

## **CAHIER DES CHARGES**

Relatif à une

**Etude sur la transformation de la viande bovine en Martinique**

*Date et heure limites de réception des offres :*

*Le 02/07/2025 à 12h*

## 1. Contexte

La CODEM souhaite mettre en place une unité de transformation de viande hachée et produits élaborés à base de bœuf (charcuterie, produits transformés, bœuf séché, bœuf salé, saucisserie...) afin de mieux valoriser localement la viande bovine et mieux rémunérer les éleveurs. L'unité de transformation permettra en effet de valoriser les parties dites moins nobles de l'animal.

Fabriquer de la viande hachée, transformer et valoriser en charcuterie ou produits élaborés permettraient de créer de nouveaux débouchés sur le territoire et d'apporter une alternative aux produits importés à base de bœuf en frais qui ont une durée de conservation assez courte, soit moins de 72h.

C'est aussi la proposition de produits frais avec une meilleure valeur nutritionnelle par rapport aux produits surgelés, ce qui permet de s'adapter aux changements de mode de consommation.

La CODEM a bénéficié des résultats d'une analyse du PARM en 2019 sur le référencement en Martinique et la concurrence entre produits à base de bœuf consommés sur l'île. Cependant, cette analyse a besoin d'être actualisée et élargie pour optimiser l'offre de viande transformée localement dans un souci d'augmentation de la souveraineté alimentaire.

## 2. Objet de l'étude

### 2.1. Périmètre de l'étude

Il s'agit de conduire une étude de marché sur le segment de la transformation de la viande bovine à l'échelle de la Martinique, en se comparant sur certains aspects au marché hexagonal.

### 2.2. Objectifs de l'étude

Dans le cadre de l'implantation d'un atelier de transformation de la viande bovine, la CODEM souhaite réaliser une étude sur 4 thématiques :

- *cerner les attentes des consommateurs martiniquais vis-à-vis des produits transformés à base de bœuf ;*
- *évaluer l'offre locale des produits transformés à base de bœuf, en la comparant notamment à l'offre hexagonale;*
- *identifier les leviers de référencement dans les différents circuits de commercialisation : GMS, restauration, boucheries, traiteurs ...*
- *orienter les choix d'investissements à réaliser dans un atelier de transformation pour satisfaire les attentes des consommateurs.*

Ainsi, les produits issus de la transformation locale seront ciblés et feront écho à la demande des ménages pour répondre à leurs attentes. Il s'agira notamment d'évaluer la demande par exemple en bœuf séché, en plats en sauce à base de bœuf, en bœuf salé, en saucisserie de bœuf, en viande hachée, en pastrami...

En effet, selon une étude de l'INSEE, les familles martiniquaises consomment 11% de produits transformés et 19% de produits ultra-transformés hors boisson (*Insee, enquêtes Budget de famille 2017; classification NOVA*).

Par conséquent, cette étude permettra également d'évaluer l'enjeu de la mise en route d'un atelier de transformation sur la souveraineté alimentaire.

### 2.3. *Méthodologie de l'étude*

Le prestataire devra réaliser pour :

#### **- Une meilleure connaissance des attentes des consommateurs**

1- une enquête quantitative portant sur la consommation de produits transformés à base de viande de bœuf auprès de consommateurs (200 personnes issues d'un panel représentatif de la population martiniquaise constitué par le prestataire) ;

4- une enquête qualitative sous forme de Focus Group avec un panel de plus de 40 personnes (20 -40 ans / 41 – 65 ans) avec des questions relatives aux produits transformés à base de bœuf ;

Les questionnaires soumis aux consommateurs sont préalablement validés par le comité technique qui suit l'étude.

#### **- Evaluer l'offre locale**

2- le relevé des produits transformés à base de bœuf les plus vendus en GMS et une analyse de l'offre de produits transformés à base de bœuf présents au sein des linéaires des GMS. L'étude comprend aussi la comparaison de l'offre de produits transformés à base de viande bovine proposées en France hexagonale avec l'offre Martiniquaise ;

3 - une analyse des conditionnements des différentes familles de produits transformés en France ou en Martinique est à conduire pour décrire les différents contenants et évaluer les services rendus aux consommateurs ;

Cette évaluation de l'offre locale et la comparaison avec l'offre hexagonale sera à mettre directement en lien avec les enquêtes concernant les attentes des consommateurs (au regard de leurs habitudes d'achat, attentes et également des innovations/conditionnements qui existeraient en hexagone et qui pourraient intéresser la population martiniquaise).

#### **- Identifier les leviers de référencement,**

5- des entretiens avec les responsables des rayons frais et des chefs bouchers en GMS.

6- une analyse des attentes des autres circuits de commercialisation (restauration collective, CHR, boucheries...) par le biais d'entretiens.

