

## **CONSULTATION COMMERCIALE N° 06/2022**

### **CAHIER DES CHARGES**

**Objet : Proposition et implémentation d'un plan d'actions digitales « User Generated Content » pour sensibiliser les visiteurs des espaces naturels protégés de la région Sud**

.....

#### **CONTEXTE**

Le Comité Régional de Tourisme Provence-Alpes-Côte d'Azur est chargé d'assurer la promotion touristique de la région. C'est un partenaire expert, support et fédérateur pour l'ensemble des institutionnels et professionnels de la région, qu'il accompagne et soutient par ses actions de promotion auprès des médias, des tour-opérateurs et du grand public. Sa stratégie marketing se structure autour des 3 marques monde- Provence, Alpes et Côte d'Azur - mais aussi à travers un travail de promotion et de communication spécifique autour de filières prioritaires : écotourisme, vélo, golf, visite d'entreprises, camping, etc.

La crise sanitaire a remis au centre des débats la nécessité de proposer un tourisme plus vertueux. Dans la lignée du Plan Climat Une Cop d'Avance, le CRT propose des solutions concrètes pour agir, notamment en boostant les ailes de saison plutôt que l'été, en veillant à une meilleure gestion des flux touristiques, en assurant la promotion du slow tourisme via les filières vélo et écotourisme ou encore en sensibilisant les visiteurs des espaces naturels.

C'est ainsi que dans la continuité de la campagne #OnATousBesoinDuSud, le CRT a décliné en 2021 un volet de communication spécifique destiné à sensibiliser les publics sur la nécessité de protéger notre écrin de nature en étant responsable, respectueux des autres mais aussi en les invitant à aller visiter d'autres sites que les plus emblématiques (cf. messages clefs en annexe).

## OBJET

### Missions attendues

Le CRT souhaite relancer pour 2022 une campagne de sensibilisation des visiteurs aux espaces naturels. Pour cette nouvelle année, il souhaite déployer, en parallèle d'un plan média plus classique (affichage, insertions presse, réseaux sociaux, etc.), un **dispositif de campagne User Generated Content** (UGC) afin de favoriser l'appropriation des messages clefs de la campagne par les professionnels du tourisme, les habitants et visiteurs des espaces naturels protégés pour qu'ensuite ils partagent à leur tour les messages.

Pour lancer la viralité du dispositif, l'agence pourra, par exemple, s'appuyer sur la production de contenus par des influenceurs/blogueurs, ou la réalisation de teasers explicitant les principaux claims de la campagne.

L'agence devra dans sa proposition préciser les conditions de réutilisation des contenus créés par le grand public.

Le nudge marketing peut être une solution envisagée pour engager encore plus les habitants et visiteurs de la région.

Le CRT attend donc de l'agence qu'elle propose un plan d'actions UGC appuyé par un dispositif de médiatisation pour amplifier la portée de cette campagne en s'appuyant sur les 4 messages clefs de la campagne :

- On a tous besoin de nature/Protégeons notre écrin ! (Adopter les bons gestes)
- On a tous besoin d'explorer/Découvrons autrement ! (Éviter de visiter certains sites très fréquentés à certaines périodes de l'année et privilégier des spots moins prisés)
- On a tous besoin d'être responsables/Pensons à demain ! (Suivre les conseils et respecter la réglementation)
- On a tous besoin de bien vivre ensemble/Respectons les autres ! (Respecter les habitants et leurs activités)

### Exemples de campagnes appréciés

[NZ – Travelling under social influence](#)  
[Grenoble – Super Tri](#)

### Budget

La proposition financière devra inclure la stratégie, les actions et la médiatisation. Le prix devra être proposé en euros TTC.

## 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](mailto:b.perin@provence-alpes-cotedazur.com)

Julien AURAY [j.auray@provence-alpes-cotedazur.com](mailto:j.auray@provence-alpes-cotedazur.com)

Sarah LE PELLEY [s.lepelley@provence-alpes-cotedazur.com](mailto:s.lepelley@provence-alpes-cotedazur.com)

*Copie à Céline LUCIDO* [c.lucido@provence-alpes-cotedazur.com](mailto: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 :**

Julien AURAY - Responsable Communication et Ingénierie - Tél. 04 91 56 47 48

Sarah LE PELLEY - Chargée de mission Marketing - Tél. 04 91 56 47 40 - 07 86 59 43 22

### **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 »
- Proposition d'un plan d'actions digitales UGC pour faire vivre la campagne de fin mai à la fin de l'été (en précisant des indicateurs de performance clefs)
- Références dans le secteur du tourisme avec des exemples de campagnes du même type déjà réalisées et enseignements tirés.
- Présentation de l'agence (historique et ressources projet)
- Grille tarifaire

### **CRITÈRES D'ATTRIBUTION**

- Qualité de la proposition et engagement sur le respect du timing : 50 %
- Prix : 35 %
- Références : 15 %

### **CHOIX DU PRESTATAIRE**

- Par la Commission des marchés : fin avril
- Notification du marché et réunion de cadrage : fin avril
- Propositions et implémentation d'un plan d'actions digitales et validations : mi-mai
- Exécution et démarrage de la campagne : 20 mai 2022

### **ANNEXE**

Présentation de la campagne de sensibilisation Espaces naturels 2021