

# Appel d'offres pour une prestation d'études : Conception de nouveaux outils de commercialisation Développement d'une gamme de produits de la mer élaborés

Plan de Production et de Commercialisation PPC  
Année 2022

## I- Termes de Référence TDR

- 1- Préambule
- 2- Objet de la consultation
- 3- Détail des travaux demandés
- 4- Livrables attendus
- 5- Réunions/Comités de suivi
- 6- Calendrier de réalisation
- 7- Obligations des soumissionnaires et exigences
- 8- Budget de l'étude

## II- Règlement de consultation

- 1- Modalités de soumission des offres
- 2- Modalités de sélection des offres
- 3- Modalités de règlement

### Organisation des Pêcheurs Normands

4, Quai Philippe Oblet – 14520 PORT-EN-BESSIN – Tél. : +33 (0)2 31 51 26 51 – Fax : +33 (0)2 31 22 78 59

Société Anonyme coopérative maritime à capital variable – RCS CAEN SIRET 506 720 044



---

## **Organisme responsable et contacts du dossier de consultation et contact**

---

### **Organisation des Pêcheurs Normands**

4, Quai Philippe Oblet – 14520 PORT EN BESSIN  
Société Anonyme coopérative maritime à capital variable  
RCS CAEN SIRET 506 720 044  
Représentée par son PDG, Bruno THOMINES-MORA

Contacts : Manuel EVRARD, Directeur  
[m.evrard@pecheurnormands.fr](mailto:m.evrard@pecheurnormands.fr)

et

Camille DOMINGO, Chargée d'études  
[c.domingo@pecheurnormands.fr](mailto:c.domingo@pecheurnormands.fr)

Tél. : +33 (0)2 31 51 26 51 – Fax : +33 (0)2 31 22 78 59

---

## **Objet de la consultation**

---

Prestation d'études dans le cadre du Plan de Production et de Commercialisation  
2022 de l'Organisation de Producteurs

**Concevoir de nouveaux outils de commercialisation à travers le développement  
d'une gamme de produits de la mer élaborés**



# I- Termes de Référence TDR

## 1- Préambule

---

### Présentation de la structure

L'Organisation des Pêcheurs Normands (OPN) est une coopérative maritime. Elle est reconnue organisation de producteurs (OP) agissant dans le domaine des pêches maritimes, telle qu'elle est définie par le règlement UE n°1379/2013 portant sur l'organisation commune des marchés (Règlement OCM (Organisation Commune de Marché)) dans le secteur des produits de la pêche et de l'aquaculture.

La société compte environ 240 navires adhérents actifs, principalement répartis sur les départements du Calvados et de la Manche. Cette flotte s'articule autour des trois principales criées régionales : Port en Bessin/Grandcamp, Cherbourg et Granville. En 2020, la production des navires adhérents de l'OPN avoisinait 33 400 tonnes pour une valeur globale de 80 millions d'euros.

Les articles 7 et 8 du règlement OCM (Organisation Commune de Marché) précisent les objectifs poursuivis par les OP et les mesures qu'elles sont susceptibles de mettre en œuvre dans le cadre de leur Plan de Production et de Commercialisation, parmi lesquelles figurent celles-ci :

- Contribuer à la traçabilité et à l'accès à des informations claires et complètes pour les consommateurs ;
- Améliorer les conditions de mise sur le marché des produits de la pêche ;
- Améliorer la rentabilité économique ;
- Stabiliser les marchés ;
- Contribuer à l'approvisionnement en denrées alimentaires et promouvoir des normes élevées de qualité et de sécurité des denrées alimentaires, tout en contribuant à l'emploi dans les régions côtières et rurales.

La présente prestation est réalisée dans le cadre de notre Plan de Production et de Commercialisation 2022. Chaque année, il est demandé aux organisations de producteurs de préparer un plan de production et de commercialisation (PPC) contenant les mesures nécessaires pour remplir les objectifs énoncés ci-dessus.

## 2- Objet de la consultation

---

Les produits de la mer jouissent d'une bonne image auprès des consommateurs. En effet, les habitudes alimentaires continuent d'évoluer avec la recherche de gages de qualité : les ménages accordent de plus en plus d'importance aux labels, aux produits bio, aux circuits courts et aux marques nationales. Depuis 2010 dans les GMS, les augmentations les plus importantes des ventes de produits aquatiques ont été réalisées par le rayon traiteur (95,3% des Français ont acheté au moins une fois des produits traiteurs en 2017) alors que, dans le même temps, le volume de produits aquatiques - toutes présentations confondues - a régressé de 10%. Malheureusement, les industries hali-alimentaires sont déconnectées de la pêche artisanale.

Face à ces constats, l'OPN souhaite évaluer l'intérêt de concevoir une marque de distribution commerciale, assortie d'une gamme de produits de la mer élaborés, faciles à mettre en œuvre, répondant aux tendances contemporaines de consommation.

