

**CAHIER DES CHARGES D'APPEL D'OFFRES
PARTICIPATION A UN SALON PROFESSIONNEL ET RENDEZ-VOUS
D'INFORMATION B TO B EN FAVEUR DE VIN DE FRANCE AVEC MENTION
DE CEPAGE EN ASIE DU SUD-EST**

PROGRAMME 2025 - 2027

SOMMAIRE

I. PREAMBULE ET CONDITIONS GENERALES DE L'APPEL D'OFFRES

1. Pouvoir adjudicateur
2. Personne responsable du marché
3. Procédure
4. Objet de l'appel d'offres
5. Délai de réalisation
6. Lexique

II. DESCRIPTION DU PROGRAMME

1. Contexte général - situation du marché et de la demande
2. Enjeu
3. Objectifs fixés
4. Groupes ciblés
5. Thèmes traités
6. Dispositifs

III. Le budget

IV. Présentation des offres

V. Situation juridique

VI. Critères d'attribution

VII. Conditions d'envoi ou de remise des offres

VIII. Indemnisation

IX. La Commission d'appel d'offres

X. Quelques obligations de l'agence retenue

XI. Votre contact à l'ANIVIN DE FRANCE

XII. Quelques renseignements pratiques

ANNEXES

I - PREAMBULE ET CONDITIONS GENERALES DE L'APPEL D'OFFRES.

1. Pouvoir adjudicateur

ANIVIN DE FRANCE-Association Nationale Interprofessionnelle de VIN DE FRANCE
53 rue La Fayette
75009 PARIS

L'Anivin de France est une interprofession à compétence nationale créée en 1976 dans le cadre de la loi de juillet 1975 portant organisation interprofessionnelle agricole.

Elle comporte deux familles professionnelles la Production et le Négoce et a pour objet notamment de réaliser une concertation permanente entre les différentes familles professionnelles de producteurs et de négociants concernées par la dénomination Vin De France et de développer les marchés de commercialisation de ces vins par des dispositifs d'entraînement général tant en France qu'à l'étranger. (VOIR ANNEXE I)

2. Personne responsable du marché

La personne responsable du marché pour l'ANIVIN DE FRANCE est Monsieur Serge Tintané, Président de l'Anivin de France.

3. Procédure

La procédure utilisée est celle de l'appel d'offres ouvert. Il est précédé d'un appel public à la concurrence. Celui-ci a été adressé le 1 octobre 2024 et publié au J.O.U.E le 1 octobre 2024 sous la référence 596380-2024 .

4. Objet de l'appel d'offres

Le présent appel d'offres vise à organiser la participation annuelle de l'Anivin de France à un salon professionnel en Asie du Sud-Est : Singapour, Vietnam, Thaïlande, Hong-Kong, Malaisie, Philippines, Indonésie et Cambodge.

5. Délai de réalisation

Le marché sera passé pour les années 2025, 2026 et 2027, sous réserve de la reconduction annuelle des budgets et l'obtention du cofinancement annuel de l'Union Européenne. Le marché pourra être reconduit une seconde fois pour 36 mois (2028, 2029 et 2030), toujours sous condition d'affermissement du budget annuel.

6. Lexique

- Action : On entend par « action » une des actions prévues à l'article 45, point 2 du règlement (UE) n°1308/2013 du Parlement européen et du Conseil de FranceAgriMer du 17 décembre 2013 portant sur l'organisation commune des marchés des produits agricoles.
- Type d'événement : On entend par « type d'évènement » les activités de promotion composant une action.
- Dispositifs ou événements : on entend par « dispositifs » ou « événements » les différents moyens opérationnels à mettre en place.

La liste exhaustive des actions et types d'événements se situe en annexe de ce document.

II - DESCRIPTION DU PROGRAMME 2025-2027

1. Contexte général VIN DE FRANCE

L'Anivin de France participe régulièrement en tant qu'exposant aux salons professionnels internationaux afin de faire connaître la dénomination Vin De France et surtout la qualité des marques de Vin de France qui sont chaque année médaillées à notre concours annuel Best Value Vin De France Selection :

- Wine Paris : participation annuelle avec un stand d'environ 40m².
- Prowein Düsseldorf : participation annuelle avec un stand d'environ 40m².
- Vinexpo America et Apas São Paulo : participations occasionnelles avec des stands de 10 à 20m².

Ces salons permettent de toucher des professionnels européens et américains.

Les membres de l'Interprofession souhaitent désormais se rapprocher des professionnels de l'Asie du Sud Est et notamment des pays suivants : Vietnam, Thaïlande, Singapour, Malaisie, Philippines, Taïwan, Japon, Cambodge, Indonésie...

Les salons Vinexpo Asia, en alternance entre Singapour et Hong Kong sont privilégiés par les membres de l'Anivin de France, une recommandation pour d'autres salons peut être proposée. La Chine Continentale ne fait pas cependant partie des pays commercialement stratégique par l'Anivin de France.

2. Enjeu

L'ambition de ce programme, corrélée à l'ambition fixée aux "Vins avec indication du cépage" lors de la réforme de 2009, est de simplifier l'offre française pour la rendre aussi accessible que l'offre du nouveau monde avec sa segmentation par cépage.

Il s'agit de revendiquer les VDF cépages comme étant une des offres légitimes dans l'éventail des vins français. L'enjeu à long terme est d'utiliser VIN DE FRANCE avec mention de cépage comme segment clé d'entrée pour faire venir les consommateurs asiatiques sur les vins produits en France.

3. Objectifs fixés

Le programme qui sera mis en place pour la période 2025-2027 devra contribuer au développement commercial des marchés asiatiques.

