

COMITÉ NATIONAL DE LA CONCHYLICULTURE

MARCHE CREATION ET GESTION D'UNE CAMPAGNE DE COMMUNICATION RELATIVE A L'ATTRACTIVITE DES METIERS DE LA CONCHYLICULTURE

Référence dossier : 2026-02

Passé selon une procédure d'appel d'offres ouvert, prévue aux articles L. 2124-2, R. 2124-2 1° et R.2161-2 à R.2161-5 du code de la commande publique

Règlement de la consultation (RC)

Date limite de remise des dossiers :

Le 16 octobre 2026 à 9 heures (heure de Paris)

Table des matières

Présentation du CNC et de la conchyliculture française	3
Article 1 – Objet du marché	5
1.1 – Objet du marché	5
1.2 – Allotissement du marché	5
1.3 – Caractéristiques du marché et nomenclatures	5
Article 2 – Dispositions générales	5
2.1 – Procédure de passation	5
2.2 – Forme du marché	5
2.3 – Durée du marché	6
2.4 – Budget estimé de la campagne de communication	6
2.5 – Lieu d'exécution de la campagne	6
Article 3 – Dossier de consultation	6
3.1 – Contenu du dossier de consultation	6
3.2 – Mise à disposition du dossier de consultation	6
3.3 – Modification du dossier de consultation	7
Article 4 – Conditions de participation et de présentation des candidatures	7
4.1 – Groupements, sous-traitance et recours aux capacités d'autres opérateurs économiques	7
4.2 – Modalités de présentation des dossiers de candidature	8
Article 5 – Conditions de présentation des offres	9
5.1 – Contenu du dossier d'offre	9
5.2 – Variantes	11
5.3 – Délai de validité des offres	11
Article 6 – Modalités de dépôt des candidatures et offres	11
Article 7 – Modalités d'attribution du marché	12
7.1 – Conditions de sélection des candidatures	12
7.2 – Sélection de l'offre économiquement la plus avantageuse	13
Article 8 – Renseignements complémentaires	13

Présentation du CNC et de la conchyliculture française

L'organisation de la profession

Le Comité National de la Conchyliculture (CNC) est un organisme interprofessionnel régi par les dispositions des articles L.912-6 et suivants du code rural et de la pêche maritime.

Il est l'organisme représentatif des producteurs, distributeurs et transformateurs des coquillages d'élevage en France. Ces derniers doivent obligatoirement adhérer à cette organisation interprofessionnelle.

En outre, il coordonne les actions des sept (7) Comités Régionaux de la Conchyliculture (CRC) présents dans chaque bassin de production : Normandie - Mer du Nord, Bretagne Nord, Bretagne Sud, Pays de Loire, Charentes Maritime, Arcachon-Aquitaine et Méditerranée.

Le CNC, organisme à adhésion obligatoire, a notamment pour missions :

- la représentation et la promotion des intérêts généraux de ces activités ;
- l'adaptation quantitative et qualitative de l'offre et de la demande des produits conchyliques ;
- la promotion des produits issus de la conchyliculture ;
- l'amélioration de la connaissance du secteur conchylicole.

Il propose, participe ou mène des actions relatives notamment à la protection du littoral, la défense de la qualité des eaux et la recherche scientifique et technique.

La conchyliculture en France

La conchyliculture française se classe au 2^{ème} rang européen, avec une production de plus de 190 000 tonnes de coquillages par an pour un chiffre d'affaires de l'ordre de 774 millions d'euros.

En ostréiculture, la France est le 1^{er} pays producteur et consommateur d'huîtres en Europe, avec près de 2 500 entreprises, 80 000 tonnes d'huîtres en moyenne pour un chiffre d'affaires estimé à 500 millions d'euros.

La mytiliculture produit quant à elle 61 000 tonnes de moules par an, pour un chiffre d'affaires estimé à près de 160 millions d'euros.

L'élevage des autres coquillages génère un chiffre d'affaires de l'ordre de 30 millions d'euros.

Les conchyliculteurs

4 000 exploitants détiennent près de 49 716 concessions sur le domaine public maritime (2 118 hectares sur le domaine privé) et se répartissent sur 15 480 hectares de parcs et 1 631 km de lignes de bouchot.

