

CONSULTATION COMMERCIALE N° 05/2022

CAHIER DES CHARGES

Objet : Etude de positionnement du Comité Régional de Tourisme Provence-Alpes-Côte d'Azur sur le réseau social grand public TikTok

.....

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 liés 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 mis en place, en 2018, son écosystème digital visant à valoriser les spécificités des marques Provence, Alpes et Côte d'Azur, mais aussi de nos filières stratégiques (écotourisme, vélo, art moderne et contemporain, nautisme, golf, œnotourisme, etc.) avec pour objectif le développement de la notoriété du territoire régional, l'accroissement de la fréquentation des clientèles françaises et européennes, l'attraction des clientèles lointaines à forte contribution, et le développement de séjours hors période estivale pour mieux étaler la fréquentation sur l'ensemble de l'année.

Dans cette optique et en lien avec cette dynamique, le CRT souhaite accroître sa présence sur les réseaux sociaux en accentuant ses actions de promotions auprès des plus jeunes. Dans ce contexte, réfléchir à notre positionnement sur TikTok devient une nécessité.

OBJET

Le Comité Régional de Tourisme (CRT) Provence-Alpes-Côte d'Azur, organisme institutionnel en charge de la promotion touristique, recherche une agence « Social Media » ayant une bonne connaissance des enjeux liés au tourisme. L'agence aura pour mission de lancer une étude de positionnement du CRT sur TikTok, application la plus téléchargée dans le monde en 2021.

Cette étude a pour but d'aider le CRT Provence-Alpes-Côte d'Azur à définir son positionnement sur TikTok en analysant une présence à 3 niveaux : création et animation d'un compte en propre, mise en place de campagnes publicitaires, partenariat avec des influenceurs. L'agence pourra également faire des propositions d'autres leviers à activer sur ce réseau si nécessaire. Concrètement, il s'agit de répondre aux 3 questions suivantes :

1. Faut-il impérativement créer un compte dédié pour notre destination ? Et si oui, quelle ligne éditoriale adopter et quels moyens humains et financiers mobiliser pour l'animer ?
2. Comment faire de la publicité sur ce réseau ? Est-il incontournable aujourd'hui pour le CRT de le faire pour séduire les plus jeunes ? Si oui, quels sont les moyens humains et financiers nécessaires pour réussir ?
3. Comment travailler avec des influenceurs TikTok pour booster la notoriété de nos destinations ? Est-ce une voie à suivre ?

Cette étude devra permettre d'établir une feuille de route à 3 ans pour le CRT avec une proposition de scénarios adaptés en fonction des moyens humains et financiers mobilisables. Elle devra tenir compte du double positionnement du CRT avec une promotion de la région dans son ensemble auprès du public français et une logique de promotion/destination sur l'international. Le prestataire pourra s'inspirer des lignes éditoriales adoptées sur les outils de communication gérés par le CRT sur son écosystème digital.

LES PRINCIPAUX MEDIAS DIGITAUX DU CRT

Site web

provence-alpes-cotedazur.com, site décliné en français, anglais et allemand (1,9 millions de visites en 2021)

Facebook

- + Provence-Alpes-Côte d'Azur Tourisme (FR) : @provencealpescotedazur (153k fans)
- + Visit South of France (UK et marchés de proximité) : @visitsouthoffrance (93k fans)
- + Visit South of France (USA et reste du monde) : @discoversouthoffrance (120k fans)

Instagram

- + Provence-Alpes-Côte d'Azur : @visitsouthoffrance (36k followers)

MISSION ATTENDUE

Si votre proposition est retenue, l'étude de positionnement confiée par le CRT devra inclure :

- Un état des lieux et un diagnostic sur l'intérêt d'être présent sur ce réseau
- Une analyse des dernières tendances sur le réseau
- Un benchmarking des bonnes pratiques d'autres destinations sur TikTok
- Une analyse du positionnement du CRT à 3 niveaux : compte dédié, publicité, partenariat avec des influenceurs
- Des scénarios à suivre pour le CRT en fonction de l'investissement qu'il pourra y consacrer.

REPONSE A LA CONSULTATION COMMERCIALE

Mise en ligne de la consultation commerciale sur le site CRT : le **jeudi 24 mars 2022**

La date limite de réception des offres est fixée : le lundi 25 avril 2022 à 12h00 au plus tard

Retour des offres numérique par email :

Bernard PERIN	b.perin@provence-alpes-cotedazur.com
Béryl TRIFFAUX	b.triffaux@provence-alpes-cotedazur.com
Aurélie CELINDANO	a.celindano@provence-alpes-cotedazur.com
Copie à Céline LUCIDO	c.lucido@provence-alpes-cotedazur.com

Pour toute question relative à la consultation :

Contact administratif :

Bernard PERIN - Secrétaire Général - Tél. 04 91 56 47 00

Contact technique :

Béryl TRIFFAUX - Webmaster - Tél. 04 91 56 47 20

Aurélie CELINDANO - Chargée de communication - Tél. 04 91 56 47 23

PIÈCES À FOURNIR

- N° de SIRET
- TVA interne, intracommunautaire
- Extrait Kbis de moins de 3 mois
- Certificats de régularité sociale et fiscale, 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 »
- Contacts de 2 ou 3 références récentes (moins de 2 ans)
- 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

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.

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 et méthodologique (note d'intention de 10 pages maximum) (50 %)
- Références sur une mission du même type et respect du planning prévisionnel (25 %)
- Proposition tarifaire (25 %)

CHOIX DU PRESTATAIRE

- Par la Commission des marchés : fin avril 2022
- Notification de la mission et de la réunion de cadrage : début mai 2022
- Fin de la mission et remise des livrables : 15 juin 2022
- Le budget de la prestation est compris entre : 6 000 € et 10 000 € TTC maximum