5. BUDGET DU CONTRAT	7
6. REGLEMENTS ET FACTURES	7
7. PROFIL DE L'AGENCE ET OBLIGATIONS	8
8. CONTENU DES PROPOSITIONS	9
9. PRESENTATION DES PROPOSITIONS	11
10. CRITERES D'EVALUATION	13
11. EQUIPE D'ÉVALUATION	15
12. OBLIGATIONS DE L'AGENCE	15
13. ANNULATIONS.....	17
14. DEFINITIONS DES CLIENTS DE LA CAMPAGNE	17

LES INFORMATIONS CONTENUES DANS CE DOCUMENT SONT PRIVEES ET CONFIDENTIELLES ET NE DOIVENT PAS ETRE DIFFUSEES OU SERVIR A D'AUTRES UTILISATIONS QUE LA PREPARATION D'UNE RECOMMANDATION

ICEX - España Exportación e Inversiones E.P.E. (ci-après ICEX) représenté par l'Office Economique et Commercial de l'Ambassade d'Espagne en France invite des agences de communication, publicité et marketing à présenter leurs recommandations pour la définition, le développement et la réalisation de la **Campagne pour la Promotion du chorizo du Consorcio del Chorizo Español en France** (ci-après, la Campagne).

ICEX a signé un Accord/Convention avec le Consorcio del Chorizo Español, pour l'exécution d'une campagne internationale de promotion du secteur (BOE du 6 février 2023) dans le but de développer la présence du chorizo disposant du label du Consorcio del Chorizo Español en France.

ICEX a pour objectif d'engager une **agence de publicité, communication et marketing** (ci-après, l'**Agence**) pour réaliser la Campagne. L'Agence sera responsable de la mise en œuvre des actions proposées ci-après.

1. TERMES DE RÉFÉRENCES

ICEX, l'agence espagnole en charge de la promotion du commerce et de l'investissement

ICEX (www.icex.es) est un organisme public espagnol, créé en 1982, dont le but principal est de promouvoir l'internationalisation de l'économie espagnole. ICEX dépend du Ministère de l'Industrie, du Commerce et du Tourisme (MINCOTUR) (www.mincotur.gob.es) et est responsable de développer et exécuter sa politique économique internationale. Cependant, ICEX ne fait pas partie de l'administration de l'État et dispose d'une certaine autonomie opérationnelle et budgétaire.

Depuis sa fondation, ICEX a été un acteur important pour contribuer à la modernisation de l'économie espagnole. La mission initiale de ICEX était de promouvoir l'exportation de produits espagnols sur les marchés internationaux, un objectif dans le cadre duquel ont été obtenus de nombreux succès et expériences. Son portefeuille actuel d'activités de promotion des exportations comprend l'organisation de missions commerciales ou d'événements de promotion de produits, la participation d'entreprises espagnoles à des salons internationaux, la réalisation d'études de marché et de nombreux autres services. En outre, ICEX a progressivement développé d'autres produits et services, non seulement pour soutenir les exportateurs, mais aussi d'autres acteurs impliqués dans la chaîne internationale de commercialisation des produits espagnols, tels que les importateurs, les distributeurs et les prescripteurs d'opinion.

Grâce au succès de ICEX et à l'intégration croissante de l'Espagne dans l'économie internationale, la mission de ICEX a été étendue et actualisée pour inclure également la promotion de la compétitivité des entreprises espagnoles, en particulier des PME, ainsi que l'attraction d'investissements directs étrangers en Espagne. En ce qui concerne le premier objectif, ICEX a développé divers programmes d'information, d'éducation et de promotion pour améliorer les outils de la compétitivité des PME à l'étranger. Il a également joué un rôle clé dans l'expansion de l'investissement direct espagnol sur les marchés internationaux, en coordonnant les différentes politiques et le soutien des entités publiques espagnoles pour offrir un large éventail d'aides aux entreprises.

En ce qui concerne le deuxième objectif, ICEX a joué un rôle important dans l'amélioration de l'environnement des affaires en Espagne, en analysant et en adoptant les meilleures pratiques du commerce international, encourageant ainsi les investisseurs étrangers à développer et à étendre leurs projets en Espagne.

Pour réaliser sa mission, ICEX dispose d'un large réseau de professionnels spécialisés dans l'internationalisation des entreprises. Ces professionnels travaillent au siège de l'ICEX à Madrid, dans les 30 directions territoriales établies dans différentes villes espagnoles et dans la centaine de bureaux économiques et commerciaux d'Espagne intégrés dans les Ambassades et Consulats espagnols à travers le monde.

En France, il existe un bureau économique et commercial situé à Paris et qui a la compétence pour l'ensemble du territoire Français et travaille avec ICEX dans la réalisation de tous ses programmes de promotion dans le pays.

La créativité du chorizo Consorcio du Chorizo Espagnol

Toute la créativité de la campagne et tout le matériel promotionnel utilisé doivent inclure le logo du « Consorcio del Chorizo Español ».

Le Consorcio du Chorizo Espagnol

Le Consorcio du Chorizo Espagnol est une association d'entreprises du secteur des produits carnés, spécialisée dans la production et la commercialisation de l'authentique chorizo espagnol, de haute qualité.

