APPEL D'OFFRES

Sélection d'un organisme d'évaluation indépendant

Évaluation des indicateurs de réalisation, de résultats et d'impact

Entité proposante	**Vendée Qualité** Organisme de Defense et de Gestion ZI de la Folie 12 rue Jacques Moindreau 85310 La Chaize le Vicomte contact@vendeequalite.fr SIREN : 51369004000037 N° TVA Intra : FR92513690040 N° RNA : W853000532
Forme juridique	Association loi 1901
Programme	A land of expertise and specificities: Vendée producers are committed to promoting European quality labels
Acronyme	Vendée Quali-Basket
Appel	AGRIP-SIMPLE-2026-IM-EU-QS
Cadre	Règlement (UE) n° 1144/2014 et règlement d'exécution (UE) 2015/1831
Lot concerné	LT9 - Évaluation des résultats (tâche T9.1)



1. Objet et contexte de la consultation

Vendée Qualité, coordinateur du programme « Vendée Quali-Basket », lance une consultation afin de sélectionner un organisme d'évaluation indépendant chargé de concevoir, produire et exploiter l'évaluation du programme, conformément au lot de travaux 9 « Évaluation des résultats » du dossier de candidature.
La campagne, prévue sur 36 mois, cofinancé par l'Union européenne à hauteur de 70% et par Vendée Qualité à hauteur de 30%, vise à promouvoir les systèmes européens et français de qualité, principalement l'Indication Géographique Protégée (IGP) et, de manière secondaire, le Label Rouge (LR), au moyen d'un panier de 14 filières vendéennes. Elle poursuit deux objectifs : développer la notoriété de l'IGP et améliorer la compréhension des valeurs et garanties associées à l'IGP et au LR.
L'évaluation attendue n'est pas un audit financier ni une certification de conformité. Elle porte sur l'efficacité de la campagne au regard des indicateurs de réalisation, de résultats et d'impact, sur la robustesse des méthodes de mesure et sur la qualité des recommandations d'ajustement formulées au bénéfice du comité de pilotage.

L'objet de la présente consultation est la sélection d'un organisme d'exécution chargé de **l'évaluation des résultats, de l'impact et de l'efficacité du programme**, conformément aux obligations de la convention de subvention, à savoir :

- Mesure des **indicateurs de réalisation** (inputs, outputs) et des **indicateurs de résultats et d'impact** (notoriété, perception, image, compréhension des mérites et normes de l'agriculture européenne, intention d'achat/consommation) ;
- Mise en place d'une **mesure de référence (baseline)** avant le lancement des actions, et de mesures en cours et finale ;
- Contribution aux **rapports techniques périodiques** et au rapport final exigés par FranceAgriMer et la Commission ;
- **Recommandations** d'ajustement de la stratégie pendant la durée du programme.

2. Cadre réglementaire et principes applicables

La consultation s'inscrit dans le cadre du règlement (UE) n° 1144/2014 relatif aux actions d'information et de promotion concernant les produits agricoles, du règlement d'exécution (UE) 2015/1831, notamment son article 22 et son annexe relatifs aux indicateurs et aux exigences d'évaluation, de la convention de subvention et des instructions de FranceAgriMer applicables à l'appel AGRIP-SIMPLE-2026-IM-EU-QS.

La sélection est conduite conformément à :

- le règlement (UE) n°1144/2014 (art. 6 et 10) ;
- le règlement délégué (UE) 2015/1829 (art. 2 – mise en concurrence des organismes d'exécution) ;
- le règlement d'exécution (UE) 2015/1831 ;
- la convention de subvention signée avec FranceAgriMer et le modèle de convention de subvention de l'Union ;
- les lignes directrices de la Commission et la « Procédure de mise en concurrence à suivre par les entités proposantes » (FranceAgriMer, version 2025).

Le prestataire d'évaluation doit garantir son **indépendance** vis-à-vis de l'agence de communication et de tout autre organisme d'exécution du programme (clause d'incompatibilité : un même prestataire ne peut réaliser à la fois l'exécution et l'évaluation du programme).
La sélection recherche le meilleur rapport qualité-prix, dans le respect de l'égalité de traitement, de la transparence et de l'absence de conflit d'intérêts.
Les résultats, méthodes et données produites doivent être traçables, reproductibles et opposables en cas de contrôle.

