

Belgium-Namur: Advertising and marketing services

OJ S 95/2020 15/05/2020

Contract award notice

Services

Legal Basis:

Directive 2014/24/EU

Section I: Contracting authority

I.1. Name and addresses

Official name: Agence Wallonne pour la Promotion d'une Agriculture de Qualité

National registration number: 0267.400.492_507138

Postal address: Avenue Comte de Smet de Nayer 14

Town: Namur

NUTS code: BE352 Arr. Namur

Postal code: 5000

Country: Belgium

Contact person: Luc Roisin

E-mail: l.roisin@apaqw.be

Telephone: +32 81331700

Fax: +32 81305437

Internet address(es):Main address: www.apaqw.beAddress of the buyer profile: <https://enot.publicprocurement.be/enot-war/preViewNotice.do?noticeId=375273>**I.4. Type of the contracting authority**

Regional or local agency/office

I.5. Main activity

Other activity: Promotion de l'agriculture

Section II: Object

II.1. Scope of the procurement**II.1.1. Title**

Conception et la réalisation d'une campagne de communication et de marketing pour le secteur des pommes de terre

Reference number: APAQ-W-2020/05-F03_0

II.1.2. Main CPV code

79340000 Advertising and marketing services

II.1.3. Type of contract

Services

II.1.4. Short description

Le présent marché est un marché de services relatif à la conception et à la création d'une campagne de communication et de marketing (y compris à la production de tous les supports,

à la mise en place de partenariats et à la réservation et l'achat des espaces média) pour le secteur pommes de terre.

II.1.6. Information about lots

This contract is divided into lots: no

II.1.7. Total value of the procurement

Value excluding VAT: 223 128,00 EUR

II.2. Description

II.2.3. Place of performance

NUTS code: BE3 Région wallonne

II.2.4. Description of the procurement

Les prestations suivantes seront donc réalisées par le prestataire:

- 1) plan stratégique de communication et d'actions concrètes afin que les néos ruraux soient convaincus que les opérateurs du secteur pommes de terre respectent leur bien – être via des actions de communication et de sensibilisation de mars à octobre pendant trois ans;
- 2) création d'une base line de visuels, de supports, de médias, relatifs aux actions de communication dont notamment Twitter, Facebook et autres propositions (event de sensibilisation, recommandations via sensibilisateurs, experts, des ambassadeurs du secteur agronomique);
- 3) continuité du renforcement de l'image et la notoriété de la pomme de terre (Atouts des pommes de terre en s'inspirant du tone of voice de la campagne de 2017 à 2019);
- 4) gestion du site du blog et/ou forum, copy et input des informations, recettes pomme de terre locale (le nom du site a été protégée) sur un site propre (qui reste indépendant du futur site de l'APAQ-W, soit un onglet spécifique sur le nouveau site de l'Apaqw avec un blog et /ou forum en y intégrant les recettes pommes de terre locale;
- 5) prévoir un community manager pour la gestion du site et des réseaux sociaux, (input des posts, gestion des commentaires des blogueurs, gestion des supports digitaux et rédaction des posts et des blogs);
- 6) native communication
- 7) élaboration 52 recettes de pommes de terre (modernes, rapides, originales, tendances, utilisant tous les modes de préparation culinaires et / ou de cuisson moderne) diffusées via les réseaux (Facebook, (cibles 40 ans et plus) Instagram (de 25 moins de 40), site web, autre
- 8) production de capsules de recettes (une douzaine diffusable sur FB, site internet, Instagram, You tube, twitter) soit avec un ambassadeur de l'APAQ-W ou avec un chef de votre choix (le coût de la prestation et l'achat des ingrédients des recettes doivent être inclus dans ce poste budgétaire);
- 9) création et réalisation de leaflets, en 5 000 exemplaires, comprenant une douzaine de recettes et quelques pages informatives sur les pommes de terre, (proposition de format et grammage demandé);
- 10) mise en place de concours et dotation (incluse dans le budget imparti);
- 11) conception de média(s), d'actions, relations publiques, visant à redorer l'image de la production et des producteurs de pommes de terre avec l'implication des différents organismes et institutions impliquées dans le secteur de la pomme de terre (centre de recherche (CRAW, Carah). Facultés et hautes écoles d'agronomie, organisations professionnelles (Fiwap, Belgapom, GWPPPD), collège des producteurs, syndicat agricole), influenceurs (agronome, scientifique) (liste non exhaustive)
- 12) choix des médias recommandés et réservation des espaces médias (prix d'achat des médias)

13) réalisation des supports médias et print (affiches, bâches) en fonction des médias proposés;

14) évaluation continue de la campagne via un reporting trimestriel, participation aux réunions d'un comité de suivi, évaluation interne et externe annuelle, post test complet en fin d'année 3 (si le marché est reconduit).

II.2.5. Award criteria

Quality criterion - Name: Cohérence et complémentarité stratégiques des actions / Weighting: 80

Quality criterion - Name: Action(s) dynamique(s), moderne(s), innovante(s), créative(s) et percutantes / Weighting: 60

Quality criterion - Name: Motivation des actions de la campagne / Weighting: 40

Quality criterion - Name: Présentation des étapes de la campagne / Weighting: 10

Quality criterion - Name: Respect de l'aspect durabilité / Weighting: 10

Price - Weighting: 0

II.2.11. Information about options

Options: no

II.2.13. Information about European Union funds

The procurement is related to a project and/or programme financed by European Union funds: no

II.2.14. Additional information

Section IV: Procedure

IV.1. Description

IV.1.1. Type of procedure

Open procedure

IV.1.3. Information about a framework agreement or a dynamic purchasing system

IV.1.8. Information about the Government Procurement Agreement (GPA)

The procurement is covered by the Government Procurement Agreement: no

IV.2. Administrative information

IV.2.1. Previous publication concerning this procedure

Notice number in the OJ S: [2020/S 029-067460](#)

IV.2.8. Information about termination of dynamic purchasing system

IV.2.9. Information about termination of call for competition in the form of a prior information notice

Section V: Award of contract

A contract/lot is awarded: yes

V.2. Award of contract

V.2.1. Date of conclusion of the contract

08/05/2020

V.2.2. Information about tenders

Number of tenders received: 8

The contract has been awarded to a group of economic operators: no

V.2.3. Name and address of the contractor

Official name: Mission Systole

Town: Uccle

NUTS code: BE Belgique / België

Country: Belgium

The contractor is an SME: yes

V.2.4. Information on value of the contract/lot

Total value of the contract/lot: 223 128,00 EUR

V.2.5. Information about subcontracting**Section VI: Complementary information**

VI.3. Additional information**VI.4. Procedures for review****VI.4.1. Review body**

Official name: Conseil d'État

Town: Bruxelles

Country: Belgium

VI.4.2. Body responsible for mediation procedures

Official name: Médiateur de la Région wallonne

Town: Namur

Country: Belgium

VI.4.4. Service from which information about the review procedure may be obtained

Official name: APAQ-W

Town: Namur

Country: Belgium

VI.5. Date of dispatch of this notice

13/05/2020