Les valeurs du Consorcio :

- **Origine** : le Consorcio garantit que le chorizo portant le label « Chorizo espagnol » du Consorcio a été fabriqué avec des matières premières 100% espagnoles.
- **Tradition, authenticité et savoir-faire** : le chorizo est connu comme un produit emblématique de la gastronomie espagnole, fruit de siècles d'expérience et de savoir-faire.
- **Qualité** : l'utilisation du label du Consorcio du Chorizo Español nécessite le respect des exigences du cahier des charges de l'association.

Le chorizo qui porte le label du Consorcio du Chorizo Espagnol offre les garanties suivantes :

1. La production doit être entièrement réalisée en Espagne
2. Tout le processus de production doit être effectué dans des installations espagnoles auditées par des organismes de certification indépendants accrédités et supervisés par le Consorcio.
3. Les animaux doivent naître, être engraisés et abattus en Espagne.
4. Seuls de ail et du pimentón disposant d'un certificat d'origine ou d'une AOP/IGP espagnole peuvent être utilisés.
5. Des matières premières carnées, de porcs blancs ou de porcs ibériques, seront utilisées.
6. Le contrôle rigoureux de la traçabilité, de l'origine des matières premières et des procédés de fabrication.
7. Le chorizo doit être de qualité **EXTRA** conformément aux dispositions établies dans le décret royal 474/2014.
8. Il doit être certifié selon la norme GFSI (BRC, IFS ou autres).

Le site du Consorcio del Chorizo Español: <https://chorizo espanol.es/>

Le marché du chorizo en France

La France est le principal marché de destination des saucisses et saucissons espagnols avec plus de 24.000 tonnes commercialisées entre janvier et novembre 2022, soit 4,29% de plus qu'à la même période de 2021, cela représente un tiers du total des exportations espagnoles de saucisses et saucissons.

2022 a été une bonne année pour les membres du Consorcio du Chorizo Espagnol qui ont commercialisé un total de 2.960 tonnes de chorizo sous label du Consorcio, une valeur inférieure à celle de 2021 et 2020, mais nettement supérieure aux niveaux d'avant la pandémie.

La France est le deuxième marché le plus important pour le Consorcio et, en 2022, elle représentait plus de 18% de l'étiquetage total, atteignant 551 tonnes, derrière le Royaume-Uni qui mène les ventes de chorizo sous label avec plus de 1.640 tonnes.

Les ventes de chorizos sont concentrées dans la GMS et c'est un produit qui fait partie des habitudes de consommation des Français, notamment à l'heure de l'apéritif, un mode de consommation qui devient de plus en plus important par rapport au moment classique de l'alimentation avec entrée, plat, fromage et dessert.

Cependant, après plusieurs années de campagne en France, la présence de chorizos portant le label du Consorcio est limitée à quelques points de vente et quelques chaînes de la grande distribution.

La France se caractérise également par une offre locale de chorizos produite par plusieurs entreprises françaises et concurrentes des produits espagnols, utilisant également des références hispaniques sur leur étiquetage (couleurs rouges ou noires, noms « hispanisés », mentions d'épices qui viennent d'Espagne, etc...).

Cette offre locale, parfois de mauvaise qualité, nuit à l'image du chorizo espagnol authentique et à l'ensemble de l'offre agroalimentaire espagnole.

Les messages de la campagne

Les objectifs du Consorcio Chorizo Espagnol sur le marché français :

1. Communiquer ses valeurs différentielles par rapport aux autres chorizos, l'authenticité, la qualité et la revendication de son origine comme garantie d'une méthode de production traditionnelle.
2. Faire connaître le sceau comme la garantie d'un niveau de qualité supérieur.
3. Appuyer les réseaux commerciaux des entreprises membres du Consorcio en communiquant à tous les niveaux de la chaîne de commercialisation les avantages du produit et du label.
4. Offrir un repère qualitatif pour les consommateurs vers un produit authentique.
5. Diversifier les utilisations du chorizo en faisant connaître les produits qui peuvent être cuits, le chorizo à griller pour barbecues et les dés de chorizos comme ingrédients culinaires.

À cette fin, des campagnes dans la presse professionnelle ont été menées, des produits ont été envoyés aux acheteurs de la GMS, des voyages de presse et des collaborations avec des influenceurs sur les RRSS.

Les publics cibles

Au niveau B2B, tous les professionnels des chaînes de distribution, ainsi que la presse professionnelle et les professionnels/prescripteurs du secteur de la viande.

Au niveau B2C, le public cible du Consortium Chorizo en France sont les microblogueurs et/ou les foodies spécialisés dans le domaine « *Food & Travel* », qui peuvent rapprocher le produit du consommateur final, principalement via les réseaux sociaux et les blogs spécialisés dans la gastronomie et les clients des GMS.

Actions à développer dans le cadre de la campagne

Sans préjuger de la recommandation de l'agence qui présentera dans son offre une stratégie et un programme d'activités, sont détaillées ci-après certaines actions qui pourraient être développées conformément aux objectifs de la campagne.

- Campagne de communication auprès des chefs de rayons pour transmettre les valeurs différentielles du chorizo label Consorcio
- Campagne digitale auprès des consommateurs, clients des hypermarchés pour orienter leurs achats vers les chorizos Consorcio avec sélection de profils en fonction des objectifs du Consorcio.
- Conception d'une créativité pour informer les professionnels de la distribution sur la campagne du Consorcio auprès de leurs clients. L'achat d'espace publicitaire n'est pas inclus dans la proposition de l'agence.

Toutes les activités proposées dans le cadre du plan devront offrir la possibilité d'une couverture photographique, en temps réel pour alimenter les réseaux sociaux, l'agence enverra alors un résumé écrit sous forme de communiqué de presse, pour le même usage.