Le titulaire s'engage à respecter les exigences de visibilité du financement de l'Union et les obligations de justification prévues par la convention.

3. Présentation synthétique du programme évalué

Élément	Description
Territoire et marché	France (marché intérieur), actions nationales et actions concentrées en Vendée, Pays de la Loire, Bretagne et Île-de-France.
Produits et régimes	Panier de 14 filières vendéennes certifiées IGP et/ou Label Rouge, productions animales et végétales, produits bruts ou transformés.
Durée	36 mois, M1 à M36.
Dispositif	9 lots de travaux : coordination, relations publiques, site web et médias sociaux, publicité, outils de communication, événements, promotion sur le point de vente, autres activités, évaluation des résultats.
Portée estimée	Environ 17 millions de personnes appartenant aux cibles A, B et D, avec des cibles professionnelles et prescriptrices complémentaires.
Budget du lot évaluation	Estimation du dossier : 50 827,20 € de sous-traitance, soit 4 % du budget du programme réparti sur 3 années, à raison d'environ 16 942,40 € par an.

4. Publics cibles du programme et périmètre de mesure

Code	Public	Enjeu pour l'évaluation
A	Jeunes actifs de 25 à 49 ans, CSP intermédiaires et CSP+	Mesurer l'effet de rajeunissement et la progression de la notoriété auprès du public visé en priorité.
B	Étudiants, scolaires et apprentis de 15 à 24 ans	Évaluer l'appropriation des signes de qualité par les futurs professionnels et consommateurs.
C	Distributeurs, acheteurs, artisans et restaurateurs	Apprécier la portée professionnelle, difficile à mesurer par simple enquête grand public.
D	Touristes présents en Vendée	Mesurer l'effet des actions terrain et événementielles sur un public saisonnier.
E	Journalistes et partenaires médias (cible indirecte)	Évaluer la performance des relations presse et des partenariats TV comme relais.

5. Périmètre de l'évaluation

La prestation couvre l'ensemble du cycle d'évaluation du programme, de la construction des valeurs de référence à la mesure finale d'impact et à la diffusion des enseignements. Elle porte sur les trois niveaux d'indicateurs définis au dossier.

Niveau	Objet	Fréquence prévue
Réalisation	Volumes produits et diffusés : publications, événements, supports, émissions, bannières, actions terrain.	Évaluation à la fin de chaque année, en amont du COPIL.
Résultat	Effets immédiats : portée, audiences, engagement, trafic, contacts, retombées presse, audiences TV.	Évaluation à la fin de chaque année, en amont du COPIL.
Impact	Notoriété de l'IGP et compréhension des valeurs intrinsèques des IGP et du LR.	Mesure initiale en année 1, intermédiaire en année 2, finale en année 3.

5.1 Indicateurs d'impact de référence

Deux indicateurs d'impact structurent l'évaluation, avec une valeur de référence fixée en année 1 et des cibles exprimées en progression relative :

Indicateur d'impact	Valeur de référence	Cible de fin de programme
Amélioration du niveau de reconnaissance du logo IGP	À établir en année 1	Augmentation de 10 % par rapport à la valeur mesurée
Prise de conscience des valeurs intrinsèques et autres qualités des IGP et LR	À établir en année 1	Augmentation de 8 % par rapport à la valeur mesurée

5.2 Méthodologie d'enquête prévue au dossier

Le dossier technique retient une enquête administrée notamment aux visiteurs des salons et événements grand public et professionnels, précédée de questions filtres afin de ne retenir que les répondants correspondant aux cibles A, B et D. L'objectif annoncé est d'interroger au moins 385 personnes pour obtenir un résultat significatif sur une population d'environ 17 millions de personnes, avec une marge d'erreur de 5 % et un niveau de confiance de 95 %.

