

CONSULTATION COMMERCIALE N° 09/2019

CAHIER DES CHARGES

Objet : accompagnement stratégique et animation des réseaux sociaux du CRT à destination du grand public

.....

1 CONTEXTE

Première destination touristique en France après Paris - Île-de-France, la région Provence-Alpes-Côte d'Azur accueille chaque année 30 millions de touristes, dont plus de 6 millions proviennent de l'international. Le développement touristique est avant tout au service de l'économie régionale puisqu'il génère 13 % du PIB et une consommation touristique de 18 milliards d'euros.

La région Provence-Alpes-Côte d'Azur possède trois territoires distincts et autant d'identités. Trois marques fortes ont été créées afin d'assurer la promotion touristique de ces destinations, Provence, Alpes et Côte d'Azur. Trois marques monde dont la notoriété et l'attractivité doivent être renforcées et dynamisées sur le plan national et international afin d'augmenter la notoriété et de se démarquer durablement des destinations touristiques concurrentes.

Intimement lié aux stratégies de notoriété et d'attractivité des marques, les réseaux sociaux se positionnent comme un canal incontournable en matière de rayonnement et d'attractivité touristique mais également pour la conquête de nouvelles clientèles internationales. A l'heure où les usages numériques ne cessent d'évoluer, les destinations de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur doivent se positionner comme précurseurs dans leur capacité à adapter et mettre en scène leurs marques et leurs offres en s'appuyant sur les usages numériques comme catalyseur, créateur de valeurs mais également support différenciant.

L'enjeu est d'autant plus de taille pour les années à venir, qu'une partie significative des voyageurs seront des *millenials* en quête d'instantanéité, d'authenticité, d'émotion et de personnalisation de leurs expériences touristiques.

Le CRT a commencé en 2018 un projet de refonte de son écosystème digital qui comprend un [site d'accueil touristique régional](#) (sortie avril 2019) et trois sites indépendants, dédiés aux marques territoriales : [Provence](#) (sortie juillet 2019), Alpes et Côte d'Azur (sorties à l'automne 2019). Les objectifs de cet écosystème sont le développement de la notoriété de la destination, l'accroissement de la fréquentation des clientèles européennes, l'attraction des clientèles lointaines à forte contribution, et le développement de séjours hors période estivale...

Dans cette optique et en lien avec cette nouvelle dynamique, le CRT souhaite développer ses actions « Social Media » auprès de la clientèle internationale et notamment auprès des marchés britanniques et nord-américains qui constituent des marchés prioritaires.

2 OBJET DE LA CONSULTATION

Le Comité Régional de Tourisme (CRT) Provence-Alpes-Côte d'Azur, organisme institutionnel en charge de la promotion touristique, recherche une agence social media spécialisée en tourisme & marketing, ayant une bonne connaissance des problématiques touristiques de la région. L'agence aura pour mission de développer et animer les réseaux sociaux du CRT, et afin de l'accompagner dans le développement de sa stratégie Social Media à l'international, et plus particulièrement à destination des marchés anglophones UK et USA, en adaptant le contenu éditorial aux spécificités de chacun de ces marchés (langage, attentes clientèles, etc.). Un profil de Social Media Manager de langue native répondrait aux mieux aux attentes du CRT.

Les objectifs de la stratégie éditoriale visent à répondre aux besoins du cycle du voyageur : informer, susciter l'envie, convertir, fidéliser.

Cet accompagnement portera sur deux axes : stratégie et animation des réseaux sociaux (Facebook et Instagram), et achat d'espaces. Le prestataire devra prendre connaissance des lignes éditoriales de chacune des marques de destination – Provence, Alpes et Côte d'Azur pour faire les préconisations nécessaires afin de renforcer le positionnement du CRT sur les réseaux sociaux : thématiques à valoriser, différents formats de contenus et fréquence de publication, plateformes et ciblage, etc.

Jusqu'à présent, le travail sur les réseaux sociaux était essentiellement lié à développer et consolider la présence du CRT sur Facebook à l'international (page UK classée en 4ème position du baromètre We Like Travel des destinations françaises sur les réseaux sociaux au Royaume-Uni). Aujourd'hui, le compte Instagram du CRT, avec près de 20 000 followers, doit se développer autour d'une communication globale et unique, et acquérir plus de visibilité sur tous marchés confondus (les marchés principaux restant les USA et le UK) tout en représentant l'image des 3 marques de destinations, dans le respect d'une ligne éditoriale collant au plan marketing.

L'objectif principal est donc de travailler les différentes communautés, tout réseau social confondu, pour qu'elles soient qualitatives, engagées et solides, mais aussi de générer du trafic vers les sites web du CRT. Le CRT attend de l'agence du conseil tout au long de la collaboration, de la réactivité et des initiatives ainsi qu'un regard analytique et critique quant aux actions menées.

Le démarrage de la mission est prévu pour octobre 2019 et ce pour une période d'un an. Il est à noter que ce travail a été amorcé au début de l'année 2018 et qu'il est nécessaire d'en assurer la continuité tout en améliorant les résultats obtenus.

La prestation pourra être **renouvelée pour une période de 12 mois** à compter du terme de la prestation initiale sur la base d'un rapport des services du CRT Provence-Alpes-Côte d'Azur exprimant son avis favorable quant à la qualité des travaux effectués par le prestataire. Cette décision sera assujettie à la **validation de la Commission des Marchés**.

