



UNION  
VINICOLE  
DU LIBAN



## **Projet B\_A.1.2\_0126 OENOMED**

### **Cahier des charges N° 01 / 2021**

L'Union Vinicole du Liban, en tant que partenaire du projet « Qualification et Promotion des filières Vitivinicoles des Aires Protégées de la Méditerranée – OENOMED », financé dans le cadre du Programme IEV CTF MED Programme 2014-2020, et dont la Chambre Nationale Syndicale des Producteurs des Boissons Alcoolisées - Union Tunisienne des Industries, du Commerce et des Artisanats CNSPBA-UTICA est Chef de file, lance un appel d'offres à travers le cahier des charges suivant :

### **Stratégie Commerciale et Marketing**

#### **1- Description du projet**

Oenomed est un projet qui trouve ses racines dans l'importance du secteur vitivinicole pour la région méditerranéenne à plusieurs niveaux : économique, social et environnemental. En effet, les consommateurs de plus en plus écologiques font pression sur les producteurs de vin pour assurer une plus grande durabilité, comme en témoigne la demande croissante pour les vins biologiques et les vins bio dynamiques, etc. Les PME du secteur doivent relever ce défi si elles veulent rester compétitives, surtout si nous supposons qu'elles ne pourront pas rivaliser en volume avec les grandes entreprises vitivinicoles. OENOMED entend aider les PME viticoles à se mettre au vert et à profiter des atouts naturels uniques des Aires Protégées Méditerranéennes. Ces Aires ont un potentiel énorme pour les entreprises vertes et respectueuses de l'environnement. Le projet ambitionne de renforcer les PME tant sur le plan technique que sur le plan économique, en les préparant à grandir, et ce en utilisant les



labels de qualité des vins produits par les partenaires des Aires Protégées concernées. L'objectif général d'OENOMED est la Qualification et la promotion des filières viticoles MPME dans les Aires Protégées MED, en valorisant les spécificités du territoire, en tirant parti du marché vert et en adoptant des innovations vertes.

**Date de démarrage du projet OENOMED : 17 novembre 2020**

**Durée : 30 mois**

**Budget total du projet : 2,790,000.39 €**

**Contribution UE : 2,511,000.35 € (90 %)**

## **2- Sujet du cahier des charges**

L'Union Vinicole du Liban (UVL), sise à rue Badaro, Beyrouth, représentée par sa secrétaire générale Mlle Mireille Hannaoui, en sa qualité de partenaire libanais du projet B\_A.1.2\_0126 **OENOMED "Qualification et Promotion des filières viti-vinicoles des Aires Protégées de la Méditerranée"** publie ce Cahier des Charges pour l'élaboration d'une **Stratégie Commerciale et Marketing** conformément aux spécifications administratives et techniques mentionnées dans le descriptif du projet, aux lois applicables et au présent document.

Ce cahier des charges s'inscrit dans le cadre du contrat de subvention signé le 17 novembre 2020 par le CNSPBA-UTICA en tant que Bénéficiaire Principal et l'Autorité de Gestion du Programme IEV CT Bassin Méditerranéen (AG).

### 3- Description de la mission

La stratégie commerciale doit répondre aux spécifications suivantes du projet OENOMED :

#### **GT4 – Mise en œuvre de réseaux commerciaux (innovation dans la valorisation des produits)**

L'objectif principal de cette mission, est d'accompagner les entreprises (MPMEs) bénéficiaires du projet dans les quatre pays (Tunisie, France, Italie et Liban) à développer et à mettre à jour leur stratégie commerciale et marketing.

### 4- Résultats attendus

Il est principalement attendu du/de la prestataire les résultats ci-dessous :

- Un diagnostic commercial et marketing.
- Une stratégie marketing et commerciale.
- Un plan d'action commercial élaboré et validé par les partenaires responsables du GT4.
- Un tableau de bord commercial.
- Le service marketing et commercial structuré pour les partenaires.
- Le bilan et une analyse des actions commerciales et marketing.
- Il est surtout attendu que la mission permette globalement aux partenaires d'améliorer leurs indicateurs de performance de départ (chiffre d'affaires, parts de marché, satisfaction des clients, nombre de contrats, nombre d'emplois créés, etc.).