Les propositions détailleront les frais techniques, les honoraires et les éventuelles taxes.

2. OBJET DU CONTRAT

- L'objet de ce contrat est la désignation d'une agence de publicité, communication et marketing chargée de **concevoir, planifier et réaliser une campagne de communication pour le chorizo du Consorcio du Chorizo Espagnol.**

3. CONTENU DU CONTRAT ET JURIDICTION

- Contrat de la campagne.** Une fois l'Agence sélectionnée, **un contrat sera signé entre ICEX et celle-ci** (ci-après dénommé le Contrat) qui inclura : les questions de droit d'auteur, les activités à réaliser, les conditions de paiement et d'autres éléments.
- Droit applicable et résolution des conflits.** La loi espagnole sera applicable au contenu de cet appel d'offres. Tout litige, désaccord, question ou réclamation pouvant survenir entre ICEX et l'Agence à l'occasion de la réalisation de la Campagne et du contrat de la Campagne, sera soumis aux Cours et Tribunaux Ordinaires de Madrid (Espagne), avec une renonciation expresse à toute autre juridiction. La langue utilisée dans tout litige sera l'espagnol.

4. DURÉE DU CONTRAT

- a. **Durée du contrat.** La durée du contrat devrait être de neuf (9) mois, à compter de la date de signature de l'accord par les deux parties, ce qui devrait se produire au début du mois d'avril 2023, et jusqu'à la fin de la campagne 2023. La date finale sera fixée d'un commun accord mais ne pourra en aucun cas excéder le 31 décembre 2023.
- b. **Renouvellement du contrat.** Une fois le contrat terminé, il pourra être renouvelé quatre fois, par accord entre ICEX et l'Agence. Les renouvellements possibles du contrat seront pour les campagnes des années suivantes (2023, 2024, 2025 et 2026) et ne pourront en aucun cas dépasser le montant indiqué au paragraphe suivant par campagne. Le reste des conditions étant les mêmes que celles du contrat initial.

5. BUDGET DU CONTRAT

- a. **Budget maximum disponible du contrat.** Le budget maximum disponible du présent contrat est de 33.500 euros, y compris les honoraires de l'agence et les frais externes **mais hors impôts ou taxes d'aucune sorte**. En aucun cas, le budget du contrat ne pourra être dépassé.
- b. **Budget des renouvellements éventuels du contrat.** Le budget pour les années suivantes de la Campagne sera de 33.500 euros par campagne, hors taxes.
- c. **Valeur estimée du contrat de la Campagne.** La valeur totale estimée du contrat pour cette Campagne, c'est-à-dire la valeur du premier contrat et des éventuelles prolongations est de 167.500 euros, honoraires d'agence et frais externes, hors taxes.

6. REGLEMENTS ET FACTURES

- a. **Montant du Contrat.** Les parties ne sont engagés que sur les activités, les budgets et les procédures prévus dans le contrat. L'Agence ne pourra effectuer aucune dépense pour le compte de ICEX avant la date de signature du contrat et avec l'accord préalable de ICEX, représenté par le Bureau économique et commercial d'Espagne à Paris.
- b. **Monnaie de règlement.** Les règlements à l'Agence sont effectués en euros
- c. **Factures.** ICEX sera facturé une fois réalisée chacune des actions de communication et de publicité du contrat et approuvée par ICEX.
 1. **Précisions concernant la facturation.** Toutes les factures adressées à ICEX doivent être libellées comme suit :
ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E.
CIF: Q 2891001 F
Paseo de la Castellana, 278 - 28046 Madrid

Et envoyé au Bureau Economique et Commercial à Paris pour leur règlement.

2. Toutes les dépenses seront facturées avec une facture de la société contenant les éléments habituels, le nom complet de la société, le papier à en-tête et / ou le logo de la société, l'adresse de la société, la date, le numéro de facture, la description de l'activité ou du service, le prix et la TVA, ou l'indication de l'exonération fiscale, le montant total à payer.
 3. Toutes les dépenses devront être conformes aux conditions du contrat. Afin de faciliter les procédures de surveillance et d'audit de ICEX, l'Agence doit fournir tous les documents réalisés et les justificatifs correspondant aux factures.
 4. Pour toutes les dépenses payées à des fournisseurs ou à des tiers extérieurs à l'Agence devra joindre **une copie de la facture originale** du fournisseur et pourront faire l'objet d'une vérification du règlement avant approbation. ICEX se réserve le droit d'effectuer des vérifications par des auditeurs indépendants pour vérifier la véracité des actions exécutées et des moyens mis en œuvre.
 5. **Actions non exécutées.** ICEX ne paiera que les actions réalisées. Dans le cas où une action de communication n'est pas exécutée, elle ne sera pas payée et les honoraires d'agence correspondants seront déduits.
 6. **Changements et modifications.** Les changements et modifications apportés au plan de communication proposé au cours de la phase d'exécution doivent être expressément approuvés à l'avance par ICEX. Toute action impliquant une modification du plan média proposé qui est effectuée sans l'approbation expresse d'ICEX ne sera pas réglée.
- d. **Cession du contrat.** La cession du contrat n'est pas autorisée.