Le projet consiste donc à développer une marque commerciale de produits élaborés issus de la pêche normande, reposant dans un premier temps sur une gamme limitée de 3 produits. L'idée est aussi de « donner un coup de jeune » à l'image de la filière avec un marketing approprié et des produits fonctionnalisés répondant aux tendances de consommation modernes (produits BBQ, produits nomades, snacking, apéritifs...). La marque souhaite aussi capitaliser sur :

- L'esprit d'entrepreneuriat : la pêche normande jouit actuellement d'une dynamique de renouvellement des navires et des hommes. La marque met en valeur des portraits de chefs d'entreprise ;
- L'économie sociale et solidaire véhiculée par notre coopérative de pêcheurs artisans ;
- La durabilité avec le choix d'espèces typiques de la côte normande alternatives aux poids lourds saumon / cabillaud ;
- Un marketing atypique jouant sur un humour décalé, une image jeune, innovante inspirant la sympathie.

Une première phase de développement technique a été menée en 2018. Elle a permis de développer la gamme, de définir la plateforme de marque (sa vision, ses missions, ses valeurs, son positionnement et sa personnalité – visuel) et de proposer un business model original.

Un certain nombre de principes directeurs entourent la conduite de ce projet :

- Ne pas accroître la concurrence à l'achat sous criée avec les entreprises régionales de mareyage en privilégiant les matières premières les moins bien valorisées (tcaud, congre, roussette, amandes...).
- Ne pas réaliser d'investissements techniques propres. La transformation est externalisée auprès de prestataires de l'IAA. L'OPN assurera le développement des recettes et leur validation industrielle ainsi que l'animation marketing de la marque (stratégie du type Start-up Michel&Augustin).



- La commercialisation s'appuiera sur le réseau de mareyage régional pour le BtoB : les produits, volontairement conçus avec des DLC confortables, seront placés sous contrat de consignation-vente chez les mareyeurs pour leur offrir un complément de gamme.

Globalement, les objectifs de la marque sont de véhiculer un affect pour la pêche normande autour d'une marque, et accompagner l'innovation chez les mareyeurs. Les résultats attendus sont :

- Accroître la valeur ajoutée au bénéfice de l'ensemble de la chaîne de valeur de la production régionale ;
- Soutenir les espèces sous-valorisées ;
- Accompagner/encourager la mutation du mareyage vers des niveaux de transformation secondaires ;
- Répondre à la demande du marché pour des produits fonctionnalisés prêts à l'emploi ;
- Promouvoir la filière pêche normande et moderniser l'image des produits de la mer.

Le projet se positionne sur la distribution en GMS.

### **3- Détail des travaux demandés**

---

Le projet de marque est prospecté de manière phasée afin de valider progressivement chaque étape de développement. L'OPN a été accompagnée par un institut technique pour la réalisation d'une présérie de 3 produits pour la première phase. Cette nouvelle phase est orientée sur le développement commercial et partenarial du projet en particulier dans la création de l'écosystème de la marque.

Le prestataire choisi épaulera l'OPN dans les principales étapes classées selon 3 axes d'études comme suit :

#### *1. Étude marketing*

- Affiner le positionnement de la marque et des produits sur le marché (atteindre le consommateur, voie de distribution et communication ciblée, choix des magasins adéquats et par la suite des rayons, choix du packaging associé, PLV, animations, etc.) ;
  - o Rédiger l'argumentaire commercial (étiquette portant comme indications : le lieu de fabrication, l'origine éventuelle des produits halieutiques utilisés, les signes de qualité éventuels (MSC, Pavillon France, NFM...), etc. ;
  - o Réaliser un panel consommateur (analyse quantitative et qualitative) pour valider les recettes et affiner le positionnement de la marque : profil du consommateur cible, mesure de l'appétence au concept et aux



recettes, attitude du consommateur vis-à-vis des produits de la mer, prétest des produits choisis, etc. ;

- o Réaliser une étude de marché approfondie afin de valider l'ordre de grandeur du projet (description et quantification des nouvelles tendances de consommation et des nouveaux marchés, compréhension des stratégies des concurrents, identification des premiers leviers et freins concernant la commercialisation).
- Référencer la marque (accompagnement auprès des GMS : opérations de promotions, d'autres offres commerciales attractives, etc.), le but étant l'obtention de premières commandes commerciales (réalisation des premières commandes de produits en prestation, mise en consignation des premiers stocks chez les mareyeurs, gestion des stocks et résultats de ventes).

## 2. Étude économique

- Définir le coût de revient ;
- Identifier les volumes prévisionnels, etc. ;

Le business model élaboré en 2018 est basé sur des hypothèses en nombre de points de vente et d'unités vendues qu'il convient d'approfondir (prestataires en GMS à identifier).

