

APPEL D'OFFRES : RELATIONS PRESSE ET RELATIONS PUBLIQUES

Programme européen "Goûtez l'EXTRAordinaire" (2026-2028)

CONTEXTE ET OBJECTIFS

Organisme demandeur : FRANCE OLIVE – Association Française Interprofessionnelle de l'Olive. **Contexte** : France Olive porte le programme européen "Goûtez l'EXTRAordinaire", cofinancé par l'Union européenne (règlement (UE) n° 1144/2014). Ce programme vise à **renforcer la notoriété et la compréhension des labels AOP** pour les huiles d'olive et olives en France, en ciblant les consommateurs (C1, C2, C3) et les prescripteurs (P1, P2). Il s'étend sur **trois ans (2026-2028)** et inclut des actions de communication digitale, des relations presse, des événements, et la création d'outils pédagogiques.

OBJECTIFS SPECIFIQUES DU LOT RELATIONS PRESSE & RELATIONS PUBLIQUES

- **Développer la notoriété** des huiles d'olive et olives AOP auprès des médias, influenceurs et prescripteurs.
- **Sensibiliser les cibles** aux valeurs des AOP (authenticité, terroir, durabilité, traçabilité).
- **Générer des retombées presse qualitatives et quantitatives** (75 retombées/an, estimation : 38 millions de lecteurs).
- **Créer un lien fort** entre les actions presse et les autres canaux (site web, réseaux sociaux, événements).

ZONE GEOGRAPHIQUE, CIBLES ET MESSAGE GÉNÉRAUX DU PROGRAMME

- **Pays concerné** : France (en secondaire : Union européenne).
- **Cibles** du programme :
 - **C1 (CSP+) : Cadres et professions libérales épicuriens**, sensibles à la qualité et à l'authenticité, prêts à payer pour des produits d'exception comme les huiles d'olive et olives AOP. > **Message clé** : « *Une signature gustative d'exception.* »
 - **C1bis (Touristes étrangers) : Visiteurs étrangers** en quête d'expériences gastronomiques authentiques dans les régions oléicoles, potentiels ambassadeurs des AOP à l'international.
 - **C2 (Jeunes adultes 25-40 ans) : Jeunes actifs sensibles à la durabilité et aux tendances alimentaires modernes**, à convaincre par des usages variés et une communication digitale engageante. > **Message clé** : « *Des essentiels du quotidien, l'EXTRA en plus.* »
 - **C3 (Consommateurs non sensibilisés) : Acheteurs réguliers d'huile d'olive mais méconnaissant les AOP**, à éduquer sur les garanties de qualité et à inciter à un premier achat. > **Message clé** : « *L'origine et la qualité certifiées.* »
 - **P1 (Médias et influenceurs) : Relais d'opinion (journalistes, blogueurs, chefs)** capables de crédibiliser les AOP et d'amplifier leur notoriété via des articles et recommandations.
 - **P2 (Acheteurs spécialisés) : Professionnels de la distribution (épicerie fines, cavistes, GMS premium)** jouant un rôle clé dans la mise en avant et la vente des produits AOP en magasin.

Messages transversaux du programme

Thématique	Message clé	Cibles concernées
Expérience gustative	"Chaque huile d'olive AOP, chaque olives AOP est une signature aromatique, le fruit d'un terroir et d'un savoir-faire."	Toutes cibles
Garantie AOP	"L'AOP, c'est la promesse d'une huile/d'une olive tracée, testée et approuvée, du champ à l'assiette."	C2, C3, P2
Engagement environnemental	"Choisir une huile d'olive ou des olives AOP, c'est préserver un patrimoine et soutenir les producteurs locaux."	C1, C2, P1
Polyvalence culinaire	"Du petit-déjeuner au dîner, les huiles d'olive & olives AOP subliment chaque moment de votre journée."	C1, C2, C3, P1, P2

OBLIGATIONS LIÉES AU PROGRAMME

Obligations relatives à la création des contenus :

- Intégrer sur **tous les contenus** la mention : « **Campagne financée avec le soutien de l'Union européenne** ».
- Afficher le **drapeau européen** et le logo "**Enjoy it's from Europe**" selon les règles graphiques en vigueur.
- Intégration de l'identité visuelle de la campagne et du logo France Olive.
- Produire des contenus strictement **informationnels**, excluant toute référence promotionnelle à une marque.

Obligations administratives et archivage :

- Conserver et tenir à disposition, pendant **au moins 5 ans**, l'ensemble des éléments justificatifs : codes sources, contrats de droits, preuves d'exécution, etc.
- Fournir toutes les **preuves d'achats de ressources externes** (licences graphiques, polices, images, etc.).