Il devra répondre aux objectifs commerciaux suivants :

- Informer les publics ciblés pour faire connaître les atouts de la dénomination Vin De France
- Faire découvrir la diversité des profils vins avec la dénomination Vin De France
- Générer du trafic vers les stands des opérateurs de Vin de France présents sur le salon
- Favoriser l'introduction de nouvelles marques de VDF Cépage grâce aux rendez-vous réalisés sur le stand avec les acheteurs des pays suivants: Singapour, Vietnam, Thaïlande, Hong-Kong, Malaisie, Philippine, Indonésie et Cambodge.
- Faire émerger les vins créatifs (méthode nature, orange, biodynamique, allégés en alcool, Pet' Nat, rouge léger, désalcoolisés)

Focus sur Vinexpo Hong-Kong :

En 2018, l'Anivin de France était présente à Vinexpo Hong Kong.

Notre présence s'est traduite de la façon suivante :

- un stand de 20m2, personnalisé aux couleurs de l'Interprofession, avec - proposés à la dégustation libre - les vins médaillés au concours des entreprises ayant également un stand sur le salon. Soit environ 80 références présentées sur notre espace
- Une dégustation commentée quotidienne, en anglais et en mandarin, réalisée sur le stand par un œnologue renommé de Hong-Kong
- Du personnel, un sommelier et deux hôtes, pour tenir le stand, orienter les visiteurs
- L'organisation d'un séminaire d'information dans une salle annexe du centre des expositions pour expliquer à des professionnels préalablement inscrits à ce programme, les atouts de la dénomination suivie d'une dégustation commentée réalisée par Xu Wei, un expert en vin très connu en Chine
- L'organisation en amont de plusieurs rendez-vous avec des acheteurs d'enseigne et qui se tiennent, pendant le salon, sur le stand de l'Anivin de France
- La réalisation et diffusion de toute la communication en amont pour annoncer notre présence à Vinexpo et générer du trafic sur notre stand



4. Groupes ciblés

Cible exclusive : les professionnels :

- Les importateurs des différents pays de la zone Asie du Sud Est
- Les acheteurs des enseignes - circuit off-trade
- Les acheteurs de la restauration chaînée - circuit on-trade
- Les acheteurs de e-commerce
- Les influenceurs particulièrement B to B : journalistes de la presse vin et cocktails

5. Thèmes traités

- Origine française et toutes les valeurs positives qui en découlent : savoir-faire, qualité, glamour, art de vivre à la française
- Modernité et simplicité de compréhension : Une bouteille de VIN DE FRANCE porte l'essentiel : son origine France, un nom de marque et un cépage. Ce sont des vins qui se lisent avec la même grille de lecture que les vins du nouveau monde:
1 pays → 1 marque → 1 cépage → 1 goût

Nouvelle communication internationale :

- Pour les consommateurs

VIN DE
FRANCE VIN DE FRANCE
Share the Joy of Life Share the Joy of Life

Vin De France « Share the Joy of life”

- Pour les professionnels



Vin De France “Creative Wine »

- Pour les professionnels et les consommateurs :



Vin De France « French Grapes »

- ➔ Graphiquement, de nombreuses illustrations sont utilisées pour exprimer les valeurs et le « style de vie » français.



Icônes des produits français – Fond de stand Festival Laval Canada 2024



Îcônes des produits français - Flyers Japon 2023

- L'ADN de Vin De France :
 - Liberté : Créer des vins en s'affranchissant des codes et des contraintes dans les vignes comme à la vinification
 - Qualité : Gage d'un savoir-faire artisanal et ancestral
 - Créativité :
 - Grâce à la possibilité d'assembler un ou plusieurs cépage(s)
 - Une diversité des profils de vins adaptés aux attentes des consommateurs
 - Aujourd'hui il existe une multitude de segments de VDF grâce à cette liberté de création : orange, Pét Nat', rouge léger, méthode nature, sans alcool, partiellement désalcoolisé.

6. Dispositif

Les dispositifs proposés dans le cadre d'un salon en Asie devront être en adéquation avec les enjeux, les objectifs, et les cibles spécifiés ci-dessus.

Pour chacun d'entre eux devront être indiqués le budget détaillé, le calendrier prévisionnel, le résultat attendu (quantitatif et qualitatif) et les justificatifs de réalisation à fournir.

Restrictions :

- Le programme du présent appel d'offres ne porte pas sur les dispositifs de communication grand public : PR et digital.
- Les dispositifs proposés devront par ailleurs être éligibles au programme d'aide européenne. Cf. annexe.

III - LE BUDGET

Il est de 30.000 €HT à minima pour chaque année et il peut être réévalué jusqu'à 90.000€HT en fonction de la puissance des dispositifs à mettre en place pour atteindre les objectifs.

Ce budget inclut tous les frais de participation, de construction de stand, de communication, d'acheminement des échantillons depuis la France, de personnel et les honoraires d'agence.

Proposer un ensemble de dispositifs pour atteindre les objectifs fixés dans la fourchette budgétaire indiquée ci-dessus. Sachant que 2 dispositifs sont incontournables :

- 20m² de stand de dégustation aux couleurs de VDF
- L'organisation de rendez-vous avec les acheteurs de la zone

Modalités et délais d'affermissement des tranches conditionnelles :

Chaque tranche conditionnelle sera affermée selon les conditions suivantes :

- Possibilité financière de l'ANIVIN DE FRANCE
- Obtention de financement communautaire,
- Validation des besoins des membres de l'Anivin de France compte tenu de l'évolution possible du contexte.

La première tranche conditionnelle, portant sur l'année 2025 du lot unique sera spécifiée dans le contrat ou lettre d'engagement signé(e) entre les parties.

La deuxième tranche conditionnelle, portant sur l'année 2026 du lot unique sera affermée avant le 16/12/2025 par lettre recommandée avec accusé de réception.

La troisième tranche conditionnelle, portant sur l'année 2027 du lot unique sera affermée avant le 16/12/2026 par lettre recommandée avec accusé de réception.

Si la reconduction du marché de 36 mois a lieu :

- La 1ère tranche conditionnelle, portant sur l'année 2028 du lot sera affermée avant le 16/12/2027 par courrier
- La 2ème tranche conditionnelle, portant sur l'année 2029 du lot sera affermée avant le 16/12/2028 par courrier
- La 3ème tranche conditionnelle, portant sur l'année 2030 du lot sera affermée avant le 16/12/2029 par courrier.

