



**DESCRIPTION DE LA PROPOSITION DE
CAMPAGNE RELATIONS PUBLIQUES/PRESSE
PROMOTION CARRELAGE ESPAGNOL EN FRANCE 2025**





1.	TERMES DE RÉFÉRENCES	3
2.	ACTIONS PRÉVUES PAR L'AGENCE.....	4
3.	OBJECT DU CONTRAT.....	5
4.	CONTENU DU CONTRAT ET JURIDICTION.....	6
5.	DURÉE DU CONTRAT.....	6
6.	BUDGET DU CONTRAT	6
7.	REGLEMENTS ET FACTURES.....	7
8.	PROFIL DE L'AGENCE ET OBLIGATIONS	8
9.	CONTENU DE LA PROPOSITION	9
10.	PROCÉDURE ET PRÉSENTATION DES PROPOSITIONS.....	11
11.	CRITÈRES D'ÉVALUATION	12
12.	EQUIPE D'ÉVALUATION	14
13.	OBLIGATIONS DE L'AGENCE	15
14.	ANNULLATIONS.....	17
15.	DEFINITIONS DES CLIENTS DE LA CAMPAGNE.....	17





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'Économie, de l'Industrie, du Commerce et des Entreprises.) 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 creatividad de La campaña de promoción du carrelage espagnol en France

Toute la créativité de La campagne et tout le matériel promotionnel utilisé doivent inclure le logo « Tile of Spain ».

Le carrelage Espagnol

L'Espagne est l'un des premiers pays fabricants et exportateurs de carreaux céramiques. Ce secteur se distingue par son **dynamisme** et son **innovation**, tant en termes de développement technologique que de design et de qualité.

La province de Castellón, située près de Valence, est le cœur de cette industrie, regroupant environ 94% de la production nationale. Actuellement, **l'Espagne est le premier producteur et exportateur européen de carrelage au niveau mondial.**

L'industrie espagnole du carrelage se distingue par sa **capacité d'innovation** et son **dynamisme**, mais aussi par les efforts importants et les investissements réalisés pour réduire son impact sur l'environnement, notamment en ce qui concerne la consommation d'eau et les émissions de gaz. Elle s'investit également dans la **promotion de l'économie circulaire** afin d'optimiser son efficacité énergétique.

Les produits espagnols ne se retrouvent pas seulement dans des espaces traditionnels, mais s'étendent également à des applications modernes, tant à l'intérieur qu'à l'extérieur, déclinés dans une **multitude de styles** et de **formats**, séduisant ainsi les prescripteurs.

Les exportations de carrelage espagnol entre janvier et juin 2024 ont atteint **1.814,3 millions d'euros**. **La France est l'un des principaux marchés pour la céramique espagnole.** Au fil des ans, l'Espagne a renforcé sa réputation sur le marché français grâce à la **qualité** et à la **durabilité** de ses produits.

En 2023, les exportations de carreaux de sol et de mur en céramique vers la **France** se sont élevées à **263,3 millions d'euros**, plaçant ce pays comme la **principale destination des exportations espagnoles** dans le secteur. Au cours des six premiers mois de 2024, la France a importé des revêtements de sol et du carrelage céramique espagnol pour **234,6 millions d'euros**.

2. ACTIONS PRÉVUES PAR L'AGENCE

Actions de Relations Publiques/Presse auprès des prescripteurs : Les efforts de l'agence devront se concentrer sur la diffusion de l'image de **Tile of Spain** auprès de la **presse professionnelle et grand public** mais pourra proposer également un certain nombre d'actions dirigées vers la **distribution et/ou la prescription**.

Entre les activités prévues figurent l'élaboration d'un **dossier de presse** avec des envois réguliers, l'organisation de **rencontres presse**, la gestion des demandes d'information et d'interviews pour maximiser la visibilité et renforcer les relations avec les journalistes, ainsi que le suivi et l'analyse des retombées médiatiques afin d'adapter continuellement la stratégie de communication.