Le questionnaire porte sur une série de questions relatives à la reconnaissance du logo IGP et à la compréhension des valeurs intrinsèques. Le critère de réussite retenu au dossier est d'au moins deux bonnes réponses sur trois questions pour la reconnaissance du logo et d'au moins cinq bonnes réponses sur sept pour la compréhension, une réponse « ne sait pas » n'étant jamais comptabilisée comme correcte.

L'évaluateur peut proposer une méthodologie différente, dès lors qu'elle est justifiée, qu'elle garantit la comparabilité des mesures dans le temps, qu'elle respecte les exigences réglementaires et qu'elle couvre les cibles prioritaires du programme.

6. Missions attendues

6.1 Cadrage et valeurs de référence

- Revue critique du dispositif d'indicateurs et, si nécessaire, proposition d'ajustements motivés et compatibles avec la nomenclature réglementaire.
- Élaboration ou validation des outils de mesure : questionnaires, grilles de codage, définitions opérationnelles, règles de calcul, sources de données.
- Établissement documenté des valeurs de référence en année 1 pour les deux indicateurs d'impact, avec protocole, échantillon réel, période et marges d'incertitude.
- Proposition d'un plan d'évaluation détaillé sur 36 mois, avec jalons, livrables, charges et hypothèses.

6.2 Évaluation des indicateurs de réalisation et de résultats

L'évaluateur collecte, console et analyse les données produites par les différents lots de travaux. Il en vérifie la fiabilité, identifie les incohérences et documente les écarts. Les domaines attendus comprennent notamment : relations presse et influenceurs, Web TV et contenus vidéo, site web et médias sociaux, publicité et bannières, bannière presse et événements, promotion sur le point de vente, actions terrain, salons, Semaine du goût, Grandes Tablées, certifcations professionnelles et partenariat Vendée Globe.

- Presse et influence : nombre d'articles publiés, publireportages, présence aux repas et voyages de presse, portée et engagement des publications d'influenceurs.
- Web TV : vues des formats longs, contenus courts et émissions événementielles, audiences cumulées et multisupports.
- Digital : visiteurs du site, nouveaux visiteurs, abonnés aux réseaux sociaux, taux d'engagement, vues publicitaires.
- Événements et terrain : nombre d'événements, participation, contacts qualifiés, couverture des salons grand public et professionnels.
- Partenariats TV : nombre d'émissions parrainées, audiences directes et replays, qualité des intégrations.
- Cible professionnelle et prescripteurs : contacts, relations presse, retombées, mobilisation des restaurateurs et distributeurs.

6.3 Évaluation d'impact

- Produire les mesures initiale, intermédiaire et finale des deux indicateurs d'impact, avec un protocole stable afin de garantir la comparabilité.
- Administrer l'enquête sur les lieux et périodes permettant d'atteindre les cibles A, B et D, notamment lors des salons grand public.
- Calculer la progression absolue et relative par rapport aux valeurs de référence, et la situer au regard des cibles de 10 % et 8 %.
- Documenter les limites méthodologiques, les biais, les écarts entre échantillon visé et échantillon réalisé.

6.4 Analyse, recommandations et appui au pilotage

- Contribuer aux COPIL de lancement, de fin d'année et de clôture, ainsi qu'aux comités de suivi lorsque Vendée Qualité le demande.
- Fournir une analyse d'efficacité de la campagne, distinguant ce qui relève de l'exécution, du contexte de marché et de la méthodologie de mesure.
- Formuler des recommandations opérationnelles hiérarchisées et exploitables pour ajuster les actions restantes, notamment après la mesure intermédiaire.
- Alerter sans délai en cas de risque de non-atteinte des cibles, d'insuffisance de données ou d'incohérence entre les sources.
- Contribuer à la synthèse des enseignements destinés au bilan final et à la valorisation du programme.

6.5 Confrontation des sources

L'évaluation ne peut reposer sur une source unique. L'évaluateur croise systématiquement les déclarations des prestataires, les données natives des plateformes, les preuves d'exécution et, lorsque c'est pertinent, des mesures indépendantes. Toute divergence significative est documentée et expliquée.