La filière emploie en moyenne 20 000 personnes, soit 10 500 équivalents temps plein.

La conchyliculture se caractérise par une forte hétérogénéité des conditions d'élevage, tant du point de vue des espèces que de la diversité des sites de production le long du littoral français.

Article 1 – Objet du marché

1.1 – Objet du marché

Le présent marché a pour objet la création et la gestion d'une campagne nationale de communication visant à valoriser et promouvoir les métiers de la conchyliculture ainsi qu'à renforcer leur attractivité.

Cette campagne est intitulée « Attractivité des métiers de la conchyliculture ».

Les descriptions des prestations à effectuer et leurs spécifications techniques sont indiquées dans le Cahier des Clauses Techniques Particulières (CCTP).

1.2 – Allotissement du marché

Le marché n'est pas alloti, la dévolution en lots séparés risquant de rendre techniquement difficile et financièrement plus coûteuse l'exécution des prestations interdépendantes.

1.3 – Caractéristiques du marché et nomenclatures

Le marché relève de la catégorie des marchés de services dont la classification conforme au vocabulaire commun des marchés européens (CPV) est la suivante :

CPV (indicatif)	
74400000-3	Services de publicité et de marketing ;
74411000-3	Services de conseils en publicité ;
74412000-0	Services de gestion publicitaire.

La description des prestations et leurs spécifications techniques sont indiquées dans le Cahier des Clauses Techniques Particulières (CCTP).

Article 2 – Dispositions générales

2.1 – Procédure de passation

Le présent marché est passé selon la procédure d'appel d'offres ouvert prévue par les articles L. 2124-2, R. 21242 1° et R.2161-2 à R.2161-5 du code de la commande publique.

2.2 – Forme du marché

Il s'agit d'un marché au sens de l'article L. 1111-1 du code de la commande publique.

Il est conclu à un prix global et forfaitaire (PGF).

2.3 – Durée du marché

Le présent marché est conclu jusqu'au 31 décembre 2027, à compter de sa notification.

2.4 – Budget estimé de la campagne de communication

Le budget estimé de la campagne de communication et de sa gestion par le Titulaire est, sur toute la durée du marché, de **450.000 € TTC**, soit 375.000 € HT.

L'offre de chaque candidat devra permettre de s'assurer que ce budget global ne sera en aucun cas dépassé, rémunération du Titulaire (PGF) et achats d'espaces publicitaires (voir l'article 5.2 du CCAP) compris.

Les conditions financières d'exécution du présent marché sont précisées par les articles 2.5, 4 et 5.2 du CCAP.

2.5 – Lieu d'exécution de la campagne

L'exécution du marché s'effectue en France métropolitaine.

Article 3 – Dossier de consultation

3.1 – Contenu du dossier de consultation

Le dossier de consultation du marché contient les documents suivants :

- Le présent règlement de la consultation (RC) ;
- Un acte d'engagement ;
- L'annexe financière 1 (PGF) de l'acte d'engagement ;
- L'annexe financière 2 (DPGF) de l'acte d'engagement ;
- L'annexe financière 3 (honoraires du mandat) ;
- Un cahier des clauses administratives particulières (CCAP) ;
- Un cahier des clauses techniques particulières (CCTP) ;
- Un modèle d'attestation sur l'honneur ;
- Un questionnaire sur l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes ;
- Un fichier audio (jingle).

3.2 – Mise à disposition du dossier de consultation

Le dossier de consultation est mis gratuitement à la disposition de chaque candidat.

Les candidats peuvent télécharger le dossier de consultation sur le profil acheteur du CNC, à savoir la plateforme de dématérialisation des achats de l'Etat (PLACE) (www.marches-publics.gouv.fr).

3.3 – Modification du dossier de consultation

Le CNC se réserve le droit d'apporter, au plus tard six (6) jours avant la date limite fixée pour la remise des offres, des modifications au dossier de consultation.

Le décompte de ce délai se fait à compter de l'envoi des modifications aux candidats par voie électronique.

Les candidats devront y répondre sur la base du dossier modifié sans pouvoir élever de réclamation à ce sujet.

