



CREATION D'UN MARKETPLACE ALIMENTATION OCCITANIE

CAHIER DES CHARGES

ASSISTANCE A MAITRISE D'OUVRAGE

1. Présentation générale du projet

1.1 Le contexte

- L'alimentation : grande cause régionale

La Région Occitanie a fait de l'Alimentation une grande cause régionale. Entre mars et août 2018, ce sont plus de **100 000 réponses** à la concertation citoyenne qui ont été reçues.

Deux chiffres-clés à retenir :

- **92 % des personnes interrogées privilégient l'approvisionnement local**
- **72 % de l'alimentaire est acheté en Grande Distribution**

Globalement de nombreuses attentes et inquiétudes ont été exprimées autour de la qualité, la provenance, le prix et l'accessibilité, l'impact sur la santé et l'environnement, la rémunération des producteurs ou l'éducation au bien manger. La Région Occitanie a mobilisé ses partenaires autour d'un projet commun de « **Pacte régional en faveur d'une alimentation durable en Occitanie** » visant à construire un modèle alimentaire qui bénéficie à tous.

Les objectifs de la Région Occitanie sont :

- Favoriser l'accessibilité aux produits d'Occitanie
- Conforter des modèles de distribution existants : circuits courts et marchés de plein vent.
- Développer de nouveaux modèles de distribution : e-commerce

- Une première étape avec « Tous Occitariens »

La plateforme a été lancée par la Région en mars dernier pour soutenir l'activité des producteurs et commerces alimentaires régionaux. Cette plateforme avec géolocalisation et cartographie n'assure pas de vente en ligne. Elle a été prioritairement ouverte aux commerçants et aux producteurs locaux, puis élargie aux restaurateurs et traiteurs proposant la livraison à domicile ou à emporter lors du deuxième confinement.

Aujourd'hui, plus de **5 100 producteurs locaux**, restaurateurs et commerçants sont actuellement présents sur la plateforme.

« **Tous Occitariens** » est complémentaire de la plateforme digitale **#DansMaZone**, créée par la Région en novembre dernier pour favoriser l'achat local de produits fabriqués ou manufacturés en Occitanie (hors produits agricoles et agroalimentaire).

- Développer un autre modèle de distribution : travailler sur le projet d'une marketplace

La Région a mandaté l'IRQUALIM pour coordonner le projet de mise en place d'une plateforme digitale en prolongement de « Tous Occitariens ». En effet, L'IRQUALIM :

- Rassemble la plupart des partenaires dans son Conseil d'Administration
- A déjà mené plusieurs travaux autour de la problématique du e-commerce avec les filières sous SIQO – (Signe Officiel de Qualité et d'Origine : AOP AOC IGP LABEL ROUGE BIO)
- Est co-producteur du salon REGAL et a amorcé un travail avec les producteurs fermiers, sous SIQO et Sud de France notamment via « Tous Occitariens »

Une marketplace pour répondre aux attentes du consommateur et des producteurs

- Faire une proposition globale d'offre régionale aux consommateurs sur un seul et même site, claire et adapté. En effet, nous avons fait le constat que plusieurs solutions existent déjà mais le consommateur et les producteurs ont du mal à faire le tri.
- L'apport principal du modèle marketplace réside dans la décentralisation des stocks sur les marchands : la place de marché agrège une multitude de références produits. Son offre peut croître très rapidement, mais sans risque financier majeur puisque les stocks restent chez les marchands. Le gain de temps et de faibles investissements supplémentaires sont d'autres atouts inhérents au modèle économique.
- Créer un lieu unique qui regroupe tous les vendeurs et marchands. En revanche, les stocks et la gestion des livraisons restent à la charge des marchands, ce qui a pour avantage de limiter les risques financiers et de ne pas de ne pas internaliser la gestion des stocks. L'objectif est d'avoir une certaine souplesse et agilité sur cette marketplace.

1.2 Les objectifs du projet

- Création d'une base de données régionale permettant une exploitation événementielle ou commerciale portée par les acteurs du projet.
- Elaboration d'une plateforme digitale avec moyen de paiement permettant aux consommateurs de trouver des produits alimentaires cultivés, confectionnés ou manufacturés en Occitanie.
- Permettre aux producteurs d'accéder à un nouveau mode de commercialisation et/ou de « booster » leur développement commercial
- Créer un support de commercialisation à forte valeur ajoutée qui développe la fréquentation des sites e-commerce et des marketplaces existants.
- Création d'un nouveau mode de commercialisation, avec de nouveaux outils numériques et digitaux, pour diversifier les circuits des producteurs et booster leurs ventes régionales.

1.3 Les acteurs du projet

A la demande de la Région Occitanie, l'IRQUALIM coordonne l'ensemble du projet en partenariat avec les acteurs de l'agriculture et de l'alimentation en Occitanie.