7. Calendrier prévisionnel de la prestation

Livrable ou jalon	Période indicative
Plan d'évaluation, outils de mesure, protocole de référence	M2 - M4
Rapport d'évaluation des indicateurs de réalisation et de résultats, année 1. Rapport d'évaluation d'impact, mesure de référence année 1	Fin d'année 1, avant le COPIL
Rapport d'évaluation des indicateurs de réalisation et de résultats, année 2. Rapport d'évaluation d'impact, mesure de référence année 2	Fin d'année 2, avant le COPIL
Rapport d'évaluation des indicateurs de réalisation et de résultats, année 3. Rapport d'évaluation d'impact, mesure final année 3	Fin d'année 3, avant le COPIL
Rapport final de synthèse, données consolidées et recommandations	Fin de programme

Les dates précises seront fixées lors de la réunion de lancement, en cohérence avec le calendrier des COPIL et des comités de suivi et avec les exigences de reporting de la convention de subvention.

8. Exigences méthodologiques et de qualité

- Protocole de référence stable, documenté et reproductible pour les trois mesures d'impact.
- Échantillonnage justifié, avec calcul de la taille, description du mode de recrutement et traitement des non-réponses.
- Traçabilité complète : questionnaires versions successives, fichiers de données, scripts d'analyse, journaux d'apurement.
- Contrôle qualité des données collectées auprès des prestataires : définitions communes, périodes cohérentes, doubles comptages exclus.
- Gestion rigoureuse des données personnelles, conformément au RGPD, et minimisation des données collectées.
- Neutralité de l'évaluateur : séparation des activités de mesure et des activités de conseil opérationnel à la campagne.
- Anonymisation ou confidentialisation des réponses individuelles dans tous les livrables publics.
- Remise des fichiers sources et d'un dictionnaire de données permettant le contrôle et la réutilisation.

9. Comité et gouvernance de l'évaluation

Instance	Fréquence prévue au dossier	Rôle pour l'évaluation
Comité de pilotage (COPIL)	7 sur la durée du programme	Validation des rapports, arbitrages et décisions d'ajustement.
Comité de suivi (COS)	12 sur la durée du programme	Suivi opérationnel, données intermédiaires et points d'alerte.
Points agence d'évaluation, agence de communication et chef de projet	Selon le calendrier du programme	Coordination des collectes, cohérence des chiffres et calendrier des livrables.
Équipe projet Vendée Qualité	Réunion hebdomadaire	Interface quotidienne, fourniture des justificatifs et des accès.

10. Contenu du dossier de candidature

1. Lettre de candidature signée, précisant les lots et le périmètre couverts, et identification complète du candidat.
2. Présentation de l'organisme : forme juridique, coordonnées, effectifs, chiffre d'affaires, organisation et interlocuteur responsable.
3. Déclaration sur l'honneur de régularité fiscale et sociale et d'absence d'interdiction de soumissionner.
4. Déclaration d'indépendance et de conflits d'intérêts, mentionnant notamment tout lien avec les agences de communication du programme.
5. Justificatifs financiers : comptes ou attestation bancaire des deux derniers exercices, assurance responsabilité civile professionnelle.
6. Mémoire technique détaillant la compréhension du programme, la méthodologie d'évaluation, le dispositif d'enquête, l'organisation et le calendrier.
7. Mémoire financier détaillé HT/TTC par année et par nature de dépense, incluant les postes d'enquête et de terrain.
8. Références d'évaluations comparables, en précisant le commanditaire, la période, les méthodes employées et les résultats obtenus.
9. Déclaration de sous-traitance éventuelle, avec identification des sous-traitants et des tâches confiées.
10. Présentation de l'équipe affectée et engagement sur les moyens humains mobilisés.

10.1 Aptitude et recevabilité

Avant analyse, Vendée Qualité vérifie l'aptitude administrative, économique, financière, technique et professionnelle des candidats. Sont notamment appréciés :

- la capacité financière et l'absence de procédure collective ;
- les moyens humains et techniques, notamment la capacité à conduire des enquêtes de terrain en France ;
- l'expérience en évaluation de politiques ou de campagnes publiques, en promotion agricole, alimentaire ou européenne ;
- la maîtrise des méthodes quantitatives et qualitatives et des techniques d'échantillonnage ;
- la connaissance des indicateurs et des exigences d'évaluation des programmes de promotion européens ;
- l'aptitude à produire des livrables exploitables par un bénéficiaire soumis à contrôle.