Si, pendant l'étude du dossier par les candidats, la date limite fixée pour la remise des offres est reportée, la disposition précédente est applicable en fonction de cette nouvelle date.

Article 4 – Conditions de participation et de présentation des candidatures

4.1 – Groupements, sous-traitance et recours aux capacités d'autres opérateurs économiques

4.1.1 – Groupements momentanés d'opérateurs économiques

Sous réserve des règles relatives à la liberté des prix et à la concurrence, les candidats ont la possibilité de candidater sous la forme d'un groupement momentané d'opérateurs économiques, conformément aux dispositions des articles R. 2142-19 et suivants du code de la commande publique.

Les candidats peuvent présenter leur candidature sous la forme d'un groupement conjoint ou d'un groupement solidaire.

La candidature d'un groupement est présentée soit par l'ensemble des membres du groupement, soit par un mandataire qui justifie des habilitations nécessaires pour représenter les autres membres du groupement. Un même opérateur économique ne peut pas être mandataire de plus d'un groupement pour un même marché public.

4.1.2 – Sous-traitance

Les candidats ont la possibilité de sous-traiter les prestations objet de la présente consultation sous réserve de se conformer strictement, notamment, aux dispositions des articles L. 2193-1 et suivants et R. 2193-1 et suivants du code de la commande publique.

4.1.3 – Autres opérateurs économiques

Un opérateur économique peut avoir recours aux capacités d'autres opérateurs économiques. Dans ce cas, il justifie des capacités de ce ou ces opérateurs économiques et apporte la preuve qu'il en disposera pour l'exécution du marché. Cette preuve peut être apportée, conformément aux dispositions de l'article R.2143-12 du code de la commande publique, par tout moyen approprié.

4.2 – Modalités de présentation des dossiers de candidature

Chaque candidat (candidat individuel ou, en cas de candidature groupée, les membres du groupement) fournira les renseignements et documents justificatifs suivants :

Sur le candidat individuel ou, en cas de candidature groupée, les membres du groupement

- **Une présentation générale** du candidat individuel ou, en cas de candidature groupée, des membres du groupement ainsi que de leurs éventuels sous-traitants ou autres opérateurs économiques sur les capacités desquelles il s'appuierait (**rubrique D – DC1**).
- **Une attestation sur l'honneur** pour justifier qu'il n'entre dans aucun des cas mentionnés aux articles L. 2141-1 et suivants du code de la commande publique et notamment qu'il est en règle au regard des articles L. 5212-1 à L. 5212-11 du code du travail concernant l'emploi des travailleurs handicapés (**rubrique F – DC1 + attestation sur l'honneur**) ;

Sur la capacité économique et financière du candidat :

- **Déclaration concernant le chiffre d'affaires** global du candidat et le chiffre d'affaires du domaine d'activité faisant l'objet du marché, portant sur les trois derniers exercices disponibles en fonction de la date de création de l'entreprise ou du début d'activité de l'opérateur économique, dans la mesure où les informations sur ces chiffres d'affaires sont disponibles (**rubrique F1 – DC2**) ;

Sur les capacités techniques et professionnelles du candidat (**rubrique G1 – DC2**) :

- **Une liste des principaux services fournis** au cours des trois dernières années indiquant le montant, la date et le destinataire public ou privé. Les prestations de services sont prouvées par des attestations du destinataire ou, à défaut, par une déclaration du candidat.
- **Une déclaration indiquant les effectifs moyens annuels** du candidat et l'importance du personnel d'encadrement pendant les trois dernières années ;
- **L'indication des titres d'études et professionnels du candidat ou des cadres de l'entreprise ;**
- **Une description de l'outillage, du matériel et de l'équipement technique** dont le candidat disposera pour la réalisation du marché.

Afin de présenter le dossier de candidature, le candidat individuel ou, en cas de candidature groupée, les membres du groupement peuvent utiliser et remplir les formulaires suivants qui permettent de regrouper l'ensemble de ces informations au sein des rubriques mentionnées en bleu :

- Le formulaire DC1 Lettre de candidature - Habilitation du mandataire par ses cotraitants **ET**
- Le formulaire DC2 Déclaration du candidat individuel ou du membre du groupement

ET UNIQUEMENT EN CAS DE SOUS-TRAITANCE ENVISAGÉE DES PRESTATIONS :

- Le formulaire DC4 Déclaration de sous-traitance.