7. PROFIL DE L'AGENCE ET OBLIGATIONS

- a. **Profil de l'agence.** ICEX recherche une agence de publicité, communication et marketing intégrée, avec une expérience avérée dans le secteur de l'alimentation et de tous les outils de promotion des produits de grande consommation dans la GMS et notamment du Retail Médias. L'Agence doit disposer des ressources humaines et matérielles nécessaires à la bonne exécution de la Campagne, objet de ce briefing.
 - i. **Réunions.** L'Agence sera en mesure d'organiser des réunions régulières et ponctuelles avec l'ICEX, représenté par le Bureau économique et commercial de l'Espagne à Paris. Compte tenu des limites possibles de mobilité dans le contexte de la pandémie, ICEX pourrait permettre à l'Agence de tenir des réunions par vidéoconférence si l'Agence en fait la demande.

- ii. **Langues de travail.** La recommandation de la Campagne sera rédigée en Français avec une traduction en espagnol. La communication entre ICEX et l'Agence sera en français.
- b. **Obligations administratives de l'Agence : Projets de Références.** Afin d'évaluer sa capacité technique à mener à bien la campagne, l'Agence indiquera dans sa proposition les références détaillées de travaux similaires, en termes de budget et de périmètre, réalisés en France au cours des trois (3) dernières années. Les références indiqueront brièvement dates et description des activités.
- c. **Obligations administratives de l'agence : Ressources affectées au projet.** L'Agence devra démontrer qu'elle possède les ressources matérielles et immatérielles nécessaires à la bonne réalisation de la campagne présentée dans ce briefing. Afin d'évaluer sa capacité à mener à bien la Campagne, l'Agence devra détailler toutes les ressources techniques pour développer ses services de communication et de publicité, par exemple, son équipe de travail, ses moyens techniques de conception graphique, sa gestion des réseaux sociaux, les relations publiques ou le marketing digital, entre autres.
- d. **Obligations administratives de l'agence : Solvabilité financière.** Toutes les agences participantes doivent inclure une information sur leur solvabilité financière qui comprendra leurs comptes **du meilleur des trois (3) derniers exercices** comptables. Le chiffre d'affaires annuel doit être au minimum de 33.500 euros, pour les trois (3) derniers exercices comptables (2021, 2020 et 2019).
- e. **Non-respect des informations demandées.** Le non-respect de l'une des exigences énoncées plus haut entraînera la disqualification de l'agence. Cependant, ICEX permet aux agences participantes de se conformer à ces exigences par le biais de la sous-traitance, de la création de coentreprises ou d'autres accords de coopération entre agences. Dans ce cas, les agences participantes doivent indiquer clairement dans leur offre si elles utilisent l'une de ces options pour se conformer aux exigences établies dans le présent briefing et fournir la documentation qui démontre légalement la portée et la solidité de la relation entre les entreprises concernées.

8. CONTENU DES PROPOSITIONS

- a. **Contenu de la proposition.** Les agences participantes devront présenter une proposition qui comprendra trois (3) documents distincts (les obligations administratives ; la proposition technique et la proposition financière), comme détaillé ci-dessous. Les propositions qui n'incluent pas ces documents seront considérées comme incomplètes et exclues.
- b. **Document 1 : Obligations Administratives de l'Agence (document PDF).** Toutes les agences participantes devront présenter un dossier en format PDF, composé des documents suivants :
 - **Lettre d'acceptation.** Toutes les agences participantes devront fournir une lettre d'acceptation, signée par un représentant légal de l'agence, dans laquelle chacune des termes et conditions stipulés dans le présent briefing est acceptée.

- **Referencias des Projets.** Le dossier doit détailler les campagnes similaires en termes de budget et de périmètre, comme indiqué à la **clause 7.b.**
- **Ressources affectées au projet.** Le dossier doit détailler les ressources matérielles et immatérielles disponibles pour le projet, comme indiqué à la **clause 7.c.**

1. Equipe du projet. L'Agence détaillera dans sa proposition l'équipe des personnes et de consultants affectés au projet de campagne (ci-après dénommée l'Equipe), en précisant la qualification professionnelle et les projets antérieurs des membres de l'Equipe, ainsi qu'une description des fonctions et des tâches qu'ils exécuteront, afin de s'assurer que l'Equipe a une composition suffisante pour effectuer les tâches nécessaires de la campagne. Voir Annexe I (fichier Excel) jointe.

1.1. Les exigences énoncées dans la présente section sont obligatoires et les agences qui ne présenteront pas dans leur proposition leur équipe tel que demandé seront exclues. L'Agence peut se conformer aux exigences énoncées dans le briefing par la sous-traitance, la création de co-entreprises ou autres accords de coopération, dans ce cas la proposition devra clairement préciser quelles fonctions seront assurées par la sous-traitance. ICEX compte sur le fait que tous les membres clés de l'équipe affectée par l'Agence à la campagne restent engagés pendant toute la durée de celle-ci.

1.2. L'Agence détaillera dans sa proposition le rôle de chaque membre de l'Équipe affecté aux différentes activités du programme de cette Campagne. De plus, seront inclus leur CV détaillés.

1.3. **Leader de l'équipe.** L'Agence désignera un membre de l'Equipe, responsable de la planification, de l'organisation et de la mise en œuvre globales de la campagne. Ce membre devra avoir un minimum de cinq (5) ans d'expérience dans la communication publicitaire, et un minimum de deux (2) ans en publicité et communication pour le secteur agroalimentaire et gastronomique.