## 3. Étude juridique

- Rédiger des contrats de prestation avec clause de protection de la marque ;
- Les mareyeurs partenaires étant déjà identifiés, établir un contrat juridique de diffusion des produits sous la forme d'une consignation-vente ;
- Conseiller le dépôt de la marque (dépôt à l'INPI, etc.).

Les soumissionnaires peuvent proposer, s'ils le jugent opportun, d'autres prestations optionnelles.

#### 4- Livrables attendus

---

Livrables
Un rapport de fin d'études détaillé par axe reprenant notamment :  1. <u>Étude marketing</u> <ul style="list-style-type: none"><li>- Le positionnement de la marque et des produits dans les magasins sur le marché (choix des rayons cibles, présentation du packaging et des PLV, etc.) : recommandations concernant le couple produit/marché ;</li><li>- Le panel consommateur (analyse quantitative et qualitative) ;</li><li>- L'étude de marché ;</li><li>- Le référencement de la marque.</li></ul> 2. <u>Étude économique</u> <ul style="list-style-type: none"><li>- La définition du coût de revient et l'identification des volumes prévisionnels.</li></ul> 3. <u>Étude juridique</u> <ul style="list-style-type: none"><li>- La rédaction juridique des contrats commerciaux (modèles).</li></ul>

Cette liste de livrables n'est pas exhaustive. Le soumissionnaire peut proposer d'autres livrables, tels que des rapports intermédiaires, notes d'informations, etc.

#### 5- Réunions / Comités de suivi

---

La mission nécessitera à *minima* une réunion avec l'OPN pour le démarrage de l'action et une réunion de restitution finale des travaux ainsi que des réunions intermédiaires de suivi si le soumissionnaire le juge utile. Éventuellement, une des réunions pourra faire intervenir des transformateurs, mareyeurs et des acteurs de la GMS participant au projet.

#### 6- Calendrier de réalisation

---

L'ensemble des travaux devront être réalisés et les livrables devront être remis au plus tard le **15 septembre 2022**.

#### 7- Obligations des soumissionnaires et exigences réciproques

---

L'OPN se réserve le droit de sélectionner le prestataire sur la base des propositions reçues, d'engager et poursuivre des négociations avec un ou plusieurs prestataires sollicités après la remise des propositions. Le ou les prestataires seront sélectionnés à l'issue d'une étude approfondie des propositions et sur la base de critères susceptibles de répondre au mieux aux besoins de l'étude.

Nous attendons la fourniture de biens et de services de qualité et cohérente avec nos propres objectifs et investissements. Vos aptitudes méthodologiques, votre connaissance du domaine concerné, vos références dans ce type de mission et l'attractivité économique de votre proposition seront les principaux critères de sélection de cette consultation.



Le prestataire retenu s'engage à mener à bien sa mission conformément aux règles de l'art et en veillant au respect des principes suivants :

- Neutralité : il conduit ses missions avec la plus grande neutralité vis-à-vis de ses interlocuteurs.
- Objectivité : il évalue en toute objectivité le coût des prestations et des travaux souhaités par le maître d'ouvrage, il informe la maîtrise d'ouvrage également des règles à observer en toute objectivité.
- Transparence : il s'engage vis-à-vis des maîtres d'ouvrage dans une relation de confiance basée sur une communication transparente et loyale qui doit être réciproque.
- Responsabilité sociale et environnementale.

Le prestataire considèrera comme strictement confidentiel et s'interdit de divulguer, toute information, document, donnée ou concept, dont il pourra avoir connaissance dans l'exécution de sa mission. Il répondra de ses salariés comme de lui-même. Toutefois, il ne saurait être tenu pour responsable d'aucune divulgation si les éléments divulgués étaient dans le domaine public à la date de la divulgation ou s'il en avait déjà connaissance antérieurement à la date de signature du présent contrat ou s'il les obtenait de tiers par des moyens légitimes.

Ce dernier accepte également de ne divulguer ou publier aucune information relative à cette consultation.

De la même façon, tout document fourni par le prestataire sera considéré comme confidentiel.

## **8- Budget de l'étude**

Le montant de rémunération proposé par le soumissionnaire est de type forfaitaire. L'offre fera néanmoins apparaître la répartition du coût par axes d'études (étude marketing, étude économique et étude juridique).

La proposition de prix du soumissionnaire doit comprendre l'ensemble des frais à la charge du prestataire et notamment tous les frais, honoraires, charges diverses liées à la prestation telles que (1) les indemnité journalière (per diem), frais d'hôtel inclus, versée à chacun des membres du personnel pour chaque journée d'absence du siège en raison de l'exécution des Services ; (2) les coûts de transport en utilisant les moyens de transport les plus appropriés et par l'itinéraire le plus direct ; (3) les frais d'appui, de communications, de reproduction (y compris impression), et d'acheminement de rapports, plans, destinés au client.