Ces formulaires sont disponibles sur le portail du ministère de l'Économie, des Finances, de l'Action et des Comptes publics <https://www.economie.gouv.fr/daj/formulaires-declaration-du-candidat>.

Dans l'hypothèse où le candidat ou, en cas de candidature groupée, les membres du groupement ont utilisé ces formulaires, il leur appartient également de fournir une attestation sur l'honneur précisant qu'ils sont en règle au regard des articles L. 5212-1 à L. 5212-11 du code du travail concernant l'emploi des travailleurs handicapés. En effet, ces formulaires ne permettent que de justifier que le candidat n'entre dans aucun des cas mentionnés aux articles L. 2141-1 et suivants du code de la commande publique.

Un exemple de la forme que peut prendre l'attestation sur l'honneur est disponible dans le DCE.

Les documents devront être rédigés en langue française ou, le cas échéant, être accompagnés de leur traduction en langue française.

Article 5 – Conditions de présentation des offres

5.1 – Contenu du dossier d'offre

Chaque candidat (candidat individuel ou, en cas de candidature groupée, les membres du groupement) remettra un dossier d'offre comprenant **l'ensemble des éléments figurant dans le tableau ci-dessous**.

1	L'acte d'engagement du marché <u>et ses annexes financières</u>	Fournis dans le DCE et <u>à compléter par le soumissionnaire</u>
2	Un mémoire technique	<u>A fournir par le soumissionnaire</u>
3	Le questionnaire sur l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes	Fournis dans le DCE et <u>à compléter par le soumissionnaire</u>

Précisions concernant le contenu obligatoire des pièces à fournir par le soumissionnaire :

1) Proposition financière du soumissionnaire

La proposition financière du soumissionnaire est composée de :

- L'annexe financière 1 de l'acte d'engagement (AE) du marché complété par le soumissionnaire par l'indication de son Prix Global et Forfaitaire (PGF) qui comprend l'indication des coûts afférents à la réalisation de l'ensemble des prestations objet du présent marché, notamment les coûts de la création, et de la production des Livrables tels que définis à l'article 10.1 du présent CCAP et ainsi que des honoraires du mandat pour les achats des espaces publicitaires et l'organisation des procédures

de publicité et mise en concurrence correspondantes (hors montant des achats d'espaces publicitaires qui ont vocation à être directement payés par l'Acheteur aux régies, supports et annonceurs, conformément à ce que prévoit l'article 5.1 du CCAP du présent marché). **NB : ce PGF et le montant maximum d'achat d'espaces publicitaires (voir l'article 5.2 du CCAP) cumulés ne doivent pas dépasser le budget estimé de la campagne de communication prévu à l'article 2.4 du présent RC en raison des crédits budgétaires actés par le CNC ;**

- L'annexe financière 2 de l'acte d'engagement (AE) du marché complété par le soumissionnaire par l'indication de la Décomposition du Prix Global et forfaitaire (DPGF).
La DPGF doit permettre au CNC d'identifier, dans le détail, les coûts afférents à la réalisation de l'ensemble des prestations objet du présent marché, notamment les coûts de la création, et de la production des Livrables tels que définis à l'article 10.1 du présent CCAP ainsi que les honoraires du mandat pour les achats des espaces publicitaires et l'organisation des procédures de publicité et mise en concurrence correspondantes ;
- L'annexe financière 3 de l'acte d'engagement (AE) du marché complété par le soumissionnaire par l'indication du montant moyen de ses honoraires pour le mandat d'achat d'espaces publicitaires confié par l'Acheteur dans le cadre du présent marché. Cette information est demandée à titre indicatif, afin de permettre de comprendre le taux retenu par le candidat dans la construction de son PGF. Ces honoraires sont réputés inclus dans leur intégralité dans le PGF. En conséquence, le Titulaire ne pourra prétendre à aucune rémunération supplémentaire ou spécifique à ce titre.