1.4. **Administrateur de l'équipe.** L'Agence devrait désigner un membre responsable des rapports et de la comptabilité de la campagne, afin d'en assurer le suivi dans les délais et sous la forme qui convient. Ce membre doit avoir au moins deux (2) ans d'expérience démontrée en matière administrative et comptable. Ce profil peut être assumé par la personne indiquée au point 1.3.

1.5. **Personne de contact de l'équipe.** L'Agence devrait désigner un interlocuteur unique, celui-ci pouvant être une des personnes citées antérieurement aux paragraphes 1.3 et 1.4, informé de tous les aspects de la campagne, y compris les aspects administratifs, et qui aura une communication directe avec ICEX, représentée par le Bureau économique et commercial de l'Espagne

à Paris. Ce membre doit avoir au moins deux (2) ans d'expérience démontrée dans la réalisation de campagnes de même nature ou de nature similaire.

- **Solvabilité financière.** Toutes les agences participantes doivent présenter un rapport sur leur solvabilité comprenant leurs comptes financiers pour le meilleur des trois (3) derniers exercices comptables (2021, 2020 et 2019), comme indiqué à l'article 7.d.
- c. **Document 2 : Proposition Technique de l'Agence (en PDF).** Toutes les agences participantes devront présenter une proposition détaillée, sans aucune référence aux budgets, et un plan de travail pour toutes les activités du projet. Les propositions qui incluent une référence aux honoraires ne seront pas prises en considération.
 - **Plan de travail du projet.** L'Agence présentera une proposition de travail détaillée pour la campagne du Chorizo Consorcio, qui comprendra les activités mentionnées dans le briefing.

d. **Document 3 : Proposition financière de l'Agence (en Excel).** Toutes les agences participantes doivent présenter une proposition financière comprenant un budget détaillé de la campagne et une proposition de ventilation de tous les coûts, conformément au tableau figurant à l'annexe II (fichier Excel) du briefing. Les honoraires de l'agence doivent être clairement différenciés, en indiquant le ratio qu'ils représentent par rapport aux frais techniques de la campagne. Seront inclus dans les honoraires les frais internes de l'agence, concrètement le temps passé par l'équipe pour la réalisation des activités de la campagne. Les impôts, s'ils devaient s'appliquer, seraient indiqués dans une partie différente de la proposition. Les propositions qui dépassent le budget maximal disponible, impôts exclus, ne seront pas prises en compte, comme indiqué à la **clause 5.a**

- **Honoraires de l'agence.** Les agences sont informées que tous les coûts de transport local, de courrier, de messagerie et équivalents seront considérés comme faisant partie des frais généraux de l'agence ainsi que les frais internes, le temps passé par les équipes de l'agence pour la réalisation des activités de la campagne et seront inclus dans leurs honoraires. En outre, ICEX se réserve le droit d'évaluer si l'un des montants non inclus dans les frais doit également être considéré comme tel.

- **Impôts.** ICEX évaluera la proposition financière en fonction du rapport entre le prix total proposé et le pourcentage des honoraires, **hors impôts**. Les propositions devront donc inclure une ventilation, comme indiqué au point d « Document 3 », avec le prix offert, séparant clairement les impôts

- **Monnaie.** La proposition sera présentée en euros.

9. PRESENTATION DES PROPOSITIONS

a. **Invitation à la compétition d'agences.** ICEX, représenté par le Bureau Economique et Commercial de l'Ambassade d'Espagne à Paris, enverra ce briefing à différentes agences de publicité et de communication. Il sera également publié sur le site de l'Office Commercial et Economique d'Espagne à Paris (<https://paris.oficinascomerciales.es>).

b. **Présentation des propositions.** Les agences souhaitant participer à cette compétition doivent envoyer la documentation détaillée ci-dessous, exclusivement en format numérique (PDF), **UNIQUEMENT** à l'adresse électronique tenders@icex.es, avant le **vendredi 31 mars 2023 à 9h00**. Les propositions non envoyées dans le délai fixé seront automatiquement exclues.

i. **Fichiers numériques.** Tous les fichiers doivent être uniquement au format numérique (PDF et Excel). Aucun courriel ou fichier envoyé en pièce jointe ne doit dépasser 4 Mo. Pour les fichiers plus volumineux, les agences devront utiliser un service de transfert de fichier, par exemple, WeTransfer, Dropbox ou autre.

ii. **Frais divers.** Toutes les dépenses engagées par les agences pour la préparation des propositions et des budgets seront à leur charge. La présentation des propositions ne pourra donner lieu à aucune rétribution ou remboursement quelconque de dépenses par ICEX.

iii. **langue.** La proposition sera rédigée en français avec une traduction en espagnol.

iv. **Acceptation des termes du briefing.** La présentation d'une proposition et la participation à cet appel d'offres impliquent l'acceptation expresse par les agences participantes de toutes les clauses contenues dans ce document.

c. **Modification des propositions.** Une fois reçues les propositions des agences, ICEX pourra demander des compléments d'informations, selon la procédure indiquée à la clause 8, mais en aucun cas les offres technique et économique ne pourront être modifiées ou corrigées.

d. **Informations complémentaires des propositions.** Les agences qui ont répondu aux exigences administratives du briefing pourront être invitées par l'ICEX à clarifier des aspects spécifiques de leurs propositions techniques ou économiques, ce qui sera fait par écrit.