IV - PRESENTATION DES OFFRES

Les offres devront être rédigées en français.

L'unité monétaire demandée par l'organisme qui passe le marché est l'euro.

Les candidats auront à produire un dossier complet en 2 exemplaires papier et une version numérisée qui comprendra nécessairement les éléments suivants :

1. Une présentation pertinente des différents salons auquel il est possible de s'inscrire avec une recommandation pertinente et justifiée. La participation à Vinexpo Asia à Singapour en 2025 est imposée.
2. Un bref exposé des principaux facteurs sur lesquels se basent les offres.
3. Un calendrier prévisionnel de réalisation.
4. Un budget détaillé mettant en évidence poste par poste les budgets, les frais techniques et les honoraires afférents avec prix horaire du personnel de l'agence d'exécution.

Le projet comportera la composition de l'équipe de travail et la désignation d'un responsable du projet, celui-ci fournira son curriculum vitae justifiant de son expérience de collaboration avec les importateurs, les distributeurs, les grossistes de vins des pays asiatiques concernés.

V - SITUATION JURIDIQUE

Documents à fournir par les entreprises dans leur enveloppe Candidature :

Une déclaration sur l'honneur, dûment datée et signée, attestant que le candidat :

- N'entre dans aucun des cas mentionnés à l'article 8 de l'ordonnance n° 2005-649 du 6 juin 2005 relative aux marchés passés par certaines personnes publiques ou privées non soumises au code des marchés publics ;
- Est inscrit à un registre professionnel dans son pays d'origine sous un numéro qu'il indiquera.

Les noms du ou des responsables et des exécutants de la prestation de service envisagée, ainsi que leurs qualifications professionnelles (titre d'études et/ou expérience professionnelle).

Il sera demandé à l'entreprise retenue de fournir avant la signature du marché :

- Les pièces prévues aux articles R. 324-4 et R. 324-7 du code du travail ;
- Les attestations et certificats délivrés par les administrations ou organismes compétents prouvant qu'il a satisfait à ses obligations fiscales et sociales. Le candidat établi dans un Etat autre que la France produit un certificat établi par les administrations et organismes du pays d'origine. Lorsqu'un tel certificat n'est pas délivré par le pays concerné, il peut être remplacé par une déclaration solennelle faite par l'intéressé devant l'autorité judiciaire ou administrative compétente, un notaire ou un organisme professionnel qualifié du pays.
- Un acte d'engagement sera établi entre l'Anivin de France et la société à qui sera attribué l'appel d'offres. Ce document sera daté et signé en original par la personne ayant pouvoir d'engager la société, accompagné du cachet de l'entreprise.

VI - CRITERES D'ATTRIBUTION

L'appréciation des offres sera évaluée à l'aide des critères suivants :

- Compréhension de la problématique, de la nature des tâches et de leur contexte.
- Compréhension de la dénomination VIN DE FRANCE
- Pertinence de la proposition pour répondre aux objectifs fixés
- Pertinence de la proposition pour toucher les groupes ciblés
- Compréhension et respect du positionnement et des thèmes traités
- Qualité et adéquation du dispositif proposé pour répondre aux objectifs
 - Justifications et faisabilité des propositions. Intérêt des dispositifs proposés pour les opérateurs présents sur le marché. Pour chacun il sera demandé de fournir des objectifs quantifiés et réalistes

- Reporting : il sera nécessaire de fournir des indicateurs permettant de mesurer l'efficacité de chacun des dispositifs proposés. La construction de ces indicateurs, la méthodologie employée, la fréquence de mesure doivent figurer dans les offres
- Justificatifs de réalisation qui seront à fournir dans le cadre de la subvention OCM
- Planning de réalisation
- Budget : votre proposition devra mettre en évidence les aspects ci-dessous :
 - Capacité à fournir un budget global et des devis détaillés
 - Présentation détaillée des honoraires : méthode de calcul, coût horaire des différents intervenants, etc.
 - Poids des honoraires sur le budget total
 - Respect du cadre fixé
 - Rationalisation des coûts : mettre en évidence comment des économies d'échelle auront été anticipées
 - Engagement à transmettre en fin de campagne des factures de solde détaillées et des factures de second niveau elles aussi détaillées des coûts unitaires et des quantités achetées
 - Coûts raisonnables et choix de prestataire(s) : motiver le choix de vos éventuels fournisseurs qui interviendront dans la mise en place du programme, comment ils sont sélectionnés pour assurer le meilleur rapport coût / prestation fournie
 - Facturation en Euros
- Implantation du ou des bureau(x) pilotant le budget sur la zone concernée pour une réactivité opérationnelle optimale
- Connaissance effective des professionnels du vin des pays de la zone concernée
- Connaissance effective des équipes d'acheteurs du retail off-trade et du réseau de distribution on-trade des pays de la zone concernée
- Capacité à développer un stand de dégustation aux couleurs de VDF
- Capacité à organiser des rendez-vous avec des professionnels de la zone
- Maîtrise des procédures de l'Union Européenne dans le cadre d'un cofinancement
- Capacité à réaliser des présentations écrites et orales en Français qui sera la langue utilisée pour les échanges entre l'ANIVIN DE FRANCE et le prestataire retenu
- Perception globale du dossier de présentation

VII - CONDITIONS D'ENVOI OU DE REMISE DES OFFRES

La date limite de réception des offres est le mercredi 30 Octobre 2024 jusqu'à 16h00 précises au plus tard.

Les plis concernant les offres (en 2 exemplaires papier + 1 version numérisée) seront transmis sous enveloppe cachetée, par lettre recommandée avec accusé réception, ou remis contre récépissé à l'adresse suivante :

ANIVIN DE FRANCE
A l'attention de Madame Valérie PAJOTIN
53 rue La Fayette
75009 PARIS

L'enveloppe portera en outre l'inscription suivante :

APPEL D'OFFRES
VIN DE FRANCE
PARTICIPATION A UN SALON PROFESSIONNEL EN ASIE
« NE PAS OUVRIR PAR LE SERVICE DU COURRIER »

Cette enveloppe contiendra l'ensemble des éléments énumérés au IV (présentation des offres). Les offres qui parviendraient hors délai, incomplète, de façon non conforme au présent cahier des charges ou qui ne correspondraient pas aux critères de sélection des offres exigées, ne seront pas retenues.