2) Contenu obligatoire du mémoire technique :

Par ce mémoire technique, le Titulaire présentera, au regard des stipulations fixées dans le CCTP :

- Une présentation détaillée de l'équipe qui aura la charge du projet pour la création, la mise en œuvre et le suivi de l'intégralité de la campagne de communication, accompagnée de leurs garanties professionnelles et techniques (qualifications, expériences pertinentes). Il pourra la présenter en accompagnant son mémoire technique, de CV, d'une vidéo de présentation des membres de son équipe ou tout autre document permettant au CNC d'identifier ses futurs interlocuteurs ainsi que leur aptitude à l'exécution du marché.
- Sa compréhension du besoin du CNC (objectifs du marché, cibles, axes stratégiques, etc.) :
 - ✓ Compréhension des objectifs du marché, des cibles et des axes stratégiques du CNC ;
 - ✓ Respect et couverture de l'ensemble des actions de communication obligatoires attendues (celles fixées par le CCTP)
- Sa stratégie de communication pour répondre au besoin du CNC et ses propositions créatives :
 - ✓ Le concept et les propositions créatives ;
 - ✓ Pertinence et originalité de la stratégie et de la déclinaison des actions (formats, canaux, déclinaisons créatives) au regard des cibles ;
 - ✓ Cohérence d'ensemble entre les canaux proposés (fil conducteur créatif/narratif) avec le label « impossible n'est pas iodé » et/ou le jingle (voir annexe du CCTP).
- Les achats d'espaces publicitaires prévus et le montant maximum qu'il s'engage à ne pas dépasser au titre de l'achat d'espaces publicitaires, tous types d'actions confondus, pour la durée totale du marché ;

- Le planning attendu qui devra être précis et décrire, de façon détaillée et opérationnelle, le déroulement de la mission et ses principales étapes, en faisant apparaître, notamment :
 - ✓ Les différentes phases de la conception et de la mise en œuvre de la campagne publicitaire ;
 - ✓ Les réunions envisagées ;
 - ✓ Les temps de création et de validation de la campagne ;
 - ✓ Les temps forts de la campagne ;
 - ✓ La phase de suivi et d'analyse des résultats de la campagne.
- Sa méthodologie de travail pour la création/le développement de la campagne de communication, sa mise en œuvre ainsi que son suivi et son évaluation :
 - ✓ Rôles et interactions avec le CNC à chaque étape, process d'achat d'espaces et circuits techniques de diffusion par canal.
 - ✓ Outils et pilotage — outils de suivi de projet, indicateurs de performance suivis en cours de campagne, fréquence des points d'étape avec le CNC.
 - ✓ Gestion des aléas et contrôle qualité — procédure en cas de retard ou de modification de brief, marges de manœuvre pour tenir les temps forts, relecture/validation avant diffusion.
- Ses engagements environnementaux sur l'origine des papiers et la nature des encres et consommables, ainsi que les garanties quant à leur respect.

Le CNC appréciera que cette structure du mémoire technique soit respectée et que chacune des parties le composant soit bien identifiée.

Les documents devront être rédigés en langue française ou, le cas échéant, être accompagnés de leur traduction en langue française.

5.2 – Variantes

Les candidats ne sont pas autorisés à présenter de variantes.

5.3 – Délai de validité des offres

Le délai de validité pendant lequel les candidats demeurent engagés par l'ensemble des composantes de leurs offres est fixé à 120 jours à compter de la date limite de réception des offres.

Article 6 – Modalités de dépôt des candidatures et offres

Les candidats remettent un dossier complet comprenant leur candidature et leur offre.

Conformément aux dispositions du code de la commande publique, dont l'article L.2132-2 prévoit que les communications et les échanges d'informations effectués dans le cadre de la procédure de passation d'un marché sont réalisés par voie électronique, les candidats doivent transmettre leur offre par voie électronique, *via* le profil d'acheteur du CNC, à savoir la plate-forme de dématérialisation des achats de l'Etat (PLACE) (www.marches-publics.gouv.fr).

En cas d'envoi de plusieurs plis, le dernier dossier reçu avant la date limite de remise des plis sera retenu par le CNC et fera l'objet d'une analyse.

La date limite de remise des candidatures et des offres est fixée au :

16 octobre 2026 à 9 heures (heure de Paris)

Les dossiers de candidature et d'offre reçus hors délai sont éliminés.

