

# CONSULTATION COMMERCIALE N° 05/2021

## CAHIER DES CHARGES

**Objet : Accompagnement stratégique et animation des réseaux sociaux du CRT Provence-Alpes-Côte d'Azur 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.

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 mondes 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 millennials en quête d'instantanéité, d'authenticité, d'émotion et de personnalisation de leurs expériences touristiques.

Le CRT a lancé depuis 2018 la refonte de son écosystème digital un site d'accueil touristique régional, avec des espaces dédiés aux spécificités des marques Provence et Alpes, et dont les objectifs 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 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 COMMERCIALE

Le Comité Régional de Tourisme Provence-Alpes-Côte d'Azur, organisme institutionnel en charge de la promotion touristique, recherche une ou plusieurs agence(s) Social Media spécialisée(s) en tourisme & marketing, ayant une bonne connaissance des problématiques touristiques de la région. L'objectif est de développer et animer les réseaux sociaux du CRT, et plus particulièrement :

**1. Lot n° 1 : les comptes Facebook** à destination des marchés anglophones UK (@visitsouthoffrance) et USA (@discoversouthoffrance), 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. Le CRT souhaite aussi voir apparaître, de manière optionnelle dans cette proposition, le coût de la prestation étendue au marché allemand, comprenant le Community Management ainsi que la gestion de campagnes dédiées à ce marché.

**2. Lot 2 : le compte Instagram** @visitsouthoffrance. Le Community Manager sera en charge de l'animation du compte (en français et anglais), de garantir l'univers des marques de destination Provence, Alpes et Côte d'Azur, et des actions de recrutement de fans et de publicités des contenus.

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

Sur chacun des 2 lots, la mission 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.

L'objectif principal est donc de travailler les différentes communautés, en représentant l'image des 3 marques de destinations, dans le respect d'une ligne éditoriale collant au plan marketing, 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 des agences 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 2021 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, en fonction de la satisfaction exprimée par les services du Comité Régional de Tourisme Provence-Alpes-Côte d'Azur quant à la qualité des travaux effectués par le prestataire. Cette décision sera validée par la Commission des Marchés après établissement par les services du compte-rendu des travaux réalisés par le prestataire.

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, notamment sur l'achat d'espaces, devront être précisés et inclus dans la proposition financière. Il est possible de répondre aux 2 lots séparément ou simultanément.

## 2.1 LISTE DES COMPTES SOCIAUX GRAND PUBLIC DU CRT

### Facebook :

Provence-Alpes-Côte d'Azur Tourisme (FR) : @provencealpescotedazur (147 634 fans)

Visit South of France (UK et marchés de proximité) : @visitsouthoffrance (91 781 fans)

Visit South of France (USA et reste du monde) : @discoversouthoffrance (117 247 fans)

### Instagram :

Provence-Alpes-Côte d'Azur : @visitsouthoffrance (31 593 fans)

## 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/ou 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, ciblages, profil de la communauté, thématiques, formats, etc. ;
- Analyses des actions et préconisations sur les actions à venir.

### 3. RÉPONSE À LA CONSULTATION

**Mise en ligne** de la consultation commerciale sur le site CRT : le mercredi **04 août 2021**.

**La date limite de réception** des offres est fixée au jeudi **09 septembre 2021 à 12h00** au plus tard.

**Retour des offres :**

1. **Par courrier** (en 3 exemplaires) sous pli fermé libellé : CRT PROVENCE ALPES COTE D'AZUR CONSULTATION COMMERCIALE N° 05/2021  
IMMEUBLE LE NOAILLES  
62/64 LA CANEBIERE - CS 10009  
13231 MARSEILLE CEDEX 01
2. **Par email :**  
Bernard PERIN [b.perin@provence-alpes-cotedazur.com](mailto:b.perin@provence-alpes-cotedazur.com)  
Béryl TRIFFAUX [b.triffaux@provnce-alpes-cotedazur.com](mailto:b.triffaux@provnce-alpes-cotedazur.com)  
Magali DI DUCA [m.diduca@provence-alpes-cotedazur.com](mailto:m.diduca@provence-alpes-cotedazur.com)

**Pour toute question relative à la consultation :**

**Contact administratif :**

Bernard Perin - Secrétaire Général  
[b.perin@provence-alpes-cotedazur.com](mailto:b.perin@provence-alpes-cotedazur.com) - 04 91 56 47 00

**Contact technique :**

Béryl Triffaux - Webmaster  
[b.triffaux@provence-alpes-cotedazur.com](mailto:b.triffaux@provence-alpes-cotedazur.com) - 04 91 56 47 20  
Magali Di Duca - Chargée de communication  
[m.diduca@provence-alpes-cotedazur.com](mailto:m.diduca@provence-alpes-cotedazur.com) - 04 91 56 47 23

### PROPOSITION FINANCIERE

La proposition financière devra être présentée de façon lisible et explicite. Chaque poste fera l'objet d'un chiffrage détaillé TTC permettant d'identifier pour chacune des prestations le type d'intervenant. Chaque lot sera analysé séparément par les équipes techniques du CRT.

### PIÈCES À FOURNIR

- Contacts de 2 ou 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 ;
- N° de SIRET, TVA interne, intracommunautaire ;
- Extrait Kbis de moins de 3 mois ;
- Certificats de régularité fiscale et sociale (Année N-1) ;
- Attestations d'assurance responsabilité civile et professionnelle ;
- Le présent cahier des charges paraphé, daté et signé avec la mention « lu et approuvé » par la société.

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.

---

## **CRITÈRES D'ATTRIBUTION**

---

- Proposition technique (50 %)
- Références et planning prévisionnel (25 %)
- Proposition tarifaire (25 %)

---

## **CHOIX DU PRESTATAIRE**

---

Par la Commission des marchés du CRT: **mi-septembre 2021**

Notification de la mission et réunion de cadrage : **avant fin septembre 2021**