

# CONSULTATION COMMERCIALE N° 05/2024

## CAHIER DES CHARGES

**Objet : Couverture de 4 micro-aventures pour alimenter l'univers provence du site du Comité Régional de Tourisme Provence-Alpes-Côte d'Azur : provence-tourism.com**

.....

### CONTEXTE ET OBJECTIFS

#### LES CONTRATS DE DESTINATION

Initiés par l'Etat en 2014, les contrats de destination ont pour objectif de rendre plus lisible la destination France à l'international et à donner une nouvelle impulsion à la promotion de destinations « phare » dont la Provence fait partie. Il s'agit d'une réponse concrète à la nécessité d'agir ensemble pour atteindre un même objectif de développement, autour d'une stratégie partagée et coordonnée, d'une marque à notoriété internationale et d'un plan d'actions mutualisé réunissant les acteurs clés d'une destination. Ils sont des outils innovants et opérationnels pour accélérer le développement à l'international, renforcer l'attractivité des territoires et fédérer acteurs publics et privés autour d'objectifs communs en matière d'observation, d'ingénierie et de promotion sur les marchés internationaux.

#### LES OBJECTIFS DU CONTRAT DE DESTINATION PROVENCE

Le Contrat de destination Provence est copiloté par le Comité Régional de Tourisme Provence-Alpes-Côte d'Azur et Provence Tourisme. À leurs côtés, une trentaine de partenaires finance les actions menées pour promouvoir la marque Provence et ses valeurs à l'international et stimuler l'économie touristique sur tout le territoire provençal (Sud des Alpes de Haute-Provence, Bouches-du-Rhône, Est-Gard, Var et Vaucluse). Cette démarche répond à 4 objectifs majeurs :

- Développer la notoriété et l'attractivité de la Provence
- Accroître la fréquentation des clientèles européennes des principaux marchés émetteurs
- Attirer les clientèles lointaines à haute contribution
- Orienter les durées de séjour prioritairement hors saison



#### DEVELOPPEMENT ET ORGANISATION DU CD PROVENCE

Après une première phase de structuration entre 2015 et 2018, puis un déploiement entre 2018 et 2021, le Contrat de Destination Provence a amorcé il y a 1 an, une phase de renouvellement importante et souhaite, tout en gardant son positionnement et ses valeurs, trouver un nouveau souffle. De nouveaux projets ont ainsi vu le jour comme le lancement d'une gamme de produits licenciés et les partenaires du contrat souhaitent, dans ce nouvel élan, redéfinir un concept créatif destiné à « faire vivre » la Provence à l'international.

Au niveau opérationnel, le travail mené dans le cadre du Contrat de Destination s'articule autour de plusieurs volets :

- Le volet Marque gère le déploiement de la marque "Provence, Enjoy the unexpected" et assure la cohérence de sa communication sur le territoire et à l'international.
- Le volet Marketing contribue à la notoriété de la marque de la destination et stimule les ventes.
- Le volet Marketing content anime le site internet grand public, crée des contenus attractifs.
- Le volet Observation – Évaluation analyse l'évolution des marchés et segments cibles et mesure la portée des actions.
- Le volet Accueil promeut l'identité et les valeurs de la Provence durant le séjour.
- Le volet Communication institutionnelle anime le réseau des partenaires et favorise la transversalité entre les volets
- Le volet Administration gère l'aspect comptable et ses refacturations.

Pour en savoir plus sur la marque et le contrat de destination Provence : <https://marque-provence.com/>

## STRATEGIE

### POSITIONNEMENT

Le Contrat de destination Provence propose de renforcer la compétitivité sur une filière forte et emblématique qui constitue le réel avantage concurrentiel de la destination : les ARTS DE VIVRE en PROVENCE. Cette thématique est déclinée sur 3 axes :

- Art de vivre et patrimoine via les sites architecturaux, les monuments, les musées, les sites naturels, les circuits des peintres en Provence, les routes de la lavande...
- Art de vivre et culture du goût à travers la gastronomie, œnotourisme, l'excellence des produits du terroir, itinéraires viticoles...
- Art de vivre et culture du vivant par le biais des grands festivals, rencontres emblématiques, rassemblements événementiels, arts du cirque et arts de la rue

### MARCHES ET SEGMENTS CIBLES

Le Contrat de Destination Provence a pour but de séduire les clientèles internationales CSP+ et de les inciter à découvrir la destination à l'automne et au printemps. Au niveau des marchés, Etats-Unis et Canada, Allemagne, Suisse et Royaume-Uni constituent les marchés prioritaires auxquels s'ajoute le marché chinois, uniquement travaillé via les réseaux sociaux. Au niveau des segments, les couples sans enfants quel que soit leur âge sont prioritairement ciblés à travers la mise en avant d'activités et expériences autour des arts de vivre.