### 5- Fonctions / Responsabilités / Tâches

Sous la supervision directe du Coordinateur du GT4, de l'UVL, avec l'appui du Chef-de-file du projet OENOMED en collaboration avec les partenaires, le/la prestataire aura pour rôle principal d'accompagner la définition et l'opérationnalisation de la stratégie commerciale et marketing (tarifs, positionnement, ciblage, promotion, distribution, gammes de produits, supports de communication, ...) de 24 MPMEs et 12 partenaires dans les 4 pays du projet OENOMED (Tunisie, France, Italie et Liban).

Et plus spécifiquement, il/elle aura pour responsabilité de :

- Création d'une marque/label à l'échelle de la Méditerranée selon la faisabilité technique, en concertation avec les partenaires du projet (Livrable 1).



- Concevoir une charte graphique et une identité visuelle (Livrable 2).
- Concevoir la stratégie commerciale et marketing (y compris des outils de correction et d'ajustement de la stratégie) et assister les partenaires pour sa mise en œuvre (Livrable 3).
- Préparer les études commerciales et marketing (étude de marché, étude satisfaction client, etc.) à l'échelle de la Méditerranée (Livrable 3).
- Définir le mix marketing (politique du Produit, du Prix, de la Distribution & de la Communication) (Livrable 3).
- Identifier les évolutions du marché et le positionnement de la marque / Label sur le marché (local, régional, ou international) (Livrable 3).
- Déterminer les produits ou services à lancer, à maintenir ou à abandonner, ainsi que leur quantité et fixer leur politique tarifaire (Livrable 3).
- Identifier les cibles commerciales adéquates et définir les objectifs de développement du Chiffre d'Affaire et des parts de marché (Livrable 3).
- Préparer la stratégie de « go to market » des nouveaux produits/services (Livrable 3).
- Concevoir les supports de promotion et de présentation des produits (Livrable 4).
- Créer les supports de communication et l'image de marque (Livrable 4).
- Appuyer le processus de recrutement et de formation des responsables du renforcement Marketing (GT4) des partenaires professionnels de OENOMED (Livrable 5).
- Soutenir les responsables du renforcement Marketing (GT4) des partenaires professionnels de OENOMED pour accompagner les partenaires et leurs MPMEs bénéficiaires et/ou leurs commerciaux pour appliquer la stratégie sur le terrain (Livrable 5).
- Réaliser le bilan des actions commerciales et marketing avec l'aide des responsables du renforcement Marketing (GT4) des partenaires professionnels de OENOMED (Livrable 5).
- Soutenir le Coordinateur du GT4 (Département de l'Hérault) et les responsables du renforcement Marketing des partenaires professionnels de OENOMED pour participer aux foires et aux événements promotionnels pendant les foires vitivinicoles internationales (Livrable 6).
- Soutenir le Coordinateur du GT4 (Département de l'Hérault) pour l'organisation de rencontres biz-to-biz internationales (Livrable 7).
- Soutenir le Coordinateur du GT4 (Département de l'Hérault) pour l'organisation d'un séminaire technique pour MPMEs sur la labélisation des vins des aires protégées (Livrable 8).

## 6- Les livrables

Les livrables ci-dessous sont attendus du/de la prestataire, selon une timeline définie et un budget estimatif assigné à chaque livrable, et ce en concordance avec le GANTT du projet et validé par le partenariat du projet. Cette timeline sera sujette à des modifications validées par le partenariat au même titre que les livrables.

### - LIVRABLE 1 – Code label/marque :

- Les éléments de contexte succincts.
- La présentation du code de marque/label : à qui s'adresse-t-il, pourquoi faire, comment s'en servir ?
- La reprise des éléments abordés dans la plateforme de marque : valeurs, positionnement, personnalité, etc.
- Proposition d'un nom de la marque à valider par le partenariat.
- La présentation du bloc label/marque en lien avec la charte Med et règles principales d'utilisation.
- Offrir des scénarios pour l'enregistrement de la Marque / Label avec la validation des partenaires.
- Enregistrer la Marque / label validé(e).