VIII- INDEMNISATION

La participation à l'appel d'offres ne fera pas l'objet d'une rémunération, tant pour les agences non retenues que pour celle sélectionnée.

IX - LA COMMISSION D'APPEL D'OFFRES

Les dossiers conformes au présent cahier des charges seront étudiés par la commission d'appel d'offres. Le choix de l'agence se fera uniquement sur dossier.

Elle sera présidée par M. Serge Tintané, Président de l'Anivin de France et et par Mme. Marine Descombe, présidente de la comission publi-promotion. Elle comprend au moins 6 professionnels issus du Conseil d'Administration et de la Commission Publi-Promotion.

X - QUELQUES OBLIGATIONS DE L'AGENCE RETENUE

1. Celle-ci rendra compte de ses activités prioritairement à Mme Pajotin aux fins d'information des instances décisionnelles de l'ANIVIN DE FRANCE.
2. L'agence pourra être amenée à participer aux réunions internes à la demande des professionnels (Président de l'ANIVIN DE FRANCE ou Président de la Commission Publi-Promotion).
3. Les contacts périodiques s'établiront entre l'agence et l'ANIVIN DE FRANCE pour la mise en place et le suivi du programme. Un rapport final présentera le bilan du programme réalisé.
4. L'agence s'assurera que les dispositifs proposés sont conformes à la réglementation s'appliquant à la communication sur les boissons alcooliques ou aux usages locaux dans le marché ciblé.
5. Tous les documents édités au cours du programme sont la propriété de l'ANIVIN DE FRANCE.
6. Les dispositifs ne pourront débuter qu'après approbation du budget global par l'ANIVIN DE FRANCE puis après approbation des différents budgets poste par poste.
7. L'Agence retenue s'engage à fournir les factures de second niveau exigées lors des contrôles pour le bon emploi des subventions allouées par l'UE.

XI - VOTRE CONTACT A L'ANIVIN DE FRANCE

Mme Valérie PAJOTIN
Directrice
53 rue La Fayette
75009 PARIS
Tél. 01.47.03.45.44
Fax.01.47.03.97.99
E-mail : anivin@anivin.org

XII - QUELQUES RENSEIGNEMENTS PRATIQUES

Site l'Anivin de France :

www.vindefrancewines.com

Réseaux sociaux :

<https://www.instagram.com/vindefrancewines/?hl=fr>

<https://www.facebook.com/vindefrancewines>

<https://www.youtube.com/channel/UC8D3hrf6Ni3ZUTAF5JpAQxg>

[ANIVIN DE FRANCE : Présentation | LinkedIn](#)

Sites de renseignement sur les vins, statistiques, chiffres sur la filière viticole :

www.franceagrimer.fr

ANNEXE - I

PRESENTATION DE L'ANIVIN DE FRANCE

I - VIN DE FRANCE : CARTE D'IDENTITE

«**VIN DE FRANCE**» est la catégorie qui réunit tous les vins d'origine nationale.

Elle est née de la réforme de l'OCM vitivinicole de 2008.

Cette réforme est applicable depuis le 1^{er} Août 2009.

Ces vins peuvent désormais mentionner le ou les cépage(s) et le millésime sur l'étiquette.

L'ATTENTE DES OPERATEURS ENFIN SATISFAITE

La catégorie permet aux **opérateurs français** et aux **marques** de nouvelles opportunités commerciales en leur offrant :

- **plus de créativité** organoleptique à travers les **assemblages interrégionaux**,
- **plus de liberté** pour s'adapter aux demandes et aux évolutions des marchés,
- **une qualité au goût constant** pour fidéliser les consommateurs.

Cette liberté va, par conséquent, améliorer la **compétitivité qualitative** des vins qu'elle représente, et permettre les 3 niveaux de positionnement : premium, medium et basic.

II - ORGANISATION ET STRUCTURE

L'Anivin de France est l'interprofession chargée de promouvoir en France et à l'international la catégorie.

Les administrateurs de l'Anivin de France ont été nommés par les 3 organisations constitutives, l'UMVIN, VIF et VCF afin de piloter la catégorie "Vin De France".

Le Conseil d'Administration est l'organe exécutif de l'Anivin de France. Il décide des actions à entreprendre, vote les budgets et contrôle les dépenses. Il élit tous les deux ans le Président selon la règle de l'alternance : alternativement un candidat est présenté par le négoce, puis par la production. Il est aidé dans sa tâche par la Commission Publi-Promotion, chargée d'orienter la communication Anivin de France et de proposer des actions.

Une Assemblée Générale annuelle vote les comptes annuels de l'année écoulée et examine ceux de l'année en cours. Tous les deux ans, l'Assemblée Générale entérine les listes de représentants au Conseil d'Administration sur propositions des organisations professionnelles constitutives de l'Anivin de France.

III - MISSIONS ACTUELLES

- La réalisation d'une concertation permanente entre les différentes familles professionnelles de producteurs et de metteurs en marchés concernés.
- L'amélioration de la connaissance et de l'organisation des marchés.
- Le développement des marchés de commercialisation de ces vins, notamment par des actions de relations publiques, salons, concours, de publicité et de promotion.
- La promotion de la consommation modérée et responsable du vin notamment au sein de Vin et Société.