### MARQUE ET CONCEPT CRÉATIF

En 2023, un travail de redéfinition du concept créatif de la marque a été amorcé avec la société LMWR, dans le but, notamment, d'alimenter nos campagnes marketing. Reprenant les codes graphiques de la marque, ce nouveau concept s'appuie sur la complémentarité entre une accroche reflétant une expérience attendue sur la destination et un visuel illustrant une situation inattendue, l'objectif étant de montrer les arts de vivre en Provence à travers des propositions attendues et inattendues (cf. voir brief détaillé en *Annexe*).



## LA MISSION

Les membres du Contrat de Destination Provence, dans le cadre du travail du volet Content Marketing, recherchent un ou deux créateurs de contenus pour « faire vivre », auprès de nos publics cibles, des micro-aventures itinérantes sur plusieurs jours, destinées à montrer la richesse des arts de vivre en Provence en s'appuyant sur une mobilité durable : train, vélo, à pied, canoë, etc.

### 4 expériences itinérantes proposées

Concrètement, 4 micro-aventures, qui privilégient la découverte et l'immersion en mobilité douce des territoires Provence, ont été imaginées par les partenaires du Contrat de Destination pour l'année 2024 :

#### 1. De la Provence occitane au Mont-Ventoux

Cet itinéraire nous mène d'abord à la découverte de la Provence Occitane à Pont-Saint-Esprit dans le Gard. L'itinéraire rejoint ensuite Avignon en TER, pour découvrir la cité des Papes et Villeneuve-lez-Avignon. Deux possibilités s'offrent alors aux visiteurs à partir d'Avignon : à l'assaut des Dentelles de Montmirail et le Tour du Ventoux ou cap vers Carpentras le long de la Via Venaissia. Une micro-aventure de 4 à 5 jours.

#### 2. De la Côte Bleu à Aix-en-Provence

Le train de la Côte Bleu est une des lignes ferroviaires les plus attractives de la Provence. De Marseille à Miramas, elle nous fait passer, en 1 clin d'œil, de l'effervescence de la cité phocéenne à la quiétude du sentier du littoral. A Miramas, on change de train et on prend la direction de Cavaillon. Le long de la Méditerranée à Vélo, il s'agira de rejoindre Manosque puis Aix-en-Provence après un nouveau stop en train entre Manosque et Meyrargues. Une expérience magique de 6 à 7 jours.

#### 3. Des portes des Calanques aux portes de l'Estérel

Au départ de Marseille, cette micro-aventure de 5 à 6 jours, nous emmènera à Aubagne, Cassis, Toulon puis en direction du Pays de Fayence et de Roquebrune-sur-Argens. Tout au long du parcours, des « stops » seront proposés pour découvrir ce qui symbolisent les arts de vivre en Provence.

#### 4. Des vignobles emblématiques de la vallée du Rhône à la Camargue

Cette micro-aventure de 4 à 5 jours, partira de Châteauneuf-du-Pape et nous mènera jusqu'à Port-Saint-Louis-du-Rhône, en passant par Avignon et Arles. Plusieurs modes de déplacements doux peuvent être proposés sur cet itinéraire : vélo, le long de la Via Rhôna, train ou bateau électrique le long du Rhône entre Avignon et Arles.

Il est à noter que, sur chaque itinéraire, des pilotes seront désignés parmi les membres du Contrat de Destination. Ils seront les contacts référents du prestataire pour l'organisation et la couverture des itinéraires sur place et lui fourniront des feuilles de route à suivre pour la réalisation des reportages. Le prestataire devra impérativement suivre les recommandations d'activités, visites, restaurants ou hébergements proposés faites par les pilotes et les valoriser dans les contenus à produire.

## LES CONTENUS A PRODUIRE

Les créateurs de contenus retenus devront produire, en lien avec les co-pilotes de chaque itinéraire :

1. Un article pour chaque micro-aventure reprenant chacune des étapes de l'itinéraire
2. Une couverture de chaque micro-aventure en photos et rushes vidéo avec transmission au commanditaire des productions avec cession de droits pour une durée de 5 ans
3. La proposition d'une vidéo courte de chaque micro-aventure pour donner envie à nos publics cibles de vivre ces expériences
4. La trace GPX de chaque itinéraire

A noter que les deux premières micro-aventures devront être effectuées au printemps 2024 (avec livraison des contenus au cours de l'été) et les deux autres à l'automne 2024 (avec livraison des contenus avant la fin de l'année).

## LIVRABLES ATTENDUS SUR LA MISSION

L'agence retenu devra proposer :

4 articles rédactionnels respectant les bonnes pratiques SEO, à savoir :

- Un titre principal (H1) - 30 caractères\*
- Un chapô - 150 caractères\*
- 5 à 10 blocs de contenus de 500 caractères minimum. Chaque bloc comprend un titre (H2) - 50 caractères\*, 1 paragraphe - de 500 à 1000 caractères\*, voir 2 sous-titres (H3) - 50 caractères\* et 2 paragraphes.