e. **Conformité des propositions.** Toutes les agences qui enverront leur proposition doivent savoir que les Services juridiques de ICEX examineront la documentation soumise par chacune d'elle afin de s'assurer de leur conformité avec toutes les obligations établies dans le briefing. Le non-respect de l'une de ces exigences entraînera la disqualification automatique de l'agence concernée.

f. **Evaluation des propositions.** Le document 1 (Obligations administratives) sera le premier à être ouvert et évalué. Une fois vérifié que l'agence participante satisfait à toutes les obligations établies dans le briefing, le document 2 (Proposition technique) sera ouvert, évalué et se verra attribuer une note d'évaluation. Enfin, le document 3 (Proposition économique) sera ouvert et évalué. Par conséquent, le montant des honoraires contenu dans l'offre budgétaire sera connu à ce moment.

g. **Sélection de l'agence.** La décision sera prise dès que possible à compter de la date de remise de la proposition. La décision sera notifiée par courriel à toutes les agences et sera publiée sur le site Web de l'ICEX afin que l'agence sélectionnée puisse commencer à travailler rapidement.

h. **Personne de contact.** Les questions relatives à cette compétition peuvent être adressées par écrit jusqu'au **27 mars 2023 à 09h00** uniquement par mail à tenders@icex.es Dans un

souci d'équité, les questions des agences, ainsi que les réponses correspondantes de l'ICEX, pourront être partagées entre toutes les agences.

10. CRITERES D'EVALUATION

- a. **Critères d'évaluation.** Toutes les propositions seront évaluées et comparées sur un pied d'égalité à l'aide des critères et pondérations suivants :

Critères d'Evaluation	Notes (Máx.)
I. Proposition Financière	30
<p>- ICEX évaluera les montants de toutes les activités proposées par les agences participantes. Si nécessaire, ICEX considérera dans les honoraires non seulement ceux spécifiés par une agence, mais aussi d'autres montants indiqués pour chaque activité, par exemple le temps passé des équipes qui peuvent être considérés comme tels.</p> <p>- ICEX attribuera la note maximale (30) à la proposition financière ayant le plus bas ratio entre le montant total du budget (hors taxes) et les honoraires. ICEX attribuera aux autres Propositions Financières un score proportionnel.</p> <p>- Les Propositions Financières doivent tirer parti de tout le budget maximum disponible du contrat (hors taxes), sans le dépasser. Les propositions financières qui dépassent le budget maximum disponible pour le contrat (hors taxes) ne seront pas prises en compte.</p>	
II. Proposition Technique	70
<p>- ICEX évaluera la qualité de la proposition dans la mesure où elle répond le plus efficacement aux objectifs de la campagne, en attribuant des points à chacune des composantes de la proposition technique, comme indiqué ci-dessous.</p> <p>- Les propositions techniques qui obtiennent moins de 15 points dans la composante II.2 et moins de 5 points dans la composante II.3 seront automatiquement exclues.</p> <p>- ICEX attribuera un coefficient à la note de la proposition technique comme suit :</p> <p>Non conforme. La proposition répond a minima aux exigences de base et/ou manque d'informations ou de détails de base pour l'évaluer correctement. 0% de la note maximum</p> <p>Partiellement conforme. La proposition indique que l'agence peut satisfaire à certaines des exigences, mais pas à toutes et/ou ne fournit pas suffisamment d'informations ou de détails sur sa méthode de travail. 50% de la note maximum</p> <p>Totalement conforme. La proposition montre que l'agence peut satisfaire à toutes les 75% de la note maximum</p>	

<p>exigences et fournit des informations et des détails suffisants sur la manière d'aboutir aux résultats.</p> <p>Dépasse les exigences. La proposition démontre que l'agence peut répondre à toutes les exigences, fournit des informations détaillées sur la façon dont elle va travailler et se distingue par la présentation d'actions à forte valeur ajoutée.</p>	<p>100% de la note maximum</p>
<p>II.1. Proposition Technique : Equipe d'intervenants extérieurs</p> <p>ICEX notera avec un maximum de 10 (dix) points la capacité démontrée de l'agence à identifier et contacter les professionnels de la distribution indiqué au paragraphe Publics cibles de la campagne.</p>	<p>10</p>
<p>II.2. Proposition technique : Stratégie pour développer la connaissance du label du Consorcio du Chorizo Espagnol et les ventes dans la GMS.</p> <p>ICEX évaluera la qualité du plan de contenu proposé avec un maximum de 50 (cinquante) points. ICEx évaluera la qualité du plan et dans quelle mesure il répond le plus efficacement aux objectifs de la campagne ; la qualité, la faisabilité et la portée des actions spécifiques proposées pour atteindre les objectifs indiqués. L'ICEX attribuera à chacun de ces éléments le score suivant :</p> <p><i>II.2.a. Approche conceptuelle des activités proposées, en accord avec les objectifs du Consorcio, définition des messages et des moyens pour toucher les consommateurs</i></p> <p><i>II.2.b. Qualité technique des activités proposées, critères de sélection des consommateurs par GMS, zone géographique, habitudes de consommation</i></p> <p><i>II.2.c. Qualité des données pour arriver aux consommateurs, sources utilisées pour la sélection des publics objectifs, régies des GMS, autres sources.</i></p>	<p>50</p> <p>20</p> <p>20</p> <p>10</p>
<p>II.3. Proposition technique : Qualité de la créativité proposée.</p> <p>ICEX évaluera l'efficacité de la créativité proposée pour le plan média avec un maximum de 10 (dix) points. ICEx évaluera la capacité de la créativité à transmettre de façon adéquate les messages aux publics objectifs de la campagne.</p>	<p>10</p>
<p>TOTAL</p>	<p>100</p>