Et plus généralement, la participation aux actions communes à l'ensemble de la filière viticole

IV - LES DIFFERENTS VINS DE LA DENOMINATION VIN DE FRANCE



V - LE BUREAU DE L'ANIVIN DE FRANCE

La présidence est assurée pour deux ans alternativement par un représentant de la famille de la production puis du négoce. Le Vice-président est automatiquement choisi dans l'autre famille professionnelle. Son bureau constitué pour deux ans. Il se compose comme suit :

- **Président : Serge TINTANE (production)**
- **Vice-présidents : : Bruno KESSLER (négoce)**
- **Secrétaire général : Marine Descombe (négoce)**
- **Secrétaire général adjoint : François-Régis BOUSSAGOL (production)**
- **Trésorier : Nicolas Pellenc (négoce)**
- **Trésorier Adjoint : Fabien Castelbou (production)**

- **Directrice : Valérie PAJOTIN**

ANNEXE - II

TYPES D' ACTIONS ELIGIBLES AU COFINANCEMENT DE L'UNION EUROPEENNE

TYPES D' ACTIONS ET D' EVENEMENT ELIGIBLES A UN COFINANCEMENT DE L'EUROPE :

Types d'actions éligibles à un cofinancement de l'Europe :

Type d'événement : Publicité et annonces dans les médias (télévision / radio / affichage / presse), y compris numérique

Dépenses admises	Preuves de réalisation	Eligibilité des vins mis en avant	Caractère raisonnable des coûts si > 40 000 €	Justification du pays cible	Commentaires
Frais de conception et de production des supports de communication : sous forme de prestations uniquement. Frais de diffusion des supports (achat et utilisation d'espace, y compris dans la version numérique des média) <i>Le cas échéant : frais de personnel, de voyages, de séjour</i>	un exemplaire des supports de communication conçus et produits	Contrôle de conformité à partir du support de communication, dont conformité du message (promotion et pas d'offres commerciales, en particulier pour les catalogues)	Conception et production : <i>Cf. coûts raisonnables</i> Diffusion : raisonnable par défaut	Facture ou contrat de diffusion faisant apparaître le pays cible. En cas d'ambiguïté, la part de dépense relative au pays considéré est établie à proportion du chiffre d'affaires réalisé dans ce pays	Frais de référencement exclus Les insertions dans les catalogues ne servant que de support de vente, sans mention de mise en avant des qualités du produit, de l'entreprise, de la région ou de tout autre élément valorisant le produit ne sont pas éligibles.

Type d'événement : internet - réseaux sociaux

Dépenses admises	Preuves de réalisation	Eligibilité des vins mis en avant	Caractère raisonnable des coûts si > 40 000 €	Justification du pays cible	Commentaires
Prestations uniquement (création, conception, diffusion, mise en œuvre du support de communication) <i>Le cas échéant, part des frais de personnel (travaux avec le prestataire).</i>	Compte rendu du prestataire/ rapport d'exécution faisant apparaître le nombre de posts, de pages, de tweets... Documents de présentation de la campagne, mentionnant les vins, la cible et le message : contrat ou une de ses annexes	En proportion des vins éligibles dans le chiffre d'affaires déclaré, sauf mention contraire apparente dans le contrat ou le rapport d'exécution.	<i>Cf. coûts raisonnables</i>	Pays où la campagne a été menée visible sur le compte rendu du prestataire ou dans le contrat. Dans le cas contraire, proportion du chiffre d'affaires de l'entreprise réalisé pour chaque pays.	L'animation de site internet, de réseaux sociaux et blogs assurée par le personnel de l'opérateur n'est pas éligible.

Quand la langue utilisée est l'une de celle de l'Union européenne (anglais, français, espagnol, portugais...), seule la partie de dépense afférente au pays tiers faisant l'objet de l'opération est admissible à l'aide.

Aussi, pour être pleinement éligibles, les dépenses présentées notamment au titre des sites internet, des réseaux sociaux ou des matériels utilisés devront être accompagnées d'éléments permettant de justifier qu'elles sont induites par des événements exclusivement ciblés sur des pays tiers inscrits dans la convention.

Type d'événement : Placement/ sponsoring

Dépenses admises	Preuves de réalisation	Eligibilité des vins mis en avant	Caractère raisonnable des coûts si >40 000 €	Justification du pays cible	Commentaires
<p>Frais limités aux activités strictes de sponsoring ou de placement à hauteur du montant contractualisé.</p> <p><i>Le cas échéant, part des frais de personnel (travaux avec le prestataire).</i></p>	<p>Support de communication ou photos, extraits permettant de constater la réalisation de l'évènement.</p> <p>Contrat de sponsoring ou de placement.</p>	<p>Contrôle de conformité à partir des matériels de communication.</p>	<p>Sans objet : raisonnable par défaut</p>	<p>Facture ou contrat faisant apparaître le pays cible.</p> <p>En cas d'ambiguïté, la part de dépense relative au pays considéré est établie à proportion du chiffre d'affaires réalisé dans ce pays</p>	<p>Fournir un contrat ou un document de portée équivalente précisant les matériels de communication, la durée, la cible, la composition des coûts.</p> <p>Les dépenses retenues sont strictement celles de sponsoring et de placement. Les dépenses connexes aux événements de sponsoring (frais de transport et de logement de VIP, d'événements associés, ...) ne sont pas pris en compte.</p>

Type d'événement : Relations presse

Conférences et communiqués de presse, séminaires

Dépenses admises	Preuves de réalisation	Eligibilité des vins mis en avant	Caractère raisonnable des coûts si >40 000 €	Justification du pays cible	Commentaires
<p>Prestation d'animation, d'accueil</p> <p>Location/achat espace ou mobilier ou de matériel de dégustation</p> <p>Création / production de supports de communication ou de formation (dont numérique) : frais de prestation uniquement</p> <p>Portage</p> <p>Traduction/interprétation</p> <p>Echantillons (valorisation / envoi)</p> <p>Prestation animation, réception, traiteur</p> <p><i>Le cas échéant, part des frais de personnel, de frais de voyage et d'hébergement</i></p>	<p>Supports de communication (transmission aux journalistes, influenceurs)</p> <p>Liste des journalistes, ou des influenceurs web</p> <p>Photos datées de l'évènement</p>	<p>Contrôle de conformité à partir des matériels de communication.</p>	<p>A justifier par une mise en concurrence et plusieurs devis ou offres pour :</p> <ul style="list-style-type: none"> - prestation d'animation, d'accueil, - création / production de support de communication 	<p>Lieu de l'évènement au regard du pays cible à justifier</p>	<p>Pour les prestations, les coûts éligibles doivent apparaître sur le contrat, le devis, ou la facture à fournir</p>

Type d'évènement : Dégustations en pays tiers - grand public.