### - LIVRABLE 2 - Identité visuelle et charte graphique :

- La définition des couleurs principales et d'accompagnement avec référence au nuancier pantone.
- Logo avec un argumentaire écrit de traduction du logo au regard de la plateforme de marque/label.
- La définition de la charte graphique : principe général de mise en page.
- La définition d'un langage iconographique : signes identitaires visuels (pictos, illustrations, trames...).
- Les principes photographiques (couleur dominante, mode de prise de vue...).
- La définition des règles d'identité verbale/orale (tonalité, éléments de langages).

### - LIVRABLE 3 - Stratégie Commerciale et Marketing et plan d'action :

- Définition des objectifs avec une durée.
- Plan d'action et définition des indicateurs dans un tableau de bord.
- Analyser les retours pour ajuster le plan d'action.

- Segmentation du marché ; Ciblage (Produit/Marché) ; Positionnement.
  - Plan d'action « go to market » et définition des indicateurs dans un tableau de bord.
- **LIVRABLE 4 - Edition des supports de communication commerciale et marketing :**
- Un roll-up affiche programme afin d'annoncer l'ensemble des événements (5 unités).
  - Un roll-up affiche pour chacun des partenaires du projet dans sa langue choisie (1 unité dans sa langue pour chaque partenaire).
  - Un flyer 21X29,7 3 volets recto/verso intégrant l'ensemble des manifestations en 4 langues (français, italien, arabe et anglais).
  - Fichiers numériques, 3 flyers seront livrés à chaque partenaire.
  - Vidéo promotionnelle du label/marque d'une durée maximale de 2 minutes.
- **LIVRABLE 5 - Coordination avec les responsables par pays pour fournir des services de conseil et de qualité pour lancer des campagnes promotionnelles :**
- Définition d'un plan d'action avec le partenaire responsable du GT4 de chaque pays (les 4 pays : Tunisie, Italie, France et Liban).
  - Suivi régulier des actions réalisées et/ou planifiées.
  - Réalisation du bilan des actions Commerciales et Marketing & ajustement des actions futures.
- **LIVRABLE 6 - Soutenir le coordinateur du GT4 pour la participation aux foires et événements promotionnels pendant les foires vitivinicoles internationales :**
- Définition d'un plan d'action avec le coordinateur du GT4 (département de l'Hérault) et le comité restreint du GT4.
  - Suivi régulier des actions réalisées et/ou planifiées.
- **LIVRABLE 7 - Soutenir le coordinateur du GT4 pour l'organisation de rencontres biz-to-biz internationales :**
- Définition d'un plan d'action avec le coordinateur du GT4 (département de l'Hérault) et le comité restreint du GT4.
  - Suivi régulier des actions réalisées et/ou planifiées.
- **LIVRABLE 8 - Soutenir le coordinateur du GT4 pour l'organisation d'un séminaire technique pour MPMEs sur la labélisation des vins des aires protégées :**
- Définition d'un plan de formation technique avec le coordinateur du GT4 (département de l'Hérault) et le comité restreint du GT4 (Partenaires professionnels et administratifs).
  - Suivi des formations techniques assurées par les responsables du renforcement de Marketing (GT4) de OENOMED de chaque pays (Tunisie, Italie, France, Liban).

## 7- Qualifications requises

### Qualifications administratives

|             |  |
|-------------|--|
| Éducation : | <p>Profils recherchés en Marketing, commercialisation et formation + Design graphique et communication :</p> <p>Profil 1 : Expert en Marketing<br/>Niveau BAC + 4/5 en Marketing, Administration des Affaires, Économie ou autre discipline similaire avec une forte expérience pratique en commerce et marketing.</p> <p>Profil 2 : Expert Design graphique et communication<br/>Niveau BAC + 4/5 en Design Graphique ou une autre discipline similaire avec une forte expérience pratique et une maîtrise des logiciels et des outils de conception graphique.</p> |
|-------------|--|