Les candidats peuvent adresser à l'acheteur, sur support papier ou sur support physique électronique (cédérom, DVD Rom, clé USB), une copie de sauvegarde selon des modalités fixées par arrêté du ministre chargé de l'économie.

Cette copie doit être placée dans un pli portant la mention « copie de sauvegarde », ainsi que le nom du candidat et l'identification de la procédure concernée. Elle est ouverte dans les cas suivants :

- lorsqu'un programme informatique malveillant est détecté dans le pli transmis par voie électronique ;
- lorsque le pli électronique est reçu de façon incomplète, hors délai ou n'a pu être ouvert, à condition que sa transmission ait commencé avant la clôture de la remise des plis.

La copie de sauvegarde peut être transmise ou déposée à l'adresse suivante :

Comité National de la Conchyliculture
84 rue d'Amsterdam – 75009 PARIS

Article 7 – Modalités d'attribution du marché

7.1 – Conditions de sélection des candidatures

En vertu des dispositions des articles R.2144-1 et suivants du code de la commande publique, l'acheteur vérifie les informations qui figurent dans la candidature.

L'acheteur vérifiera ainsi, outre le respect des exigences figurant au présent règlement de la consultation, la capacité économique et financière ainsi que les capacités techniques et professionnelles des candidats, au regard des éléments d'information figurant dans leur candidature.

Les candidatures ne respectant pas ces exigences et/ou ne justifiant pas de ces capacités seront éliminées sans que leur offre soit analysée.

L'Acheteur se réserve le droit de faire application de la possibilité prévue à l'article R. 2144-3 du code de la commande publique d'analyser les offres avant les candidatures.

7.2 – Sélection de l'offre économiquement la plus avantageuse

Les offres remises dans le cadre de l'attribution du marché seront appréciées sur la base des critères objectifs, non-discriminatoires et pondérés énumérés ci-dessous :

Critères	Pondération
Critère n° 1: PRIX*	30
Critère n°2 : VALEUR TECHNIQUE DE L'OFFRE**	70
<i>Sous-critère n°1</i> : Garanties professionnelles et techniques apportées par l'équipe en charge du projet	5 points
<i>Sous-critère n°2</i> : Compréhension du besoin à satisfaire (objectifs du marché, cibles, actions, etc.)	10 points
<i>Sous-critère n°3</i> : Pertinence de la stratégie et qualité des propositions créatives de communication	20 points
<i>Sous-critère n°4</i> : Pertinence des achats d'espaces publicitaires et capacité à optimiser le volume d'espaces publicitaires obtenu au regard des moyens engagés, dans la limite du budget global de la campagne de communication (article 2.4 du RC), qui inclut le prix global forfaitaire proposé par le candidat et ces achats d'espaces.	15 points
<i>Sous-critère n°5</i> : Pertinence du planning proposé et respect des temps forts identifiés	10 points
<i>Sous-critère n°6</i> : Méthodologie de travail mise en œuvre (organisation, outils, suivi, etc.)	5 points
<i>Sous-critère n°7</i> : Performance environnementale des supports de communication et la campagne (au regard de l'origine des papiers et de la nature des encres et consommables)	5 points

* apprécié au regard du PGF (Annexe 1 à l'AE)

**appréciée au regard du contenu du mémoire technique

Article 8 – Renseignements complémentaires

Les questions doivent être adressées directement sur le profil d'acheteur du CNC, à savoir la plate- forme de dématérialisation des achats de l'Etat (PLACE) (www.marches-publics.gouv.fr).

Les questions devront être posées au plus tard huit (8) jours avant la date limite de remise des dossiers de candidature et d'offre. Aucune demande ne sera prise en compte au-delà de cette date.

Le CNC s'engage à répondre à l'intégralité des demandes qui lui auront été adressées dans les délais au plus tard six (6) jours avant la date limite de remise des dossiers de candidature et d'offre.

Les candidats qui estimeraient que les documents de la consultation comportent des prescriptions ou des carences qui seraient susceptibles de les léser, fût-ce de façon indirecte, sont tenus d'en informer sans délai le CNC.