Tous les coûts encourus par le prestataire relatifs à l'établissement de sa proposition seront supportés par le prestataire.

## II- Règlement de consultation

### 1- Modalités de soumission des offres

---

Les offres des soumissionnaires devront être parvenues le **mercredi 23 février 2022 au plus tard à minuit**. Toute offre déposée ou reçue postérieurement à cette date limite ne sera pas prise en compte. De même, les propositions incomplètes ou qui ne répondent pas aux besoins exprimés ne seront pas retenues.

**Les offres pourront être transmises à l'attention de Manuel EVRARD et Camille DOMINGO par courrier à l'adresse suivante :**

**Organisation des Pêcheurs Normands  
4, Quai Philippe Oblet  
14520 Port en Bessin**

**Ou par email aux adresses suivantes :**

**[m.evrard@pecheurnormands.fr](mailto:m.evrard@pecheurnormands.fr) / [c.domingo@pecheurnormands.fr](mailto:c.domingo@pecheurnormands.fr) (en format PDF)**

Toute demande d'éclaircissement doit être adressée 7 jours calendaires au plus tard avant la date limite de remise des propositions, soit avant le mercredi 16 février à minuit. Les demandes d'éclaircissement sont à adresser par email aux adresses ci-dessus. Toutes les réponses aux demandes d'éclaircissements seront adressées à l'ensemble des soumissionnaires contactés.

Le choix du soumissionnaire sera rendu public le mercredi 02 mars au plus tard minuit. La mission du prestataire débutera le jour suivant.

La proposition, ainsi que toute la correspondance et tous les documents concernant la proposition, échangés entre le soumissionnaire et l'OPN seront rédigés dans la langue française.

La proposition doit contenir :

- une proposition technique comprenant une description de la méthodologie, un calendrier de travail et la composition de l'équipe ;
- une proposition financière globale comprenant
  - o une partie globale pour le suivi et la coordination
  - o une partie individualisée pour chaque axe d'étude et les différentes actions d'expertises

La proposition doit être valable pendant 60 jours calendaires suivant la date limite de soumission des propositions.

## 2- Modalités de sélection

Les propositions reçues seront sélectionnées pour chaque axe de l'étude, au regard des critères suivants :

Allocation des points pour l'évaluation des propositions	
Critères	Coefficient – Points affectés
L'expérience et la maîtrise du soumissionnaire dans la filière de la pêche maritime et des produits de la pêche : <ul style="list-style-type: none"> <li>o descriptif détaillé et modalités proposées de réalisation des travaux d'études, adéquation de la méthodologie et du plan de travail proposés aux Termes de référence ;</li> <li>o expérience du bureau d'études pertinent pour la mission : connaissance de la filière pêche régionale et expérience dans les démarches de certification ;</li> <li>o respect des plannings de consultation et de réalisation des travaux : cohérence du plan de travail proposé (planning, organisation des tâches, des ressources, ...).</li> </ul>	6 Points, comprenant : Méthodologie : 3 points Expérience et référence : 2 points Calendrier : 1 point
Qualité du personnel(s) que le soumissionnaire mettra à disposition pour répondre à la mission proposée évaluée par l'expérience acquise sur les thématiques des travaux d'études envisagés et l'expérience de la région.	4 points
Coût demandé pour cette prestation.	10 points
<b>TOTAL</b>	<b>20 points</b>

Le futur contrat sera conclu *intuitu personae*, c'est-à-dire en considération des noms et de la qualité des personnes intervenant au titre de la présente mission. Le titulaire du marché identifiera lors de la remise de sa proposition de service une équipe dédiée à l'exécution de la mission et précisera le nom et la qualité des personnes composant ladite équipe. Si ces personnes venaient à quitter la structure du titulaire du marché, l'OPN se réserve le droit de mettre fin au contrat sans indemnités pour le titulaire.

La sélection des offres sera réalisée par les salariés de l'OPN ainsi que son Président. Au vu des avis formulés, le Directeur et/ou le Président pourront librement engager des discussions avec un ou plusieurs candidats. A l'issue de ces négociations, l'organe de décision de l'OPN, composé du président et du directeur, approuvera le choix final du prestataire.



### **3- Modalités de règlement**

---

Les sommes dues au titre de la rémunération pourront être réglées par acomptes :

- L'acompte n° 1 correspondra à 30 % du montant total du forfait de rémunération ;
- Un deuxième acompte pourra être demandé correspondant à 30 % du montant total du forfait de rémunération ;
- Solde : après constatation de l'achèvement de sa mission par le prestataire et réception des livrables prévus, le prestataire adressera à l'OPN une demande de paiement du solde sous forme d'un projet de décompte final.