11. Critères d'analyse et grille de notation

Les offres recevables sont évaluées sur 100 points. La grille privilégie la solidité méthodologique et la capacité à produire des mesures opposables.

Critère	Pondération	Éléments appréciés
Compréhension du programme, des objectifs et des cibles	15 %	Lecture des enjeux IGP et LR, du dispositif et des exigences du lot 9.
Qualité et robustesse de la méthodologie d'évaluation	25 %	Protocole, échantillonnage, outils, comparabilité des mesures.
Dispositif d'enquête et collecte des données d'impact	10 %	Mode de recrutement, couverture des cibles A, B et D, traitement des biais.
Organisation, planning et moyens humains	10 %	Organisation de la mission, équipe, capacité à tenir les échéances des COPIL.
Références et expérience comparables	10 %	Qualité, proximité et vérifiabilité des évaluations antérieures.
Reporting, traçabilité et conformité	10 %	Format des livrables, preuves, RGPD, exploitabilité pour les contrôles.
Prix	20 %	Coût global, transparence et cohérence du devis avec le protocole proposé.

La note prix est calculée selon la formule : note prix = 10 × (prix de l'offre recevable la moins élevée / prix de l'offre analysée). Vendée Qualité peut demander des précisions, organiser des auditions.

12. Offre financière

L'offre est exprimée en euros, hors taxes et toutes taxes comprises. Elle distingue les honoraires d'évaluation, les coûts de collecte et d'enquête sur le terrain, les éventuelles prestations de panel ou de sondage sous-traitées, les outils, les déplacements et les autres frais. Le budget indicatif du lot dans le dossier technique est de 50 827,20 € de sous-traitance sur trois années, avec une répartition prévue d'environ 16 942,40 € par an.

- une décomposition par mission : cadrage, évaluation annuelle, mesure d'impact, rapports, restitution ;
- le détail des coûts d'enquête : taille d'échantillon, méthode de recrutement, prix par questionnaire, terrains prévus, nombre de jours affectés;
- la durée de validité de l'offre, fixée à 90 jours à compter de la date limite de remise.

13. Livrables

Livrable	Contenu minimal
Plan d'évaluation	Cadrage, indicateurs, protocole, outils, échantillonnage, calendrier et hypothèses.
Rapports annuels de réalisation et de résultats	Données consolidées par lot, analyse des écarts, sources et limites.
Rapports d'impact	Mesure de référence, mesure intermédiaire et mesure finale, avec comparaison aux cibles.
Base de données consolidée	Fichiers de données, dictionnaire des variables et documentation des calculs.
Rapport final de synthèse	Analyse d'efficacité, enseignements, recommandations et éléments exploitables pour la suite.
Restitutions	Support de présentation pour le COPIL et note de synthèse pour les instances du programme.

14. Conditions d'exécution

14.1 Durée, lieu et modalités

La prestation court de M2 à M36, sous réserve de la signature de la convention de subvention et de la confirmation de l'éligibilité des dépenses. Elle est exécutée à distance et sur les lieux de collecte, notamment lors des salons grand public organisés à Paris et en Vendée.

14.2 Paiement

Les paiements interviennent sur facture, après réception conforme des livrables et remise des justificatifs. Aucune dépense ne peut être engagée sans accord écrit préalable de Vendée Qualité.

14.3 Propriété intellectuelle, confidentialité et données

Les méthodes, outils, rapports et bases de données produits sont cédés ou concédés à Vendée Qualité dans les conditions prévues au contrat, afin de permettre leur utilisation pour le pilotage du programme, le reporting à FranceAgriMer et à la Commission, l'évaluation et l'archivage. Les données personnelles collectées sont traitées conformément au RGPD et aux instructions de Vendée Qualité.