La proposition financière doit porter uniquement sur la partie animation des réseaux sociaux, l'achat d'espace sera pris en charge directement par le CRT via son compte publicitaire. Sont attendues dans la proposition des recommandations budgétaires en fonction des objectifs d'accroissement et d'engagement des communautés sur les comptes de réseaux sociaux du CRT (publications sponsorisées, campagnes, etc.). Les honoraires du prestataire devront être précisés et inclus dans la proposition financière.

2.1 LISTE DES COMPTES SOCIAUX GRAND PUBLIC DU CRT

- Facebook :
 - Provence-Alpes-Côte d'Azur Tourisme (FR) : @[provençalpescotedazur](#) (134 317 Likes)
 - Visit South of France (UK et marchés de proximité) : @[visitsouthoffrance](#) (50 254 Likes)
 - Visit South of France (USA et reste du monde) : @[discoversouthoffrance](#) (69 983 Likes)
- Instagram :
 - Provence-Alpes-Côte d'Azur : @[visitsouthoffrance](#) (19 729 Likes)

2.2 ACTIONS A MENER

- **Stratégie Social Media :**
 - Faire des préconisations et accompagner le CRT dans la définition et le positionnement de sa page globale sur Facebook (page FR, page UK et marchés de proximité, et page USA et reste du monde), et sur Instagram, en cohérence avec les valeurs des marques de destination : nouvelles cibles, thématiques porteuses, iconographie, etc.
- **Animation des réseaux sociaux :**
 - Calendrier éditorial couvrant l'ensemble du territoire et les 3 marques monde de la région. L'objectif est de développer une communication attractive inspirante et invitant à découvrir la Provence, les Alpes et la Côte d'Azur
 - Rédaction et publication de messages sur Facebook et Instagram, à minima 3 par semaine par réseau, en anglais tout en tenant compte des spécificités de langage propres au Royaume-Uni et aux USA (Facebook)
 - Animation et modération des communautés Facebook et Instagram
- **Campagnes :**

Les montants seront pris en charge sur un autre budget, directement sur le compte publicitaire Facebook du CRT, entre autres, après validation des propositions du prestataire.

 - Gestion et optimisation des campagnes
 - Sponsoring des publications
 - Campagnes de marques
- **Bilan mensuel :**
 - Reporting des actions menées sur les différents comptes de réseaux sociaux : analyse des campagnes, ciblage, profil de la communauté, etc.
 - Analyses des actions et préconisations sur les actions à venir

3 PRESENTATION DE L'OFFRE

3.1 DATE LIMITE DE RECEPTION DES OFFRES

Mise en ligne de l'offre sur Internet : **mardi 30 juillet 2019**

La réception des offres est fixée au vendredi 6 septembre 2019 à 17h au plus tard.

- ✓ Par e-mail : b.perin@provence-alpes-cotedazur.com copie b.triffaux@provence-alpes-cotedazur.com et m.diduca@provence-alpes-cotedazur.com

Choix du prestataire : par la Commission des Marchés du CRT Provence-Alpes-Côte d'Azur mi-septembre

Notification de la mission : mi-septembre

Réunion de cadrage : fin septembre au plus tard

Pour toute question relative à la consultation :

- **Contact administratif :**
 - Bernard Perin, Secrétaire Général du CRT Provence-Alpes-Côte d'Azur : b.perin@provence-alpes-cotedazur.com, +33 (0)4 91 56 47 00.
- **Contacts techniques :**
 - Béryl Triffaux, Webmaster, CRT Provence-Alpes-Côte d'Azur : b.triffaux@provence-alpes-cotedazur.com, +33 (0)4 91 56 47 20
 - Magali Di Duca, Chargée de communication, CRT Provence-Alpes-Côte d'Azur : m.diduca@provence-alpes-cotedazur.com, +33 (0)4 91 56 47 23

3.2 PROPOSITION FINANCIERE

La proposition financière devra être présentée de façon lisible et explicite. Chaque poste fera l'objet d'un chiffrage détaillé TTC, poste par poste, permettant d'identifier pour chacune des prestations le type d'intervenant.

3.3 CRITERES DE SELECTION DES PROPOSITIONS

Les propositions seront examinées et classées en fonction des critères suivants :

Valeur technique de la proposition, planning et équipe mobilisée	60%
Prix	25%
Présentation du prestataire, références et expériences sur des projets similaires	15%

3.4 PIÈCES À FOURNIR AVEC L'OFFRE

Le prestataire réalisera un dossier de présentation de son offre. Ce dossier de présentation au format papier ou numérique contiendra :

- N° SIRET
- TVA interne, intracommunautaire
- Extrait Kbis de moins de 3 mois
- Certificats de régularité sociale et fiscale, année n-1
- Fournir la Déclaration DC4 si appel à la sous-traitance
- Contacts de 3 références récentes (moins de 2 ans)
- Un portfolio avec à minima 3 contenus/articles/pages représentatifs des travaux du prestataire
- Mémoire technique de réponse : réponse au cahier des charges, intervenants
- Proposition financière détaillée TTC poste par poste, incluant les honoraires qui devront apparaître une ligne distincte
- Le présent cahier des charges paraphé, daté et signé avec la mention « Lu et approuvé » par le prestataire

Toute proposition complète, reçue dans les délais, sera examinée et fera l'objet d'une réponse positive ou négative. Les propositions incomplètes ou qui ne seront pas parvenues à temps seront systématiquement exclues de la consultation.