Droits d'auteur et droits à l'image :

- **Cession complète et illimitée** des droits d'exploitation au bénéfice de France Olive (toutes zones, toutes durées, tous supports).
- Utilisation exclusivement de **ressources visuelles vérifiables et traçables**, admissibles en audit européen.
- Toute utilisation d'IA générative (images, voix, avatars, illustrations...) doit être préalablement validée par France Olive, certains contenus pouvant être refusés par l'UE.

MISSIONS DETAILLEES

ACTIONS ANNUELLES (2026–2028)

Année	Actions	Détails
Année 1 (2026)	Ciblage et création	- Constitution d'une base de 150–200 contacts presse et 20–30 influenceurs (France).
		- Création d'un dossier de presse (PDF, français).
		- Rédaction et envoi de 3 communiqués de presse (thématiques définies avec France Olive).

Année	Actions	Détails
		<ul style="list-style-type: none"> - Suivi, relances et gestion des relations avec les journalistes. - Accompagnement dans la réalisation d'articles et de reportages. - Analyse des retombées (trimestrielle). - Bilan annuel
Année 2 (2027)	Maintien et optimisation	- Mise à jour du dossier de presse.
		- Rédaction et envoi de 3 nouveaux communiqués de presse .
Année 3 (2028)	Renforcement et clôture	<ul style="list-style-type: none"> - Suivi, relances et gestion des relations avec les journalistes. - Accompagnement dans la réalisation d'articles et de reportages - Analyse des retombées (trimestrielle). - Bilan annuel
		- Mise à jour du dossier de presse.
		- Rédaction et envoi de 3 communiqués de presse .
		<ul style="list-style-type: none"> - Suivi, relances et gestion des relations avec les journalistes. - Accompagnement dans la réalisation d'articles et de reportages - Analyse des retombées (trimestrielle).
		- Bilan annuel et Bilan global des 3 années (synthèse des retombées, analyse qualitative).

Les supports de communication seront déclinés en fonction des calendriers rédactionnels des médias : dossiers thématiques, articles pratiques et pédagogiques, mise en avant de recettes tendances, des atouts des huiles d'olive et olives AOP (authenticité, préservation des paysages et des savoir-faire, impact environnemental positif...). Pour chaque année du programme, nous développerons une communication autour d'une thématique précise définie en s'appuyant sur les conseils de l'agence de relation presse choisie.

Sur cette partie, nous apporterons notre soutien au prestataire choisi : soutien technique pour l'élaboration des messages les plus pertinents et les plus justes, expertise pour répondre aux journalistes qui souhaiteront plus d'information (via l'agence de presse choisie), réponses aux demandes d'informations...

OPTION

La proposition pourra inclure, sous la forme d'une option, l'abonnement à une plateforme de veille presse pour le suivi de l'ensemble des articles, documentaires, reportages, émissions (radio & tv) consacrées à l'huile d'olive durant la durée du programme.

Si l'agence répond sur cette option, elle devra être décrite et chiffrée en tant qu'option de l'appel d'offre principale soit sur un document à part soit sur un second chiffrage incluant l'ensemble de la proposition.

LIVRABLES ATTENDUS

Livrable	Format	Délai	Indicateurs de résultat associés
Dossier de presse	PDF (français)	Année 1, puis mise à jour annuelle	Pertinence et exhaustivité des informations (évaluée par France Olive).
Communiqués de presse	3/an (français)	Trimestriel	Nombre de retombées presse générées (objectif : 75/an).
Bilan annuel	Rapport synthétique	Fin d'année	Analyse qualitative et quantitative des retombées (médias, audience, tonalité).
Liste des retombées	Tableau Excel (médias, dates, liens, audience)	Trimestriel	Nombre de retombées et audience cumulée (objectif : 38 millions de lecteurs sur 3 ans).

CRITERES DE SELECTION

Les propositions seront évaluées selon les critères suivants :

Critère	Sous-critères	Note (0-20)	Pondération
Expérience	Références dans les relations presse pour des produits AOP/agricoles .		30%
Stratégie & pertinence	Pertinence des contacts (médias, influenceurs). Créativité, professionnalisme et alignement avec le projet .		30%
Offre financière	Coût global et valeur ajoutée .		20%
Délais et planification	Calendrier proposé, pertinence de la planification		10%
Engagement qualité & suivi	Suivi proposé		10%
Total		/100	100%

BUDGET

Budget maximal : 52 500 € HT pour les 3 ans (18 500 €/an en année 1 puis 17 000 €/an en années 2 et 3), incluant :

- Création et mise à jour des supports (dossier de presse, communiqués).
- Mise en place et gestion des contacts
- Suivi, relances et analyse des retombées.
- Rédaction des bilans.
- Participation aux réunions de coordination avec France Olive (visio possible).