- a. **Propositions économiques anormales.** Les propositions économiques seront évaluées afin de déterminer si elles peuvent être considérées comme disproportionnées ou anormales. Les offres qui a) sont inférieures de 20 % au budget maximal disponible, s'il y a moins de trois agences, ou b) inférieures de 10 % à la moyenne arithmétique de toutes les offres présentées, s'il y a trois agences ou plus, à l'exclusion de l'offre la plus chère pour le calcul de la moyenne arithmétique, seront considérées comme anormales. Lorsqu'une offre est considérée comme anormale, l'agence concernée sera invitée à justifier sa proposition et ses conditions, dans les soixante-douze (72) heures suivant la notification. Une fois reçue la réponse ou après cette période, ICEx décidera, après

consultation technique si nécessaire, de considérer l'offre comme anormale, en l'excluant de la compétition.

b. **Critères de départage.** En cas d'égalité de scores entre deux ou plusieurs agences, seront appliqués les critères sociaux indiqués ci-dessous, dans l'ordre et en se référant à la date limite de présentation des propositions. La documentation accréditant les critères de départage visés dans la présente clause seront fournis par les agences à partir de cette et non antérieurement.

- Pourcentage de travailleurs handicapés ou en situation d'exclusion sociale dans la main-d'œuvre de chacune des agences, en donnant la priorité, en cas d'égalité, au plus grand nombre d'employés permanents handicapés, ou du plus grand nombre d'employés en insertion.
- Pourcentage de contrats temporaires vs CDI dans chacune des agences.
- Pourcentage de femmes employées dans chacune des agences.
- Un tirage au sort, si l'application des critères ci-dessus n'avait pas abouti au départage.

11. EQUIPE D'ÉVALUATION

Membres de l'équipe d'évaluation

President	Michel Budaï	Responsable dpt Agroalimentaire ICEX
Remplaçant	Delia Arruebarena	Responsable dpt Industriel ICEX
Membre	Carlos Villar	Jefe del departamento de Alimentos y Bebidas ICEX
Remplaçant	Gemma Cabot	Técnico del Departamento de Alimentos y Bebidas ICEX
Secrétaire	Pedro Patiño	Directeur Adjoint Contratación
Remplaçant	Isabel Arias	Técnico de Contratación

12. OBLIGATIONS DE L'AGENCE

a. **Qualité technique.** L'Agence sera responsable de la qualité technique des travaux et des services réalisés pendant la durée du présent contrat. Elle sera également responsable des conséquences qui en dériveraient pour ICEX ou pour des tiers, erreurs, omissions, méthodes inadéquates ou conclusions incorrectes dans l'exécution du contrat. En particulier, l'Agence est chargée de :

- Garantir que le développement et le résultat des services et des travaux dont la réalisation a été contractée sont conformes aux spécifications de qualité exigées par ICEX.
- Respecter les délais convenus avec ICEX dans tous les cas.
- Corriger les omissions, erreurs, conclusions incorrectes ou méthodes inappropriées qui pourraient survenir et s'appliquer pendant la durée du présent contrat

- Contrôler le personnel de l'équipe de projet affecté à l'élaboration et à l'exécution du contrat, l'Agence étant seule responsable en matière de droit du travail et de la conduite et du fonctionnement de son équipe.
 - Assurer le traitement adéquat des informations et données mises à sa disposition.
- b. **Rapport mensuel.** L'Agence fournira à l'ICEX un rapport mensuel contenant la documentation et l'évaluation des actions mises en œuvre dans le cadre de la campagne, ainsi qu'une planification des actions prévues pour le mois suivant. Dans ces rapports, l'Agence fournira également une mise à jour détaillée du budget actuel et de la situation financière de la campagne, y compris les dépenses et les prévisions de dépenses.
- c. **Rapport final.** De même, à la fin de la campagne, l'Agence présentera un rapport final, composé des éléments suivants (i) un résumé des actions ; (ii) un rapport complet de toutes les activités menées, les montants investis dans la réalisation de la campagne, l'évaluation des actions et des propositions d'amélioration ; (iii) une liste de tous les médias qui ont participé aux actions de la Campagne ; (iv) tous les contenus et matériels développés au cours de la Campagne. Le rapport final sera envoyé dans les dix (10) jours qui suivent la fin de la campagne.
- d. **Droits d'auteur et de l'information.** Les droits de propriété intellectuelle ou industrielle de toutes les œuvres créées par l'Agence, ainsi que de toutes les informations collectées par elle pour le compte de ICEX dans le cadre du contrat de la campagne appartiendront à ICEX, sans coûts supplémentaires, moyennant le règlement de tous les honoraires de conseil et des dépenses correspondantes convenus dans les présentes. Cela inclut le droit d'utiliser, de reproduire, de modifier, de distribuer publiquement et par le biais de médias en ligne. Ces droits seront sur une base globale et pour la période maximale de protection du droit d'auteur, pour tous les types de fichiers, dans n'importe quel format ou langue, et avec tous les effets déterminés par la loi.
- i. Tous les documents produits sont la propriété de ICEX, y compris toute propriété intellectuelle, le matériel imprimé, les visuels, sites Web, vidéos et autres publications hors ligne et en ligne.
 - ii. L'Agence veillera à ce que tous les fichiers graphiques des matériels produits, sur tout support ou format, soient livrés à ICEX. Cela comprend tous les fichiers photo, vidéo et de médias sociaux originaux et édités, dont l'Agence garantit qu'ils ont été produits pour ICEX et ne sont pas la propriété de tiers.
 - iii. L'Agence enverra en temps réel les réalisations développées au cours de la Campagne à ICEX afin qu'elles puissent être incorporées aux comptes de ICEX (par exemple, ICEX et ICEX Food and Wine of Spain, entre autres).
 - iv. L'Agence se défendra, à ses frais, de toute réclamation ou de risque de réclamation intentée par des tiers contre ICEX, dans la mesure où cette réclamation serait fondée sur l'allégation selon laquelle le travail effectué par l'Agence en vertu du présent contrat violerait les droits de propriété intellectuelle ou industrielle de tiers ou constituerait un détournement de secrets commerciaux ou industriels de tiers.