14.4 Indépendance, sous-traitance et audit

Le titulaire garantit son indépendance et s'interdit toute mission de promotion ou de communication sur le programme pendant la durée du contrat et pour la durée prévue au contrat. Toute sous-traitance, notamment de terrain ou de traitement statistique, est déclarée et soumise à accord préalable. Le titulaire accepte les contrôles de Vendée Qualité, de FranceAgriMer, de la Commission européenne et des organismes habilités, et conserve les pièces justificatives pendant la durée requise.

15. Réserves de l'entité proposante

- Vendée Qualité peut déclarer la consultation sans suite notamment en cas de non-sélection du programme, de modification substantielle du budget ou d'insuffisance des offres.
- La consultation ne constitue pas un engagement de commande tant que le contrat n'est pas signé.
- Les variantes ne sont admises que présentées séparément, chiffrées et compatibles avec les exigences réglementaires d'évaluation.

16. Modalités de remise des offres

Les offres sont transmises sous forme électronique avant la date et l'heure limites indiquées ci-dessous. Les questions sont adressées exclusivement au point de contact désigné.

Étape	Date limite
Publication / envoi du dossier de consultation	13/11/2026
Date limite de questions par courriel : contact@vendeequalite.fr	30/11/2026
Communication des réponses de Vendée Qualité	03/12/2026
Date limite de remise des offres par courriel : contact@vendeequalite.fr	08/12/2026 à 00H00 heure de Paris
Analyse des offres	09/12/2026
Auditions éventuelles	Entre le 14 et le 18/12/2026
Notification du choix	18/12/2026
Signature du contrat	01/01/2027 à confirmer selon convention de subvention

Les documents sont fournis en français. Les prix sont exprimés en euros. Toute offre reçue hors délai peut être écartée. Les candidats supportent leurs frais de préparation et de présentation.

17. Annexes jointes

Annexe	Intitulé
Annexe 1	Lettre de candidature et déclaration sur l'honneur
Annexe 2	Déclaration d'indépendance et de conflits d'intérêts
Annexe 3	Lot 9 de travaux 9 : Evaluation des resultats

Annexe 1 – Modèle de Lettre de candidature

À attention de : Vendée Qualité, ZI de la Folie, 12 rue Jacques Moindreau, 85310 la Chaize le Vicomte
Contact@vendeequalite.fr

Objet : Consultation pour la sélection d'un organisme d'exécution au titre du règlement (UE) n°1144/2014 – Lot N° 101347028, Vendée Quali-Basket : AGRIP-SIMPLE-PJG

Madame, Monsieur,

Nous soussigné(e)(s) **[raison sociale]**, représenté(e)(s) par **[nom, prénom, fonction]**, déclarons candidater à la consultation susvisée et soumettre une offre conforme au règlement de consultation.

1. Identification du candidat

Élément	Renseignement
Raison sociale	[ ]
Forme juridique et capital	[ ]
Siège social / adresse	[ ]
SIREN / SIRET / n° TVA intracommunautaire	[ ]
Courriel et téléphone du contact	[ ]
Effectif total	[ ]
Chiffre d'affaires des 3 derniers exercices	[N / N-1 / N-2]

2. Candidature

Nous candidatons au(x) lot(s) suivant(s) : [n° et intitulé(s)]. Nous nous engageons à :

- ne pas nous trouver en situation d'interdiction de soumissionner (redressement judiciaire, liquidation, interdictions légales, etc.) ;
- respecter les obligations du règlement (UE) n°1144/2014, de la convention de subvention et du présent règlement de consultation ;
- communiquer à l'Entité proposante toute pièce justificative exigée par FranceAgriMer, la Commission européenne ou la Cour des comptes européenne ;
- [pour l'évaluation : garantir notre indépendance vis-à-vis des autres organismes d'exécution du programme].