Mini-salons, manifestations locales, régionales, nationales

Dépenses admises	Preuves de réalisation	Éligibilité des vins mis en avant	Caractère raisonnable des coûts si >40 000 €	Justification du pays cible	Commentaires
Supports de communication Echantillons (valorisation / envoi) Prestation animation, réception, traiteur Location/achat d'espace Location/achat mobilier ou de matériel de dégustation <i>Le cas échéant, part des frais de personnel, de frais de voyage et d'hébergement</i>	Compte rendu de l'opérateur / du prestataire : calendrier et vins mis en avant. Exemplaire des supports de communication Photos datées de l'évènement	Contrôle de conformité à partir du compte rendu de l'opérateur / du prestataire : calendrier et vins mis en avant	plusieurs devis ou mise en concurrence pour les prestations. Le caractère raisonnable des coûts de location d'espace n'est pas à démontrer (Cf. <i>coûts raisonnables</i>)	Lieu de l'évènement au regard du pays cible à justifier Liste des lieux concernés.	Les dépenses induites par des dégustations (frais d'envoi ou de valorisation d'échantillons, de support d'informations ou de matériel pour la dégustation, frais de séjour et de transport induits par la conduite de ces dégustations,...) doivent être associées à des dégustations précisément identifiées. L'opérateur doit être en mesure de communiquer notamment la date, le lieu, le type de dégustation et de participants, la liste des vins dégustés,...] ET de produire des justificatifs attestant de la conduite de l'action (photos datées, support de communication,...).

Les dégustations lors d'un salon ou d'une manifestation internationale doivent être rattachées à l'action 2 et à l'évènement « Salons internationaux »

Les échantillons utilisés dans le cadre d'appel d'offres sont non éligibles.

Les frais de stockage des échantillons sont non éligibles.

Les échantillons envoyés à des clients et non liés à une dégustation identifiée dans un évènement présenté ne sont pas éligibles.

Type d'évènement : Dégustation en pays tiers - grand public.

Dégustations sur lieux de vente

Dépenses admises	Preuves de réalisation	Eligibilité des vins mis en avant	Caractère raisonnable des coûts si >40 000 €	Justification du pays cible	Commentaires
Supports de communication Echantillons (valorisation / envoi) Prestation d'animation Location mobilier/matériel <i>Le cas échéant, part des frais de personnel, de frais de voyage et d'hébergement</i>	Compte rendu de l'opérateur / du prestataire : calendrier et vins mis en avant Exemplaire des supports de communication	Contrôle de conformité à partir du compte rendu de l'opérateur / du prestataire : calendrier et vins mis en avant	plusieurs devis ou mise en concurrence pour les prestations.	Lieu de l'évènement au regard du pays cible à justifier Liste des lieux de vente	Les dépenses induites par des dégustations (frais d'envoi ou de valorisation d'échantillons, de support d'informations ou de matériel pour la dégustation, frais de séjour et de transport induits par la conduite de ces dégustations,...) doivent être associées à des dégustations précisément identifiées. L'opérateur doit être en mesure de communiquer notamment la date, le lieu, le type de dégustation et de participants, la liste des vins dégustés,...] ET de produire des justificatifs attestant de la conduite de l'action (photos datées, support de communication,...).

Les échantillons utilisés dans le cadre d'appel d'offres sont non éligibles.

Les frais de stockage des échantillons sont non éligibles.

Les échantillons envoyés à des clients et non liés à une dégustation identifiée dans un évènement présenté ne sont pas éligibles.

Type d'évènement : Dégustation en pays tiers - public ciblé.

Dégustation dans le cadre d'accord mets et vins, dont Wine maker diner, repas de presse

Dépenses admises	Preuves de réalisation	Eligibilité des vins mis en avant	Caractère raisonnable des coûts si 40 000 €	Justification du pays cible	commentaires
Restauration Location de site Echantillons (valorisation / envoi) Prestation d'animation Supports de communication <i>Le cas échéant, part des frais de personnel, de frais de voyage et d'hébergement</i>	Menu avec vins associés Par repas liste et qualité des participants (dont quel marché / pays est représenté)	Contrôle à partir des menus faisant apparaître les vins mis en avant	<i>Cf. coûts raisonnables</i> Les évènements réalisés avec des personnalités (leader d'opinion, cuisiniers, œnologues ...) sont possibles mais le montant pris en charge par personnalité est plafonné à 2 500 € / jour.	Lieu de l'évènement au regard du pays cible à justifier Liste des lieux des repas mets/vins	

Type d'évènement : Dégustation en pays tiers - public ciblé : Dégustation B to B

Dépenses admises	Preuves de réalisation	Eligibilité des vins mis en avant	Caractère raisonnable des coûts si >40 000 €	Justification du pays cible	commentaires
Frais de personnel prestation d'animation Echantillons (valorisation / envoi) Supports de communication <i>Le cas échéant, part des frais de personnel, de frais de voyage et d'hébergement</i>	Déclaration du prestataire / opérateur sur les dates et lieux, les vins mis en avant, liste des participants, précisant leur qualité	Déclaration du prestataire / opérateur sur les dates et lieu, les vins mis en avant, liste des participants, précisant leur qualité	<i>Cf. coûts raisonnables</i>	Lieu de l'évènement au regard du pays cible à justifier Liste des lieux où des dégustations B to B ont été réalisées	Les dépenses induites par des dégustations (frais d'envoi ou de valorisation d'échantillons, de support d'informations ou de matériel pour la dégustation, frais de séjour et de transport induits par la conduite de ces dégustations,...) doivent être associées à des dégustations précisément identifiées. L'opérateur doit être en mesure de communiquer notamment la date, le lieu, le type de dégustation et de participants, la liste des vins dégustés,...] ET de produire des justificatifs attestant de la conduite de l'action (photos datées, support de communication,...).

Les échantillons utilisés dans le cadre d'appel d'offres sont non éligibles.