AD'OCC	Est une agence de développement économique pour les acteurs régionaux. Celle-ci accompagne les entreprises d'Occitanie dans la création, implantation, innovation, croissance, financement, export, transmission-reprise, tout en renforçant l'attractivité du territoire régional et l'attraction de talents. AD'OCC est un accompagnateur d'emploi dans la région Occitanie.
--------	--

COOPERATION AGRICOLE	Est une fédération d'entreprises coopératives au service du développement, la sécurisation et la pérennisation des coopératives, en lien avec les spécificités territoriales de toutes les filières. Elle a pour objectif de représenter les entreprises coopératives, avec un rôle d'accompagnateur des différentes coopératives tout en développant l'emploi et les compétences pour la promotion des produits de coopération.
CHAMBRE REGIONALE D'AGRICULTURE	Est une institution originale : à la fois établissement consulaire et entreprise de services. Ce double rôle permet d'être un représentant et un consultant au sein des organisations professionnelles agricoles. Elle assure le développement agricole et rural ; oriente les actions communes par les chambres départementales, à l'orientation de la politique contractuelle entre l'Etat et les régions, consultation de l'établissement des plans régionaux.
DRAAF	La Direction Régionale de l'Alimentation de l'Agriculture et de la Forêt (DRAAF) Occitanie est un service déconcentré du Ministère de l'agriculture et de l'alimentation. Placée sous l'autorité du préfet de région, elle exerce ses missions dans les domaines suivants : <ul style="list-style-type: none"> • Economie des filières agricoles, agroalimentaires et forestières • Alimentation et sécurité sanitaire • Territoires ruraux et foncier • Enseignement technique agricole • Agroécologie – Environnement • Gestion de l'eau • Information statistique économique et géographique • Emploi en milieu rural
FFL OCCITANIE	Est une fédération qui a pour but de représenter et animer la filière des fruits et légumes en Occitanie. C'est un syndicat professionnel regroupant 35 entreprises de production et transformation de fruits et légumes sur le territoire d'Occitanie. Elle constitue ainsi un des principaux pôles d'organisation et de représentation de la filière fruits et légumes dans la Région, en partenariat avec de nombreux autres acteurs professionnels agricoles.
INTERBEV	Est l'Association Régionale Interprofessionnelle du Bétail et des Viandes Elle regroupe, de la production à la distribution, les familles professionnelles des filières bovine, ovine, équine et caprine qui représentent les différents métiers du secteur économique du bétail et des viandes. Elle reflète la volonté des professionnels de proposer aux consommateurs des produits sains, de qualité et identifiés tout au long de la filière. Elle fédère et valorise les intérêts communs de l'élevage, des activités artisanales, industrielles et commerciales.
INTERBIO	Est un regroupement des professionnels de la région qui constitue une association interprofessionnelle Bio unique qui répond à la fois à la demande des institutionnels et aux enjeux du développement de la Bio en région Occitanie. Elle a pour objectif de fédérer l'ensemble des acteurs de la filière bio, être l'interlocuteur auprès des pouvoirs publics, organiser la concertation entre tous les acteurs de la bio, coordonner et accompagner le développement des filières bio, promouvoir les filières et les produits bio régionaux.
LES VIGNERONS INDEPENDANTS	Est une fédération qui accompagne au quotidien les adhérents dans le secteur viticole. Elle répond aux missions de défense et de promotion du

	métier de Vigneron Indépendant. Elle constitue un relais entre l'adhérent et la Confédération nationale. La fédération contribue à améliorer les compétences des vignerons dans tous les domaines de leur activité, en leur offrant de nombreux services : conseil, conditions d'achat privilégiées, formation, défense juridique, aide à la commercialisation.
--	---

1.4 Premières identifications des forces et des faiblesses

Le cotech s'est réuni pour la 1^{ère} fois le mardi 2 février dernier et a établi une première analyse.

Nos forces	Freins
<ul style="list-style-type: none"> ○ Force de la puissance régionale à valoriser la marketplace ○ Innovation : 1er projet de marketplace à l'échelle d'une région ○ Expériences des membres du cotech sur leurs propres démarches ○ Création d'une forte valeur ajoutée pour les acteurs agri-agro ○ Volonté commune de développer un nouvel outil de commercialisation ○ Prise de conscience de la nécessité de la digitalisation ○ Des points de vente physiques existants 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Bien qualifier la demande ○ Qualification de l'offre de produits ○ Résoudre le problème de la logistique ○ Segmentation prix/produits ○ Problématique de l'addition des frais de livraison sur les produits à faible valeur ajoutée ○ Former les producteurs sur ce nouveau modèle économique chronophage (marketing, numérique, logistique) ○ Concurrence de nombreux sites e-commerce ○ Budget marketing important