3. Pièces jointes

- Mémoire technique
- Mémoire financier
- Justificatifs d'aptitude (vigilance fiscale et sociale, comptes annuels, assurance RC)
- Déclaration de conflits d'intérêts signée (annexe 2)
  - Le cas échéant : déclaration de sous-traitance et identification des sous-traitants
  - Fait à [lieu], le [date]

[Signatures du représentant légal, avec mention « Lu et approuvé » et cachet de l'entreprise]

Annexe 2 – Déclaration de conflits d'intérêts et (pour l'évaluation) d'indépendance

Renseignements généraux

Élément	Renseignement
Nom du candidat	[ ]
Lot ou objet concerné	[ ]
Date de la déclaration	[ ]
Nom et fonction du signataire	[ ]

Déclaration

Je soussigné(e) **[nom, prénom, fonction]**, agissant en qualité de représentant légal de **[raison sociale]**, déclare sur l'honneur :

1. avoir pris connaissance des règles de prévention des conflits d'intérêts applicables aux fonds de l'Union européenne, notamment celles du règlement (UE) n°1144/2014, de la convention de subvention et du règlement de consultation ;
2. qu'il n'existe aucun lien (capitalistique, contractuel, familial ou personnel) entre [raison sociale] et :
   - les responsables et membres de l'Entité proposante impliqués dans la sélection ou le suivi du programme ;
   - les autres candidats et les autres organismes d'exécution du programme, susceptible d'influencer ou d'apparaître comme influençant, directement ou indirectement, l'objet de la présente consultation ;
3. ne pas être soumis(e) à une interdiction de soumissionner (art. 112 et 113 du décret n°2019-1344 relatif à la commande publique ou dispositions équivalentes applicables) ;
4. que si un conflit d'intérêts survient pendant la procédure ou l'exécution, j'en informerai immédiément et par écrit l'Entité proposante ;
5. que [raison sociale] est indépendante de tout organisme impliqué dans l'exécution ou la promotion du programme et s'engage à ne pas réaliser simultanément, pour ce programme, de prestations d'exécution de communication ou de promotion ;
6. que les renseignements fournis à l'appui de la candidature sont exacts et sincères.

Je reconnais que toute fausse déclaration, dissimulation ou omission peut entraîner l'écartement de l'offre, la résiliation du contrat, la récupération des montants versés et l'application des sanctions prévues par le règlement financier de l'Union.

Fait à [lieu], le [date] — [signature, cachet]

Annexe 3 – Evaluation des resultats lot 9

AGRIP-SIMPLE-2026-IM-EU-QS

Vendée Quali-Basket

Lot de travaux 9 : Évaluation des résultats	Évaluation annuelle des indicateurs de résultats et de réalisation. Évaluation initiale (valeur de référence), intermédiaire et finale des indicateurs d'impact. Bilan des évaluations. Restitutions au COPIL	Analyse de l'efficacité de la campagne

Indicateurs d'impact

Il n'est pas prévu d'évaluer d'indicateurs sur l'augmentation des ventes/exports dans le cadre de la campagne de communication Vendée Quali-Basket, puisque cette dernière a pour objectif unique d'augmenter le niveau de notoriété et de compréhension des systèmes de qualité européens (et français de manière secondaire) à l'échelle nationale en France (unique pays cible).

Pour rappel (voir 1.2.2.3 Définition des objectifs spécifiques de la campagne Vendée Quali-Basket), les objectifs de la campagne sont de travailler sur les axes de :

- **Notoriété** : faire avancer le niveau de reconnaissance du logo IGP de l'Union.
- **Compréhension** : améliorer la prise de conscience des valeurs intrinsèques et autres qualités du système de qualité de l'Union IGP, et du système français de qualité LR.

Description des indicateurs d'impact	Valeur de référence	Fin du programme
Indicateur d'impact 1 : Amélioration du niveau de reconnaissance du logo IGP*	Sera définie en année 1	Objectif : augmentation du résultat de **10%** par rapport à la valeur de référence mesurée
Indicateur d'impact 2 : Prise de conscience des valeurs intrinsèques et autres qualités des IGP et LR*	Sera définie en année 1	Objectif : augmentation du résultat de **8%** par rapport à la valeur de référence mesurée

* L'évaluation des indicateurs d'impact **par l'agence d'évaluation** aura lieu au travers d'un questionnaire, qui sera notamment administré aux visiteurs des salons et autres évènements grand public et professionnels. Le questionnaire contiendra en préalable quelques questions filtres pour n'étudier in fine que les réponses des visiteurs correspondant aux cibles A, B et D de la campagne. La campagne de communication vise à sensibiliser une population de 17 millions de personnes. Pour avoir un résultat significatif sur une population de cette taille, l'objectif sera d'interroger au moins 385 personnes pour obtenir un résultat significatif, avec une marge d'erreur de 5% et un niveau de confiance de 95%.