Les frais de stockage des échantillons sont non éligibles.

Les échantillons envoyés à des clients et non liés à une dégustation identifiée dans un évènement présenté ne sont pas éligibles.

Type d'évènement : Formation / participation à la dégustation ou à la connaissance des vins

Dépenses admises	Preuves de réalisation	Eligibilité des vins mis en avant	Caractère raisonnable des coûts si >40 000 €	Justification du pays cible	commentaires
<p>Supports de formation (prestation création et production)</p> <p>Echantillons (dont envoi)</p> <p>Prestation d'animation</p> <p>Location de site</p> <p>Location, achat de mobilier, de matériel de dégustation (dont kits formation)</p> <p><i>Le cas échéant, part des frais de personnel, de frais de voyage et d'hébergement</i></p>	<p>Compte rendu de l'opérateur / du prestataire sur l'évènement, dont calendrier, caractéristique de la formation et vins mis en avant</p> <p>Par session de formation, liste des participants précisant leur qualité</p>	<p>Compte rendu du prestataire / de l'opérateur sur les dates et lieu, les vins mis en avant, liste des participants, précisant leur qualité</p>	<p><i>Cf. coûts raisonnables</i></p>	<p>Lieu de l'évènement au regard du pays cible à justifier</p> <p>Liste des lieux où des formations / participations à la dégustation ont été réalisées</p>	

Type d'évènement : Animation / mise en avant (sans dégustation)

Dépenses admises	Preuves de réalisation	Eligibilité des vins mis en avant	Caractère raisonnable des coûts si >40 000 €	Justification du pays cible	Commentaires
<p>Prestation d'animation</p> <p>Supports de communication</p> <p>Location site</p> <p><i>Le cas échéant, part des frais de personnel, de frais de voyage et d'hébergement</i></p>	<p>Compte rendu de l'opérateur, du prestataire ou du magasin : calendrier et lieu, vins mis en avant</p>	<p>Compte rendu de l'opérateur, du prestataire ou du magasin : calendrier et lieux, vins mis en avant</p>	<p><i>Cf. coûts raisonnables</i></p> <p>Note sur le choix du partenaire si contraint</p>	<p>Lieu de l'évènement au regard du pays cible à justifier</p> <p>Liste des lieux où des animations ont été réalisées</p>	<p>Le référencement des produits est inéligible lorsqu'aucune mise en avant du produit n'est réalisée concomitamment au référencement.</p> <p>Les cadeaux autres que goodies ne sont pas éligibles (notamment les bouteilles de vin offertes). Les actions de promotion sous forme de rabais, ristournes, remises sont non éligibles (y compris les opérations assimilables à un rabais du type « une bouteille offerte pour x bouteilles achetées »).</p>

Type d'événement : Voyage sur le lieu de production

Dépenses admises	Preuves de réalisation	Eligibilité des vins mis en avant	Caractère raisonnable des coûts si >40 000 €	Justification du pays cible	Commentaires
Forfait hébergement et restauration Billets d'avion Frais d'acheminement/ Location de véhicules Frais de personnel Prestations d'animation / d'accueil Location de site, de mobilier, de matériel de dégustation Supports de communication Echantillons	Liste des participants, pays de provenance et qualité des visiteurs Programme détaillé des voyages et visites sur lieux de production	Evènement par évènement ou présenté dans le programme	Evènement par évènement : plusieurs devis ou mise en concurrence pour les dépenses concernées	Provenance des personnes participantes	Les évènements qui ont lieu lors du voyage sur le lieu de production sont pris en charge de la même manière qu'en pays tiers Les dépenses de transport et de séjour des personnes ne faisant pas partie du public cible (notamment accompagnants, conjoints, enfants ou personnes sans fonction au sein de la société invitée) ne sont pas éligibles.

Les voyages intermédiaires et l'hébergement durant l'évènement sont à rattacher au programme de chaque journée et pris en charge lorsque l'évènement qu'ils bordent est lui-même considéré comme éligible.

Type d'événement : Participation à un concours

Dépenses admises	Preuves de réalisation	Eligibilité des vins mis en avant	Caractère raisonnable des coûts si >40 000 €	Justification du pays cible	Commentaires
Echantillons (dont envoi) Frais d'inscription <i>Le cas échéant, part des frais de personnel, de frais de voyage et d'hébergement</i>	Bulletin d'adhésion ou d'inscription Photos datées de l'évènement	Liste des vins présentés	<i>Cf. coûts raisonnables</i>	Lieu de l'évènement au regard du pays cible à justifier Liste des lieux où les concours ont été réalisés	

ACTION n°2 : salons internationaux

Type d'événement : Salons internationaux

Dépenses admises	Preuve de réalisation	Eligibilité des vins mis en avant	Caractère raisonnable des coûts si >40 000 €	Justification du pays cible	Commentaire
<p>Réservation / location d'espace</p> <p>Supports de communication (dont stand)</p> <p>Echantillons (dont envoi)</p> <p>Prestation d'animation, de réception, traiteur</p> <p>Location, achat de mobilier, de matériel de dégustation</p> <p><i>Le cas échéant, part des frais de personnel, de frais de voyage et d'hébergement</i></p>	<p>Compte rendu de l'opérateur ou du prestataire sur le programme réalisé sur le salon : participants, événements, animation, vins mis en avant</p> <p>Photos datées de l'évènement (stand et manifestations)</p>	<p>Compte rendu de l'opérateur ou du prestataire sur les vins mis en avant</p>	<p>Plusieurs devis ou mise en concurrence pour les prestations, ou dépenses > 20 000 €.</p> <p>Le caractère raisonnable des coûts de location d'espace n'est pas à démontrer (<i>Cf. coûts raisonnables</i>)</p>	<p>Lieu de l'évènement au regard du pays cible à justifier</p>	<p>Seuls les salons internationaux proposés dans la téléprocédure entrent dans le périmètre de cette action.</p> <p>Les salons ne figurant pas dans la liste associée à cet événement dans la téléprocédure sont à présenter à l'aide d'une fiche événement « dégustation grand public » qui inclut les mini-salons, manifestations locales, régionales, nationales.</p>