1.5 Les chiffres-clés

✓ Focus sur l'agriculture régionale

- 4^{ème} région française en termes de croissance du PIB depuis 10 ans
- 60 080 exploitations en 2018 : 1^{ère} région agricole avec 16% des exploitations françaises
- 65% des exploitations professionnelles commercialisent des produits sous SIQO (estimation avec AB)
- 1^{ère} région en viticulture, légumes secs, ovins viande et lait, apiculture
- 2^{ème} région en maïs semences, fruits frais, caprins, palmipèdes gras
- Une exploitation sur cinq est inscrite dans une démarche de circuit court

✓ La concertation citoyenne régionale sur alimentation

- Les ventes en ligne ne représentent encore que 0,3 % du marché alimentaire mais cette part pourrait s'élever à 5,5 % en 2022

- 78% des répondants sont prêts à participer à des initiatives qui leur permettraient de faciliter l'accès à des produits locaux de qualité
- 92% des répondants seraient prêts à privilégier dans leurs achats les produits d'Occitanie s'ils étaient facilement identifiables.
- 92 % des personnes interrogées privilégient l'approvisionnement local.
- 72 % de l'alimentaire est acheté en Grande Distribution

✓ **L'e-commerce en France**

- La France compte 40 millions d'acheteurs internet.
- L'Occitanie est la région où on achète le plus en ligne avec une pénétration d'acheteur par cible d'internaute de 83.6%.

✓ **Les français et les comportements d'achat**

- Le e-commerce a peu d'impact sur les commerces de proximité. Il s'agit d'une alternative d'achat aux centres commerciaux et à la GD.
- Mode de paiement utilisé en ligne : 80.1% utilise la carte bancaire et 11,5% un portefeuille en ligne.
- Mode de livraison préféré par les français : 85% à domicile, 68% en points relais, 28% en click-and-collect.
- 49% des acheteurs mobiles achètent sur Internet au moins une fois par mois à partir de leur mobile
- 40% des utilisateurs quittent un site web dont le chargement prend plus de 3 secondes.
- Une page produit qui contient une vidéo peut engendrer une augmentation des commandes de 144%.

✓ **E-commerce & cibles**

- 70 % privilégient les sites qui mettent en avant une démarche responsable
- 71 % regroupent les commandes afin de limiter les livraisons
- 77 % trient les emballages des commandes et 45 % les réutilisent
- Plus de 8 seniors sur 10 (65 ans et plus) en moyenne ont déjà acheté sur Internet.

✓ **L'impact de la covid-19 sur les pratiques alimentaires**

- Près de huit consommateurs sur dix se disent favorables à manger des produits 100 % locaux (+ 24 % en un an)
- 83% des Français interrogés privilégient le Made in France et 74% favorisent les produits régionaux pour ces produits.
- Plus d'un Français sur deux (55 %) déclare combiner ses achats entre magasin physique et en ligne.
- 90 % des Français interrogés souhaitent continuer à faire leurs courses en ligne après le confinement
- 80% des e-commerçants constatent :
 - Une augmentation de 79% de la fréquentation en magasin physique
 - Une augmentation de 63% du chiffre d'affaires en magasin physique
 - Un élargissement de 42% de la zone de chalandise

✓ **Sources**

Les différentes données peuvent être consultées sur :

- <https://occitanie.chambre-agriculture.fr/chiffres-cles/agriculture-doccitanie/> (Chiffres Agriculture Occitanie)
- <https://fr.calameo.com/read/0029613386d3b921cd7eb?page=1> (Pacte régional Alimentation)
- <https://www.fevad.com/chiffres-cles-du-e-commerce-en-2020/> (Chiffres e-commerce)
- <https://www.ca-moncommerce.com/creation-site-internet/les-chiffres-cles-du-e-commerce-en-france-en-2019/> (Chiffres e-commerce)
- <https://www.oberlo.fr/blog/ecommerce-france> (Chiffres e-commerce)
- <https://www.oberlo.fr/blog/petits-commerces> (Chiffres e-commerce)

2. Les prestations attendues

2.1 Pilotage et suivi du projet

Le candidat proposera un mémoire technique réalisé comme suit :

- Une lettre de candidature
- Une méthodologie par phase
- Des préconisations sur l'organisation de la mission
- Un retroplanning sera également élaboré afin de pouvoir mettre en ligne la plateforme mi-octobre 2021

2.2 Recensement et analyse de l'offre

- Réflexion sur la création et l'administration d'une base de données commune
- Diagnostic et benchmark sur les plateformes existantes en Occitanie et en France
- Définition du périmètre géographique de la plateforme
- Définition d'un plan d'actions destiné aux vendeurs pour les former et les accompagner dans leur transformation numérique, logistique et marketing.