Étant donné que la campagne va couvrir une série de thèmes et de messages variés, une question ne suffira pas pour déterminer si l'information sera bien reçue. Une série de question sera proposée. On considèrera qu'une personne a réussi le test si elle a répondu correctement à au moins 2/3 des questions, soit au moins 6 questions sur 9. La réponse « Je ne sais pas » n'est jamais considérée comme une bonne réponse.

Plus précisément :

- Niveau de reconnaissances du logo IGP : au moins 2 bonnes réponses sur les 3 questions posées.
- Compréhension des valeurs intrinsèques / autres qualités des IGP et LR : au moins 5 bonnes réponses sur les 7 questions posées.

Le questionnaire est disponible en Annexe 9.

Lot de travaux 9 : Évaluation des résultats			
Durée:	M2 – M36	**Bénéficiaire principal:**	**Vendée Qualité**

Objectifs

- Affiner les valeurs de références des indicateurs d'impacts (T9.1)
- Évaluation de la campagne de communication pour s'assurer de l'impact obtenu (T9.1)
- Évaluation de la campagne en fin d'année pour adapter les actions à venir en fonction des résultats précédemment obtenus (T9.1)
- Rédaction de rapports d'évaluation des activités de la campagne (T9.1)

Activités et répartition du travail (description du lot de travaux)

N° de tâche	Nom de la tâche	Description	Participants		Contributions en nature et sous-traitance
			Nom	Rôle	
T9.1	Évaluation de la campagne de communication	**Qui : Agence d'évaluation** à 100% pour cette tâche. **Quoi :** Ce lot de travaux consistera en une analyse de l'efficacité de la campagne, via l'évaluation des différents indicateurs définis : de réalisation, de résultats et d'impacts. La définition des indicateurs a été fait dans la partie QUALITE 2.5.2. Le budget total pour ce lot de travaux est estimé à **4% du budget total du programme**, répartis de manière égale sur les 3 années. **Quand :** - L'évaluation des indicateurs de résultats et de réalisation aura lieu à la fin de chaque année du programme, en amont du COPIL, - L'évaluation de l'impact de la campagne aura lieu annuellement (mesure initiale en année 1, intermédiaire en année 2, finale en année 3), notamment à l'occasion des deux salons grand public chaque année, donc en milieu d'année. **Où :** de manière digitale et notamment sur les salons grand public (Paris et Vendée) pour les indicateurs d'impact.			Oui : **sous-traitance à 100% par l'agence d'évaluation** à titre onéreux

Réalisations et budget prévisionnel

Calendrier	ANNÉE 1	ANNÉE 2	ANNÉE 3
Réalisations	***Actions de l'Agence d'évaluation :*** *Évaluation des indicateurs de réalisation et de résultat* *Évaluation initiale des indicateurs d'impact* *Bilan des évaluations*	***Actions de l'Agence d'évaluation :*** *Évaluation des indicateurs de réalisation et de résultat* *Évaluation intermédiaire des indicateurs d'impact* *Bilan des évaluations*	***Actions de l'Agence d'évaluation :*** *Évaluation des indicateurs de réalisation et de résultat* *Évaluation finale des indicateurs d'impact* *Bilan des évaluations*
Budget prévisionnel	*Frais de sous-traitance (1 tiers de 4% du budget total du programme) :* ***16 942,40€***	*Frais de sous-traitance (1 tiers de 4% du budget total du programme) :* ***16 942,40€***	*Frais de sous-traitance (1 tiers de 4% du budget total du programme) :* ***16 942,40€***
Total lot de travaux	16 942,40 EUR	16 942,40 EUR	16 942,40 EUR