Leurs trames sont préalablement validées par le comité technique qui suit l'étude.

#### **- Aider à la décision en termes de choix d'investissements** à réaliser dans un atelier de transformation,

7- la proposition d'une short liste de références répondant aux attentes à la fois des consommateurs et des opérateurs de commercialisation pour lesquels il identifie des matériels et leurs distributeurs qui sont aptes à travailler avec un atelier implanté en Martinique.

Le prestataire devra faire valider cette short liste par le comité technique.

### 3. Délais de réalisation de l'étude

Le début de la prestation est fixé au lendemain à la date de notification de la commande pour une durée de six mois maximum, soit 6 mois.

### 4. Montant

Le **montant maximum de l'étude est de trente-neuf mille neuf cents quatre-vingt-dix-neuf euros hors taxe, soit 39 999 € HT** pour la durée totale de l'étude.

### 5. Livrables

A minima, le prestataire retenu devra fournir :

- Support de présentation de la restitution finale (sous format PPT) ;
- Rapport d'étude rédigé (sous format Word) qui restitue l'ensemble des thématiques de l'étude ;
- Une synthèse de 10 pages (sous format Word) ;
- Un résumé de 2 pages (sous format Word) ;
- Les compte-rendu des entretiens conduits dans le cadre de l'étude ;
- Les relevés des références des produits transformés à base de bœuf commercialisés par circuit de commercialisation et par enseigne ;
- Les documentations des matériels et les coordonnées des fournisseurs.

### 6. Pilotage de l'étude et suivi des travaux

Le suivi des travaux est réalisé par un comité de pilotage composé, *a minima*, d'un représentant de l'ODEADOM (financeur de l'étude), de la DAAF et de la CODEM (Coopérative des éleveurs de Martinique), de l'AMIV, de l'AMPI, du PARM. Selon l'ordre du jour, des experts sont susceptibles de participer aux comités de pilotage.

Le prestataire assurera la présentation de l'avancée du projet sous forme de diaporamas, et la production de compte-rendu des réunions du comité de pilotage.

Un minimum de trois comités de pilotage sera prévu (1 copil de lancement, 1 copil de mi-parcours avec remise d'une synthèse intermédiaire arrêtant notamment la short liste des produits adaptés au marché martiniquais et 1 copil d'achèvement).

Le prestataire pourra en tant que de besoin proposer la tenue de réunions techniques intermédiaires pour réaliser des bilans d'étape le cas échéant. Le comité technique se compose d'un représentant de la CODEM et de la DAAF. Selon les thématiques, des experts sont susceptibles de participer aux comités techniques.

## 7. Modalités de réponses à l'appel d'offre

### 7.1. Calendrier

Date limite de dépôt des candidatures 2/07/2025 - 12h

### 7.2. Critères de sélection

| Critères                                                                                                                                                                                                            | Pondération |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|
| Prix<br>Note de l'offre = (note maximale (20) x valeur TTC de la meilleure offre financière) / valeur TTC de l'offre financière analysée                                                                            | 30          |
| Compréhension de la problématique et connaissance du sujet                                                                                                                                                          | 15          |
| Méthodologie<br>→ Etude consommateurs<br>→ Etude de l'offre produits<br>→ Etude des circuits de commercialisation<br>→ Identification des matériels et des fournisseurs adaptés à un atelier implanté en Martinique | 40          |
| Moyens humains et compétences                                                                                                                                                                                       | 15          |
| TOTAL                                                                                                                                                                                                               | 100         |

### 7.3. Modalités de candidature

L'offre des candidats devra comprendre a minima :

1. la présentation générale de la proposition,
2. les coordonnées complètes de la personne déposant officiellement la proposition et de la personne responsable de l'étude,
3. la présentation de la structure candidate,
4. la méthodologie envisagée détaillée,
5. le planning détaillé des actions,
6. les moyens humains impliqués dans l'étude (CV, fonctions dans le projet, nombre de jours prévisionnels consacrés à l'étude...),
7. les moyens techniques et matériels mobilisés,
9. le devis de l'étude,
10. un RIB,
11. un extrait de Kbis de moins de trois mois,
12. tout autre élément jugé pertinent par le déposant.

Des informations détaillées, permettant d'évaluer le contenu concret de la proposition, sont souhaitées (cf. critères de sélection). En cas de proposition impliquant plusieurs partenaires, une seule candidature doit être déposée par la structure porteuse du projet.

#### Dépôt du dossier

Le dossier de candidature complet sera envoyé par voie électronique à :

[direction@codem.pro](mailto:direction@codem.pro) et [saf.daaf972@agriculture.gouv.fr](mailto:saf.daaf972@agriculture.gouv.fr)