ACTION n°3 : campagne d'information

Type d'événement : Campagne d'information

Notamment sur les régimes de l'Union relatifs aux appellations d'origine, aux indications géographiques et à la production biologique

Dépenses admises	Preuve de réalisation	Eligibilité des vins mis en avant	Caractère raisonnable des coûts si >40 000 €	Justification du pays cible	Commentaires
<p>Prestations uniquement (création, conception, diffusion, mise en œuvre du support de communication)</p> <p><i>Le cas échéant, part des frais de personnel (travaux avec le prestataire).</i></p>	<p>Supports de communication</p> <p>Compte rendu du prestataire faisant apparaître les activités, leurs dates et les différents coûts</p>	<p>Conformité des supports de communication</p>	<p>plusieurs devis ou mise en concurrence</p>	<p>Lieu de l'évènement au regard du pays cible à justifier</p> <p>Pays où la campagne a été menée</p>	<p>Fournir le contrat, les factures ou tout justificatif équivalent faisant apparaître les coûts admissibles.</p>

ACTION n° 4 : Etudes de marché

Type d'événement : Etudes de marché

Etudes de marchés nouveaux, nécessaires à l'élargissement des débouchés

Dépenses admises	Preuve de réalisation	Eligibilité des vins mis en avant	Caractère raisonnable des coûts si >40 000 €	Justification du pays cible	Commentaires
Prestations uniquement <i>Le cas échéant, part des frais de personnel (travaux avec le prestataire).</i>	Rapport d'étude (document livré)	Objet de l'étude ou par défaut, part représentée par les vins éligibles dans le chiffre d'affaires correspondant à tous les vins commercialisés	plusieurs devis ou mise en concurrence	Lieu de l'évènement au regard du pays cible à justifier Pays ou marché dont l'étude fait l'objet.	Fournir le contrat, les factures ou tout justificatif équivalent faisant apparaître les coûts admissibles.

ACTION n°5 : études d'évaluation

Type d'événement : Etudes d'évaluation des résultats des actions de promotion et d'information

Dépenses admises	Preuve de réalisation	Eligibilité des vins mis en avant	Caractère raisonnable des coûts si >40 000 €	Justification du pays cible	Commentaires
Prestations uniquement <i>Le cas échéant, part des frais de personnel (travaux avec le prestataire).</i>	Rapport d'étude (document final)	Sans objet	plusieurs devis ou mise en concurrence	Lieu de l'évènement au regard du pays cible à justifier Pays ou marché dont l'étude fait l'objet.	Fournir le contrat, les factures ou tout justificatif équivalent faisant apparaître les coûts admissibles.

EXEMPLES DE DEPENSES NON ELIGIBLES (NON EXHAUSTIF)

Ex. de dépenses	Observations sur inéligibilité
Echantillons	<ul style="list-style-type: none"> - Les vins qui ne font pas partie de la gamme de l'entreprise inscrite pour l'opération de promotion - Les échantillons envoyés à des clients et non liés à une dégustation identifiée pour une « découverte » des produits - Les frais d'analyse des échantillons - Le retour du matériel promotionnel
Dégustations	<ul style="list-style-type: none"> - L'animation de la dégustation si elle est réalisée par le personnel de l'organisme (l'organisme ne peut pas réaliser d'auto-facture pour la prestation réalisée ; par contre, le temps passé à l'animation peut être pris en charge dans le cadre des dépenses de personnel) - Les repas seuls sans dégustation identifiée
Cas des budgets promotionnels forfaitaires	Inéligibles sauf preuve d'une relation contractuelle entre le prestataire et le bénéficiaire de l'aide (convention, contrat, réunions de cadrages des actions, etc.).
Dépenses de promotion réalisées dans les avions	Elles ne sont pas éligibles car le pays tiers ciblé par l'opération n'est pas identifiable.
Voyages sur lieu de production	Les frais de loisirs (par exemple frais de transport pour visite d'un parc d'attraction ou d'un monument historique).
Maintenance du site Internet Référencement	Le référencement des produits est inéligible lorsqu'aucune mise en avant du produit n'est pas réalisée concomitamment au référencement.
Actions commerciales	<p>Les actions commerciales et ou de prospection commerciale sont inéligibles.</p> <p>Les cartes commerciales et/ou de visite sont inéligibles.</p>
Cadeaux	Les cadeaux autres que goodies ne sont pas éligibles
Incentives	<p>Les « incentives » (mécanisme de motivation d'un tiers à la commercialisation du produit), ne sont pas éligibles en tant que tels sauf matériels spécifiques, concours et voyages sur lieux de production</p> <p>Néanmoins, certaines dépenses engagées pour des actions figurant sous cet intitulé, peuvent être retenues, dans la mesure où elles correspondent à un type d'action éligible.</p> <p>A titre d'exemple non exhaustif, sont éligibles des dépenses liées à :</p> <ul style="list-style-type: none"> - un voyage des acheteurs sur lieu de production ; - un concours de vendeurs/acheteurs : la récompense doit être matérielle ; une récompense sous forme d'un montant n'est pas éligible ; - des objets promotionnels offerts aux vendeurs/acheteurs, sous réserve que ces objets soient en lien clair avec la promotion du vin.

ANNEXE - III

**PHOTOS STAND VINEXPO PARIS - PROWEIN - APAS -
VINEXPO AMERICA**

Photos Stand Vinexpo Paris 2024 :



Stand de 42m2 avec dégustation libre des vins médaillés de 2024 avec espace bar à VDF Cocktails

Photos Stand Prowein Düsseldorf 2024 :



Stand de 40m2 avec dégustation libre des vins médaillés de 2024 avec espace bar à VDF Cocktails

Photos Stand Apas São Paulo 2023:



Stand de 11,25m2 avec comptoir de dégustation d'une sélection de 43 références Vin De France

Photos Stand Vinexpo America à New-York en 2023 :



Stand de 6m2 avec comptoir de dégustation d'une sélection de 23 références Vin De France médaillées