



## **DEMANDE DE DEVIS :**

### **Diagnostic de la Filière Marennes Oléron et définition d'une stratégie marketing Filière pour l'été**

31.01.2019

#### **➔ Contexte du projet**

Le groupement qualité Marennes Oléron a plusieurs missions bien déterminées ; défense des signes d'identification et de la qualité et de l'origine des huîtres Marennes Oléron, certifications, élaboration de cahier des charges pour valorisation des produits, défense et protection du nom, du produit et du terroir, valorisation du produit connaissance statistique du secteur, communication, innovation, promotion...

Ce groupement représente 250 entreprises ostréicoles qui commercialisent 20 000 tonnes d'huîtres sous IGP dont 1300 t de fines de claires vertes label rouge et 200 tonnes de pousse en claire label rouge. Par respect du cycle naturel de l'huître, l'affinage en claires, spécificité de l'appellation, se déroule en période dite hivernale.

Durant les mois d'été, les conditions météorologiques ne sont pas favorables à l'affinage en claires. Les professionnels ont décidé de stopper l'activité d'affinage en claires pendant 3 mois d'été. Ces modifications seront effectives lors de la validation des modifications du cahier des charges IGP. Face à cet arrêt de commercialisation d'huîtres IGP, les professionnels souhaitent se faire aider pour développer un « produit » qui conviendrait aux adhérents de leur groupement.

De plus, les professionnels n'ont jamais sollicité de bureaux d'études spécialisés dans la stratégie marketing de la filière et souhaitent aujourd'hui avoir un point de vue sur la situation générale actuelle de leur filière.

#### **➔ Descriptif du projet**

Le projet sera réalisé sur la période mars-juin 2019. Celui-ci vise à :

- réaliser un diagnostic total de la filière Huîtres Marennes Oléron
  - Entretien avec l'ensemble de la filière sur site (40 entretiens minimum)
  - Entretien avec « l'aval »
  - Bilan général de la filière IGP/LR
  - Définition d'orientations générales (plusieurs propositions)
  - Présentation en conseil d'administration et assemblée générale
- à définir une stratégie marketing filière pour l'été :
  - Proposition de stratégie pour la commercialisation estivale
  - Quelle qualité estivale ?
  - Quelle choix marketing (certification, marque, autre....)
  - Quelle communication ?
  - Définition d'un plan d'action précis

## ➔ Proposition attendue

Le prestataire aura en charge la gestion intégrale du projet. Un comité de pilotage sera créé pour la gestion de celui-ci. Des réunions régulières seront définies avec des points d'étape à Marennes.

Le prestataire remettra un détail estimatif comprenant toutes les prestations comprises dans son offre.

L'offre présentée fera apparaître un échéancier de réalisation, les moyens mis en œuvre et nommera un interlocuteur privilégié, responsable de la coordination des différents intervenants éventuels. Le prestataire devra justifier de la qualification des intervenants de type « senior consultant ».

Le prestataire devra avoir une expérience solide dans le domaine du marketing et l'approche filière. Il devra prouver également la connaissance des produits de la mer et le domaine de la certification des produits alimentaires européens et français.

## ➔ Dépôt des offres et critères de sélection

**La date butoir de réception des devis est fixée au 1<sup>er</sup> mars 2019.**

La proposition tarifaire sera adressée « A l'attention de Monsieur le Président du Groupement Qualité Huîtres Marennes Oléron » :

- Soit par mail à : [n.brossard@crcpc.fr](mailto:n.brossard@crcpc.fr), responsable du Groupement Qualité ;
- Soit par courrier : ZAC Les Grossines, rue Sergent Lecêtre, CS 60 002, 17320 Marennes

Les offres seront analysées sur la base des critères de sélection suivants :

- Qualifications professionnelles « produit de la mer » : 30%
- Qualifications SIQO : 30%
- Coûts : 20%
- Délais : 20%