Ces actions comprennent la création de **contenu générique** (informations sectorielles, institutionnelles, historique, recherche, congrès, des événements comme Cevisama, la participation de Tile of Spain à Maison & Objet ou EquipHotel, exemples d'utilisation de la céramique dans l'architecture, tendances de produits) et de **contenu spécifique** aux fabricants membres de l'ASCER, actuellement au nombre de 120.

Une **proposition de plan marketing et communication digital** sera élaborée, incluant la définition des supports, la création de modèles d'annonces et leur gestion, ainsi qu'une présence accrue sur les blogs et plateformes digitales. La gestion des réseaux sociaux sur le compte de Tile of Spain sera également intégrée à cette stratégie.

3. OBJET DU CONTRAT

ICEX España Exportación e Inversiones (ci-après ICEX), représenté par l'Office Économique et Commercial d'Espagne à Paris, invite les agences de communication et marketing à soumettre leurs propositions collaboration afin de mettre en œuvre les actions de communication dans le cadre du Plan de Promotion du Carrelage Espagnol en France.

L'objectif d'ICEX est de **recruter une agence de marketing et communication** (ci-après, l'Agence) pour mener à bien cette campagne.

Toutes les actions décrites ci-après se développeront en collaboration de l'ASCER (Asociación Española de Fabricantes de Azulejos y Pavimentos Cerámicos), l'association sectorielle qui appuie et défend les intérêts de l'ensemble de l'industrie du carrelage espagnol et bénéficie d'un taux de représentabilité de plus de 95%, l'ICEX España, *Exportación e Inversiones*, E.P.E., et l'Office Économique et Commercial de Paris.

ASCER pourra être consultée sur les propositions envoyées par les agences.

Cette campagne de Relations Presse du carrelage espagnol doit être élaborée sur une base annuelle, afin de garantir une continuité dans les actions proposées et permettre leur développement progressif chaque année, avec possibilité d'être prorogée jusqu'à quatre fois (2026, 2027, 2028, 2029), en fonction des résultats obtenus.

La campagne sera dirigée vers :

- **Professionnels/prescripteurs** : canaux de distribution, contract, architectes, architectes d'intérieur, décorateurs, médias, promoteurs/constructeurs.
- **Grand public**: consommateurs.



4. 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.

5. DURÉE DU CONTRAT

Durée du contrat. La durée du contrat sera effective à partir de la date de signature de l'accord par les deux parties et prendra fin le 31 décembre 2025.

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 (**2026, 2027, 2028, 2029**) 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.

6. BUDGET DU CONTRAT

Budget maximum disponible du contrat : Le budget pour l'action de recrutement de l'agence s'élèverait à un maximum de **38.500 € (trente-huit mille cinq cents euros) HT** par an répartis entre les honoraires mensuels de l'agence et les actions de communication ponctuelles telles que les communiqués de presse pour la participation à des salons professionnels.

Budget des renouvellements éventuels du contrat : Le budget pour les années suivantes de La campagne sera de **38.500 euros** par campagne, hors taxes.

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 de ses extensions possibles jusqu'à un maximum de quatre ans, s'élève à **192.500 € (cent quatre-vingt-douze mille cinq cents euros) HT** pour la période totale.



7. REGLEMENTS ET FACTURES

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.

Monnaie de règlement. Les règlements à l'Agence sont effectués en euros.

Factures. ICEX sera facturé une fois réalisée chacune des actions de communication et de publicité du contrat et approuvée par ICEX.

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 Économique et Commercial à Paris pour règlement aux adresses e-mail suivantes : mccllemente@comercio.mineco.es et paris@comercio.mineco.es.

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.

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.

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.

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.

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.

Cession du contrat. La cession du contrat n'est pas autorisée.