2.3 Analyse de la demande des consommateurs

- Qualifier la cible commerciale en s'appuyant sur des études de marché existantes et en la complétant si besoin

2.4 Analyse des possibilités logistiques

- Analyse de l'offre logistique
- Rencontre avec les acteurs traditionnels et innovants
- Elaboration du ou des cahiers des charges pour la sélection des partenaires logistiques
- Accompagner le cotech dans le calibrage sur le phasage suivant :
 - Temps 1 : partenariat avec un logisticien pour un envoi des produits du producteur au consommateur.
 - Temps 2 : réflexion sur la mise en place de points de départ collectif : MIN, points relais, boutiques de producteurs, commerçants de proximité ou autres ? (en option dans la proposition)

A noter, les partenaires permettront et faciliteront la mise en œuvre d'actions novatrices par les professionnels, permettant de répondre aux attentes toujours plus exigeantes quant à la traçabilité, la livraison et le packaging.

2.5 Proposition d'un modèle économique

- Réflexion sur le modèle économique et quelle(s) création(s) de valeur ?
Travailler sur l'articulation prix/produit/valeur ajoutée et donner les clés au consommateur pour qu'il ne se rabatte pas toujours sur le produit le moins cher. La place de marché ne doit pas être un comparateur de prix
- Identification des coûts par clés de lecture : investissement, fonctionnement et référencement)
- Construction du projet budgétaire global en fonction des choix retenus

2.6 Analyse du cadre juridique, RH et financier

- Travail sur la rédaction des statuts juridiques et du portage de la plateforme
- Calibrage de l'organisation RH de la plateforme

2.7 Analyse et préconisations pour la mise en œuvre opérationnelle de la marketplace

- Analyse de l'offre digitale sur le marché français
- Rencontre avec les potentiels prestataires
- Elaboration du ou des cahiers des charges pour la sélection des partenaires e-commerce

3. Le calendrier prévisionnel

- **Phase 1 : recrutement de l'assistance à maîtrise d'ouvrage (février / mars)**
 - *Semaine 7 : Mise en ligne du marché " Assistance à maîtrise d'ouvrage"*
 - *Semaine 10 : Retour et analyse des offres*
 - *Semaine 11 : 2ème cotech - kick off meeting avec l'expert sélectionné*
- **Phase 2 : identification des besoins des producteurs et définition des cadres du projet (administratif, juridique et technique) (mi-mars / mi-mai)**
 - *Semaine 12 à 19*
- **Phase 3 : choix stratégiques : autour du 20 mai**
 - *Semaine 20 : 3ème copil*
- **Phase 4 : 2ème étape d'accompagnement : 27 mai**
 - *Semaine 21 : rédaction et validation du cahier des charges pour le choix d(es) prestataire(s) Digital et Logistique.*
- **Phase 5: choix des partenaires techniques : 24 juin**
 - *Semaine 25 : retour des offres et choix du prestataire*
- **Phase 6: mode opérationnel : MISE EN LIGNE DE LA PLATEFORME : AUTOMNE 2021**
 - *Du 24 juin au 15 Octobre 2021*

4. Le coordinateur du projet

Créé en 1992, l'IRQUALIM (Institut Régional de la Qualité Alimentaire d'Occitanie) a pour objet de développer une politique régionale de qualité des produits agricoles et agro-alimentaires par toute action favorisant la mise en œuvre et la promotion des signes officiels de qualité dans un esprit d'aménagement du territoire et avec le souci de préserver un patrimoine, une activité économique, des modèles de productions spécifiques et de répondre aux attentes des consommateurs légitimement exigeants en matière de qualité et de sécurité sanitaire de leur alimentation.

En créant un premier organisme de ce type en France, le conseil régional Occitanie et la profession agricole ont concrétisé leur volonté de préserver l'excellence et l'authenticité de ses productions agroalimentaires. L'IRQUALIM a d'ailleurs servi de référence à d'autres régions françaises.

Les missions de l'IRQUALIM sont liées à l'accompagnement des démarches qualité et d'une alimentation durable :

- Soutien à la structuration des différentes filières agroalimentaires régionales
- Promotion des produits sous Signes d'Identification de la Qualité et de l'Origine (SIQO) et démarches valorisantes
- Appui à la commercialisation des produits sous Signes d'Identification de la Qualité et de l'Origine (SIQO) et démarches valorisantes
- Coordonne la Chaire In'FAAQT « Innover dans les filières agricoles et agro-alimentaires, pour la qualité et les territoires » en partenariat avec (Montpellier SupAgro, Toulouse INP-ENSAT, Toulouse INP-PURPAN).

OFFRE DE PRESTATIONS A ADRESSER PAR MAIL

AVANT LE JEUDI 4 MARS 2021 – 12h

A

Kelvine GOUVERNAYRE kelvine.gouvernayre@irqualim.fr

Pour toute demande complémentaire, celle-ci doit être formulée par e-mail afin de mettre à disposition les réponses à l'ensemble des candidats identifiés