



APPEL D'OFFRES : VIRTUAL TASTING INFLUENCEURS ET JOURNALISTES

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. 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 "VIRTUAL TASTING INFLUENCEURS ET JOURNALISTES" : Dans le cadre du **Work Package 6.1**, France Olive souhaite organiser des sessions de dégustation virtuelle (**Virtual Tastings**) à destination des **influenceurs (gastronomiques, lifestyle et alimentation) et des journalistes**. Les objectifs sont :

- Sensibiliser aux AOP les influenceurs et les journalistes : **Éduquer sur les garanties des AOP** (origine, traçabilité, savoir-faire, durabilité) et **mettre en valeur** leur authenticité et leur diversité gustative, via des sessions interactives et pédagogiques.
- Séduire les participants pour générer du contenu engageant : **Stimuler la création de contenus** (posts, stories, vidéos, articles) par les influenceurs et les journalistes pour **amplifier la notoriété des AOP** auprès de leurs communautés/lectorat (C1, C2, C3), en mettant l'accent sur les goûts, les **usages culinaires** et les **histoires de terroirs**.
- Créer un « réseau d'ambassadeurs » : **Transformer les participants en relais** du programme, capables de **crédibiliser les AOP** et de **relayer les messages clés** auprès du grand public et des prescripteurs.

ZONE GEOGRAPHIQUE, CIBLES ET MESSAGE GÉNRAUX DU PROGRAMME

- **Pays concerné** : France.
- **Cibles** du programme :
 - **C1 (CSP+)** : **Cadres et professions libérales épiciers**, 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 (épiceries 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

Thématische	Message clé	Cibles concernées
Expérience gustative	"Chaque huile d'olive AOP, chaque olive 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

> La cible P1 est celle visée par l'action faisant l'objet du lot 6.1.

OBLIGATIONS LIÉES AU PROGRAMME

Obligations relatives à la création des contenus :

- Intégrer sur **toutes les pages** 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 DÉTAILLÉES

Le prestataire retenu devra organiser **6 à 9 sessions de Virtual Tasting sur 3 ans** (2 à 3 par an), avec les missions suivantes :

Préparation des sessions

- **Sélection des influenceurs et journalistes :**
 - Identifier et contacter **8 à 12 influenceurs/journalistes par session** (critères : audience qualifiée, média, engagement fort, alignement avec les valeurs des AOP).
 - Gérer les inscriptions et les confirmations. S'assurer de la présence des invités.
 - Transmettre les coordonnées des participants pour les envois des kits dégustation (fournis par France Olive)
- Envoi d'un questionnaire pré-session et recueil des réponses (relance si nécessaires).

Organisation et modération des sessions

- **Format :**
 - Sessions de **1h à 1h30**, animées en direct via une plateforme dédiée (Zoom, Teams, ou autre) par France olive.
 - **Déroulé type :**
 1. Introduction par un expert de France Olive (10 min) : présentation des AOP et de leurs garanties.
 2. Dégustation guidée (30 min) : découverte des huiles et olives, avec des conseils d'utilisation.
 3. Échanges et questions/réponses (20 min) : interaction avec les participants.
- **Attendus :**
 - Assurer une **modération dynamique** pour maintenir l'engagement.
 - Encourager les influenceurs à **partager leur expérience en direct** (stories, posts).

Suivi post-session

- Envoi d'un questionnaire post session.
- **Recueil des retombées :**
 - Suivre les **publications** des influenceurs (posts, stories, vidéos) et compiler les liens (pdf, capture d'écran, liens...) dans un rapport.
 - Mesurer l'**engagement généré** (likes, commentaires, partages).
- **Rapport post-événement :**
 - Fournir un **bilan détaillé** incluant :
 - Liste des participants et leurs profils.
 - Retombées digitales (liens, captures d'écran, métriques d'engagement).
 - **Analyse qualitative** (feedback des influenceurs, suggestions d'amélioration)

INDICATEURS DE PERFORMANCE

Indicateur	Valeur Cible	Méthode de Mesure
Nombre de sessions organisées	6 à 9 sur 3 ans (2-3/an)	Rapports d'activité.
Nombre d'influenceurs touchés	50 à 70 (8-12/session)	Listes de participants.
Taux de participation	90 % des influenceurs invités	Suivi des confirmations, liste des présents.
Nombre de publications générées	30 à 50 (posts, stories, vidéos)	Veille digitale

Retombées médiatiques

5 à 10 articles/blogs

Veille presse.

ORGANISATION

- Travail en étroite collaboration avec l'équipe de France Olive (échanges constants)
- Prise en compte des remarques de l'équipe France Olive tout au long du processus de réalisation, validation de chaque étape par France Olive.
- Réunions régulières de suivi et points d'avancement.

LIVRABLES ATTENDUS

Livrable	Détails	Délai
Liste des influenceurs sélectionnés	Profils, audiences, thèmes abordés.	1 mois avant chaque session
Rapport post-session	Liste des présents, retombées, engagement, feedbacks, recommandations.	15 jours après chaque session
Réponses aux questionnaires	Transmission des réponses des invités aux questionnaires pré et post sessions.	15 jours après chaque session

CRITÈRES DE SÉLECTION

Les propositions seront évaluées selon les critères suivants :

Critère	Sous-critères	Note (0-20)	Pondération
Expérience	Références dans l'organisation d'événements virtuels pour des influenceurs et des journalistes.		30%
Méthodologie	Qualité organisationnelle, originalité de l'approche.		30%
Offre financière	Coût global, valeur ajoutée, transparence.		20%
Délais, planification et flexibilité	Respect du calendrier et capacité à ajuster les sessions en fonction des retours.		10%
Engagement qualité	Suivi pré et post sessions, qualité des participants pressentis.		10%
Total		/100	100%

BUDGET

Budget maximal : 28 500 € HT pour 3 ans.

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 prestataire retenu : **15 janvier 2026.**
- Début des prestations : **mars 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.

MODALITÉS 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.**
- **Proposition méthodologique détaillée.**
- **Devis financier** (détailé par poste et 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 prestataires souhaitant répondre à l'appel d'offres.

ENGAGEMENTS

Le prestataire retenu s'engage à :

- Respecter les règles de **transparence, non-discrimination et confidentialité**, conformément aux exigences de l'UE et de FranceAgriMer.
- 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.

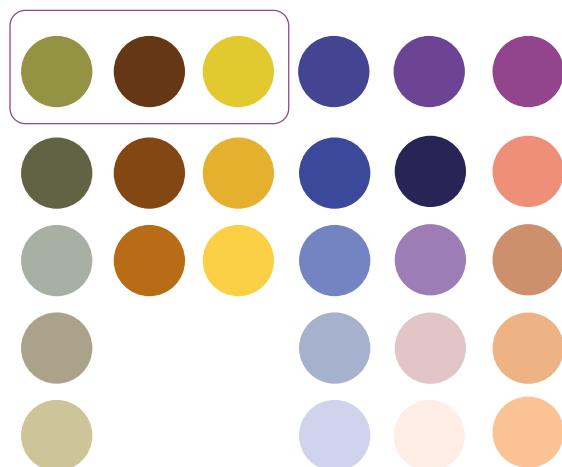


> Une identité visuelle porteuse de sens

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.).