8. PROFIL DE L'AGENCE ET OBLIGATIONS

Profil de l'agence. ICEX recherche une agence de publicité, communication et marketing intégrée, avec une expérience avérée connaissance du secteur de la presse en carrelage et décoration en fournissant des exemples de projets. L'Agence doit disposer des ressources humaines et matérielles nécessaires à la bonne exécution de La campagne, objet de ce briefing.

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.

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 ou en espagnol.

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, réalisés en France au cours des trois (3) dernières années. Les références indiqueront brièvement dates et description des activités.

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.

Obligations administratives de l'agence : Solvabilité financière. Toutes les agences participantes doivent inclure une information sur leur solvabilité financière. Elle devra justifier un chiffre d'affaires annuel minimum de 57.750 € (cinquante-sept mille sept cent cinquante euros) dans le meilleur des trois derniers ans.

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.



9. CONTENU DE LA PROPOSITION

Les agences participantes devront présenter une proposition qui comprendra **trois (3) documents différents** (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.

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 accepté.
- **Références des Projets :** Le dossier doit inclure une présentation détaillée des campagnes similaires, en tenant compte des critères de budget et de périmètre, conformément aux exigences mentionnées dans la clause **Obligations administratives de l'Agence : Projets de Références**, figurant au point **Profil de l'Agence et Obligations**.
- **Ressources dédiées au projet :** Le dossier doit détailler les ressources matérielles et immatérielles disponibles pour le projet, comme indiqué à la clause **Obligations administratives de l'Agence : Ressources affectées au projet**, figurant au point **Profil de l'Agence et Obligations**.

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.

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 inclure une information sur leur solvabilité financière. Elle devra justifier un chiffre d'affaires annuel minimum de 57.750 € (cinquante-sept mille sept cent cinquante euros) dans le meilleur des trois derniers ans.

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 de relations publiques/presse pour la Promotion du Carrelage espagnol en France, qui comprendra les activités mentionnées dans le briefing.

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.

- **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, avec le prix offert, séparant clairement les impôts.
- **Monnaie.** La proposition sera présentée en euros.



10. PROCÉDURE ET PRÉSENTATION DES PROPOSITIONS

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>).

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 16 décembre 2024 à 9h00. Les propositions non envoyées dans le délai fixé seront automatiquement exclues.

Le sujet du courriel devra être intitulé : **Proposition de campagne : PROMOTION CARRELAGE EN FRANCE 2025**. Pour les fichiers plus volumineux, un service de transfert de fichiers devra être utilisé.

L'agence peut contacter tenders@icex.es pour toute question relative à la soumission de son offre. Dans un souci d'équité, les questions des agences, ainsi que les réponses correspondantes de l'ICEX, pourront être partagées entre toutes les agences.

Les documents de la proposition doivent être présentés en **espagnol ou en français**.

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.

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 techniques et économiques **ne pourront être modifiées ou corrigées**.

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.

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.

La décision sera prise dès que possible après la date limite de soumission des propositions et sera officiellement notifiée par **courrier électronique** afin de permettre un début dès que possible.



11. CRITÈRES D'ÉVALUATION

Toutes les propositions seront évaluées et comparées dans des conditions d'égalité en utilisant les critères et la pondération suivants :