|                                  |   |
|----------------------------------|---|
| Expérience :                     | <p>Compétences recherchées :</p> <p>Profil 1 : Expert en Marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Expérience souhaitée 5 ans minimum (dont 2 années minimum en qualité de Directeur/Responsable Commercial et/ou Marketing d'une entreprise serait appréciée) dans le développement et la mise en œuvre de stratégie Commerciale et Marketing d'entreprise.</li> <li>• Très bonnes compétences de synthèse et de rédaction en langue française.</li> <li>• Travail dans un environnement multi acteurs, sous forte pression et des délais courts.</li> <li>• Expérience dans le secteur vitivinicole (production et distribution) serait un plus.</li> <li>• Esprit d'équipe, autonomie et curiosité ; proactivité et très bon relationnel.</li> <li>• Excellente maîtrise du pack office (Excel et PowerPoint).</li> </ul> <p>Profil 2 : Expert en Design Graphique</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Expérience souhaitée 3 ans minimum (dont 2 années minimum d'expérience avérée dans le design graphique dans les sites Web, applications et autres solutions digitales).</li> <li>• Une grande maîtrise des logiciels de design Graphique (Illustrator, Photoshop, et/ou autres similaires).</li> <li>• Travail dans un environnement multi acteurs, sous forte pression et des délais courts.</li> <li>• Excellente maîtrise du pack office (Excel et PowerPoint).</li> </ul> |
| <b>Qualifications Techniques</b> |   |
| Langues requises :               | Une maîtrise de la langue française est exigée.   |



|                    |  |
|--------------------|--|
| Projets similaires | <p>Profil 1 : Expert en Marketing</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Expérience souhaitée de 3 projets minimum similaires en lien avec la mise en place d'une stratégie Commerciale et Marketing et l'assistance à son application.</li><li>• Une expérience dans le domaine agricole ou agroalimentaire avec au moins un projet.</li><li>• Une expérience à l'échelle méditerranéenne ou internationale avec au moins un projet.</li></ul> <p>Profil 2 : Expert en Design Graphique</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Expérience souhaitée de 3 projets minimum similaires en lien avec la mise en place d'une charte graphique &amp; identité visuelle et leur adaptation sur les différents supports de communication de la marque.</li><li>• Une expérience à l'échelle méditerranéenne ou internationale serait un plus.</li></ul> |
|--------------------|--|

## 8 - Durée de la mission et budget

16 mois pour un montant maximal de 38,000 €.

## 9 - Deadline

**6 Mai 2022 à 17h heure de Beyrouth.**

## 10 - Procédure

Présenter une offre administrative (avec les qualifications administratives), une offre technique (un draft de la timeline de la mission + les qualifications techniques) montrant l'adéquation avec les qualifications requises ( section 7), et une offre financière dans trois dossiers ou fichiers à part par mail à l'adresse suivante : [info@lebanonwines.com](mailto:info@lebanonwines.com) au plus tard le **6 Mai 2022 à 17h** heure de Beyrouth en intitulant "**Application pour le CDC 01/2022 Stratégie commerciale et Marketing**" (Envoi des fichiers



directement par mail et des dossiers directement sur le mail et des dossiers via Wetransfer par mail en faisant « envoyer à travers un lien »).

Pour toute demande d'explication, vous pouvez écrire à :

[info@lebanonwines.com](mailto:info@lebanonwines.com) avec la mention spéciale "**Concernant le CDC 01/2021 stratégie commerciale**", avant le **30 avril 2022 à 17h** heure de Beyrouth.

Pour toute autre information sur le projet : <http://www.enicbcmed.eu/fr/node/4749>

#### **11- Sélection :**

La validation de l'offre technique et commerciale sera faite par la commission d'évaluation au sein de l'UVL qui va se charger de les examiner.

La réponse à l'offre sera communiquée au prestataire retenu vers la **mi-mai 2022**.

Union Vinicole du Liban, rue Badaro, Immeuble Badaro 2000, 4<sup>e</sup> étage

**Mireille Hannaoui,**

**Secrétaire générale de L'UVL**

Beyrouth, le 15 avril 2022