- a. **Confidentialité.** L'Agence est tenue au secret professionnel en ce qui concerne les informations et la documentation fournies par ICEX pour l'exécution de ses services. Cette obligation reste en vigueur pendant et après la fin des activités couvertes par le contrat, jusqu'à ce que ces informations deviennent du domaine public ou, pour toute autre raison légitime, perdent leur confidentialité. Cette clause ne s'applique pas aux informations qui (i) sont dans le domaine public, (ii) sont connues des parties qui les reçoivent, (iii) sont divulguées en vertu d'ordonnances judiciaires ou d'obligations légales.
- i. L'Agence n'autorisera l'accès aux informations confidentielles qu'aux personnes qui ont besoin de les connaître pour mener à bien les activités et les services prévus dans le contrat. L'Agence est chargée de veiller au respect des obligations de confidentialité par le personnel à son service et par les personnes ou entités travaillant en collaboration avec l'Agence ou sous-traitées par celle-ci.
- ii. L'Agence s'engage également à ne pas utiliser les renseignements confidentiels de ICEX auxquels elle pourrait avoir accès à ses propres fins ou à des fins privées ou à toute autre finalité.
- iii. Le non-respect des obligations indiquées ci-dessus donne à ICEX le droit d'intenter des actions civiles ou même pénales contre l'Agence pour la responsabilité qui pourrait lui correspondre.

13. ANNULATIONS

- a. **Résiliation.** ICEX se réserve le droit de résilier unilatéralement le contrat si les services ne sont pas exécutés par l'Agence conformément aux instructions reçues, si l'un des délais applicables ou une des obligations correspondant à l'Agence dans le contrat ne sont pas respectées. Tout cela sans préjudice des demandes de dommages et intérêts qui pourraient survenir.
- b. **Annulation ou report des actions.** Au cas où une action ne serait pas réalisée ICEX sera exclusivement responsable des dépenses engagées par l'Agence à partir de la date du contrat (et en relation avec celui-ci) jusqu'à la date de notification formelle de l'annulation de cette action à ICEX. Pour ses remboursements, l'Agence présentera toutes les factures des dépenses encourues jusqu'à cette date. Dans le cas d'une action reportée, les parties s'efforceront de parvenir à un accord mutuel qui profite au maximum à leurs intérêts respectifs.

14. DEFINITIONS DES CLIENTS DE LA CAMPAGNE

- a. **ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E.** ICEX est une entité entrepreneuriale publique dépendant du Ministère de l'Industrie, du Commerce et du Tourisme en Espagne. Elle est représentée en France par le Bureau Economique et Commercial de l'Ambassade d'Espagne à Paris. La mission de ICEX est de promouvoir les exportations espagnoles, de soutenir l'expansion internationale des entreprises espagnoles et de promouvoir les investissements étrangers en Espagne.

- b. **L'Office Economique et Commercial de l'Ambassade d'Espagne à Paris.** Le Bureau Économique et Commercial de l'Ambassade d'Espagne à Paris est un service intégré de l'Ambassade d'Espagne en France. L'Office est chargé de promouvoir le commerce et l'investissement entre l'Espagne et la France.
- c. **Fonds Européen de Développement Régional (FEDER).** Cette campagne peut être financée par l'Union Européenne par l'intermédiaire du Fonds Européen de Développement Régional. L'adjudicataire est tenu de respecter les obligations d'information et de publicité énoncées à l'annexe XII, point 2.2. Règlement (UE) n° 1303/2013 du Parlement européen et du Conseil du 17 décembre 2013, et notamment les éléments suivants :
- i. Dans les documents de travail, ainsi que dans les rapports et dans tout type de matériel utilisé dans les actions nécessaires à l'objet du contrat, l'emblème de l'UE apparaîtra de manière évidente et notoire, lorsqu'il fera explicitement référence à l'Union européenne et au Fonds européen de développement régional.
- ii. Dans toute diffusion publique ou référence aux actions prévues dans le contrat, quel que soit le support choisi (brochures, affiches, etc.), les éléments suivants devront apparaître de manière évidente : l'emblème de l'Union européenne conformément aux normes graphiques établies, ainsi que la référence à l'Union européenne et au Fonds européen de développement régional, y compris le slogan « Une façon de faire l'Europe ».

Conseil d'Administration de ICEX
Par Délégation (Résolution du 30 septembre 2021) BOE du 11 octobre 2021

Mme Mari Paz Ramos
Conseillère Economique et Commerciale
OFFICE ECONOMIQUE ET COMMERCIAL DE L'AMBASSADE