Budget complémentaire pour la veille presse globale : 4 000 € HT / an.

Cette mise en compétition n'est pas rémunérée : aucune indemnisation n'a été prévue pour les sociétés admises à présenter une offre et dont l'offre n'aura pas été retenue.

CALENDRIER :

- Diffusion de l'appel d'offres : 3 décembre 2025.
- Date limite de réception des offres : 5 janvier 2026.
- Notification du cabinet retenu : 12 janvier 2026.
- Début des prestations : février 2026.

Un contrat sera signé entre la Société d'étude retenue et France Olive.

Le calendrier est soumis à ajustements.

Le marché n'est valable que si France Olive signe effectivement la convention avec FranceAgriMer. Aucune contractualisation ni avance ne pourra avoir lieu avant cette signature. France Olive se réserve la possibilité de négocier les actions et les tarifs selon les engagements pris par convention avec FranceAgriMer.

MODALITES DE SOUMISSION

Les dossiers de candidature doivent être envoyés **avant le 5 janvier 2026** à :

alexandra.paris@franceolive.fr.

Ils doivent inclure :

- Présentation de l'agence et **références similaires** (promotion de produits AOP/agricoles).
- **Proposition méthodologique détaillée** (stratégie de ciblage, exemples de supports, calendrier).
- **Devis financier** (détaillé par année).

CONTACT

Pour toute question, merci de contacter : **Alexandra PARIS**, directrice communication & économie, par tél. au **06 08 61 15 50**, ou par mail alexandra.paris@franceolive.fr.

ANNEXES

Le Dossier complet du programme "Goûtez l'EXTRAordinaire" sera remis sur demande des cabinets souhaitant répondre à l'appel d'offre.

ENGAGEMENTS

L'agence retenue s'engage à respecter les règles de transparence, de non-discrimination et de confidentialité, conformément aux exigences de l'UE et de FranceAgriMer, à se soumettre aux **contrôles de France Olive et de l'UE** (règlement 1144/2014).

IDENTITE VISUELLE PROVISOIRE DE LA CAMPAGNE

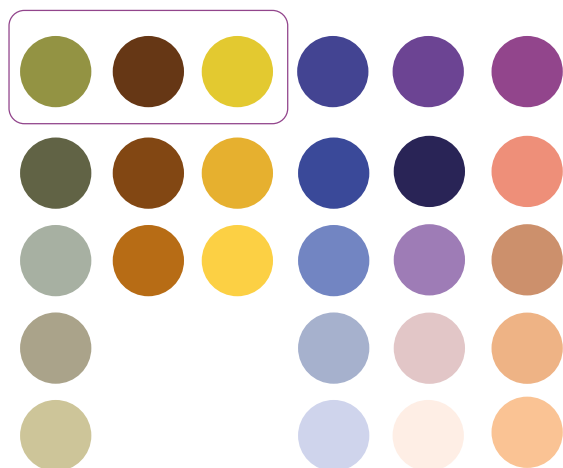
Ce visuel a été conçu comme un support fort et identitaire pour promouvoir les huiles d'olive et olives AOP, en mettant en valeur leur authenticité et leur excellence. Il s'articule autour du slogan « Goûtez l'extraordinaire », qui invite à la découverte sensorielle de produits uniques issus de terroirs riches et préservés. Et est complété par la signature (ou baseline) « les huiles d'olive et olives AOP : authenticité et excellence » pour signifier les bases liées à ces produits.

**> Une identité visuelle porteuse de sens**

Le graphisme actuel repose sur plusieurs choix forts :

- Typographie moderne et contrastée : le jeu de formes typographiques allie la rondeur naturelle de l'olive à un dynamisme affirmé, suggérant à la fois la douceur du produit et l'énergie d'une filière engagée.
- Palette chromatique évocatrice avec les trois couleurs principales qui sont inspirées des nuances des oliveraies et des profils de goût des huiles : vert olive, jaune, et brun, pour ancrer visuellement le message dans le terroir ; le tout accompagné de touches de couleurs vives, pour un aspect moderne.
- La goutte stylisée d'huile intégrée dans le mot ordinaire, les feuilles d'olive aux couleurs multiples, injectent un dynamisme aux mots et facilitent l'identification aux produits valorisés.

Pistes colorimétriques



Pistes visuelles



> Une évolution prévue dans une démarche cohérente

Ce visuel est une première étape dans la création d'un univers graphique plus large. Ce visuel va être retravaillé par nos équipes en début de programme (février / mars 2026) dans le cadre de la mise en place d'une charte graphique complète et cohérente. L'objectif sera alors de renforcer encore davantage l'impact de la signature, tout en assurant une déclinaison fluide sur l'ensemble des supports de communication du programme (print, digital, etc.).