CRITERES D'ÉVALUATION	POINTS (Max.)
I. Proposition financière	30
<p>L'offre avec le prix total le plus bas (hors taxes) recevra le maximum de points et le reste obtiendra des points proportionnels.</p> <p>Offre la moins chère = maximum de points.</p> <p>Les autres offres seront soumises à la formule suivante :</p> <p>Points par offre = (prix de l'offre la plus économique / prix de l'offre) X points maximum par critère.</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>	30
II. Proposition technique	70
<p>Stratégie et contenu des activités promotionnelles pour organiser et faire connaître le carrelage espagnol en France.</p> <p>ICEX évaluera la qualité de la proposition avec un maximum de 70 points. ICEX appréciera la qualité ainsi que le degré auquel la proposition satisfait de manière optimale les objectifs de La campagne.</p> <p>Il sera particulièrement tenu compte des éléments suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Actions concrètes proposées par l'agence pour l'obtention d'un maximum de retombées presse papier et presse digitale dans les médias Habitat, architecture et construction, qui seront évaluées très positivement. • Capacité de l'agence à proposer différentes créativité pour la rédaction de 10 communiqués de presse par an. 	
<p><i>II.1.a Approche conceptuelle des activités proposées – L'évaluation portera sur la stratégie de marketing adoptée pour l'exécution des activités proposées :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Coherence des activités avec les objectifs de La campagne de promotion de carrelage (5).</i> 	15



<ul style="list-style-type: none"> - Pertinence et clarté des messages définis pour atteindre le public cible (Professionnels/prescripteurs et Grand public) (5) - Proposition des moyens et des canaux pour garantir une visibilité optimale du secteur auprès des médias. (5) 	
<p>II.1.b Qualité technique des activités proposées – L'évaluation portera sur l'ensemble des procédures et moyens appliqués pour la réalisation des activités proposées, c'est-à-dire le niveau de préparation, d'exécution et de suivi des activités.</p>	
<ul style="list-style-type: none"> - Identification et segmentation du public cible : capacité à définir précisément les groupes prioritaires (journalistes spécialisés, influenceurs en design et architecture, prescripteurs du secteur, etc.) en fonction des objectifs de La campagne (5). - Suivi des activités : mise en place d'un processus structuré pour suivre l'impact des actions entreprises (retours des journalistes, interactions avec les influenceurs, suivi des retombées médiatiques) (5). 	10
<p>II.1.c Efficacité des activités proposées pour atteindre les objectifs. Concrètement, les points suivants seront pris en compte :</p>	
<ul style="list-style-type: none"> - Organisation d'événements susceptibles d'être intéressants pour les journalistes et décideurs (10). - Évaluation des bases de données de prescripteurs potentiels et présentation d'un modèle de communiqué de presse (10). - Diversité et variété des formats de communication proposés pour assurer une diffusion adaptée (5). - Planification du timing et de la fréquence pour maximiser l'impact (5). 	30
<p>II.1.d Qualité de la créativité proposée. ICEX évaluera l'efficacité de la créativité proposée pour le plan média avec un maximum de 15 (quinze) points. ICEX évaluera la capacité de la créativité à transmettre de façon adéquate les messages aux publiques objectifs de La campagne.</p>	15
<p>Total</p>	100

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.

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.

12. EQUIPE D'ÉVALUATION

Membres de l'équipe d'évaluation :

Président	Michel Budaï	Responsable dpt Agroalimentaire ICEX
Remplaçant	Delia Arruebarena	Responsable dpt Industriel ICEX
Membre	José Loira	Chef du Département des Solutions Constructives et Touristiques
Remplaçant	Carolina Fernández Infante	Chef de Secteur Architecture et Applications Constructives
Secrétaire	Pedro Patiño	Directeur Adjoint Contractualisation
Remplaçant	Isabel Arias	Technicien de Contractualisation



13. OBLIGATIONS DE L'AGENCE

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.

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.

Rapport final. De même, à la fin de La campagne, 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.

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.

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.



14. ANNULATIONS

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.

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.

15. DEFINITIONS DES CLIENTS DE LA CAMPAGNE

ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E. ICEX est une entité entrepreneuriale publique dépendant du Ministère de l'Économie, de l'Industrie, du Commerce et des Entreprises 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.

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.

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 María Paz Ramos Resa
Conseillère Economique et Commercial Cheffe de l'Ambassade d'Espagne
OFFICE ÉCONOMIQUE ET COMMERCIAL DE L'AMBASSADE D'ESPAGNE**

Paris, France, le 29 novembre 2024.