\* *Espaces compris*

Les contenus rédactionnels produits devront être incarnés pour permettre au visiteur de se projeter dans le séjour.

Concernant le fond et la forme de l'article, celui-ci devra être s'inspirer de plusieurs types d'articles figurant sur le site [provence-alpes-cotedazur.com](http://provence-alpes-cotedazur.com) :

- des circuits en trains, à l'image de [celui entre Avignon et Marseille](#) qui mêle approche éditoriale et informations pratiques sur les points d'intérêt.
- des articles 12h chrono sur un lieu donné, à l'image du [12h chrono à l'Isle-sur-la-Sorgue](#) qui propose des expériences concrètes dans la ville.
- Des coups de cœur Instagram comme celui sur [Villefranche-sur-mer](#) qui valorise le producteur de contenus

Le prestataire retenu devra proposer, pour chaque contenu, des photos et vidéos courtes, illustrant les points évoqués dans le rédactionnel, à savoir :

- Vidéos au format 4:5 et Stories au format 9:16 (full portrait vertical) de 30 secondes (déclinaison de la même vidéo dans 2 formats) sur chaque étape « clé » des 4 itinéraires, soit 10 à 20 vidéos (sur les 2 formats demandés) par itinéraire ;
- Au moins 2 photos en format portrait et paysage sur chaque étape « clé » des 4 itinéraires, soit 10 à 20 photos par itinéraire ;
- Une vidéo d'1min30 au format 16:9 de présentation de chaque itinéraire.

Le prestataire devra justifier, dans sa réponse à la proposition, du matériel mobilisé pour réaliser les livrables. Il est à noter que des vues de drone sont également attendues.

## PLANNING PREVISIONNEL 2024

- **1<sup>ère</sup> quinzaine de janvier** : lancement de la consultation
- **2<sup>ème</sup> quinzaine de février** : choix du prestataire retenu
- **Mars** : calage des 2 premiers itinéraires
- **De fin avril à mi-juin** : couverture des 2 première micro-aventures
- **Fin juillet** : livraison des contenus des 2 premières micro-aventures
- **Fin août-début septembre** : calage des 2 autres itinéraires
- **De fin septembre à début novembre** : couverture des 2 autres micro-aventures
- **Décembre** : livraison des contenus des 2 premières micro-aventures

## RÉPONSE À LA CONSULTATION

Mise en ligne sur le site CRT Provence-Alpes-Côte d'Azur : le **vendredi 19 janvier 2024**

La date limite de réception des offres est fixée : le **vendredi 16 février 2024** à 12h00 au plus tard

La proposition complète devra être adressée par email à l'attention de :

1. Catherine LIPAROTI - Directrice Administrative et Financière :  
[c.liparoti-giroud@provence-alpes-cotedazur.com](mailto:c.liparoti-giroud@provence-alpes-cotedazur.com)
2. Julien AURAY - Responsable Pôle Communication et Ingénierie :  
[j.auray@provence-alpes-cotedazur.com](mailto:j.auray@provence-alpes-cotedazur.com)
3. Aurélie CELINDANO - Chargée de Communication  
[a.celindano@provence-alpes-cotedazur.com](mailto:a.celindano@provence-alpes-cotedazur.com)
4. Céline LUCIDO - Chef du Service Logistique & Moyens Généraux :  
[c.lucido@provence-alpes-cotedazur.com](mailto:c.lucido@provence-alpes-cotedazur.com)

Pour toute question :

Contact administratif

Catherine LIPAROTI - 04 91 56 47 03 - 07 88 42 42 61

Contact technique

Aurélie CELINDANO - 04 91 56 47 38 - 07 88 51 40 00

Julien AURAY - 04 91 56 47 48 - 06 74 10 87 49

### Proposition financière

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.

Un budget de 20K € TTC maximum, soit 5K euros / itinéraire, hors frais de déplacement, est prévu sur cette consultation sur la base des livrables cités précédemment, et la cession des droits d'utilisation des contenus créés pour l'ensemble des partenaires du Contrat de Destination Provence (voir page 1).

## PIECES A FOURNIR

- Présentation de la société ou de la personne répondante et de ses références en lien avec les missions demandées
- Note de réponse à la consultation incluant un devis détaillé reprenant les principaux points du cahier des charges avec, en option, le détail des frais de déplacement liés aux reportages demandés
- Un exemple d'article type permettant au commanditaire de se projeter sur la capacité du prestataire à répondre à la demande
- N° de SIRET,
- TVA interne, intracommunautaire
- Extrait Kbis de moins de 3 mois
- Certificats de régularité fiscale et sociale (Année N-1)
- Fournir la Déclaration DC4 si appel à la sous-traitance
- 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

---

## CRITERES D'ATTRIBUTION

---

- Proposition du concept créatif et qualité des déclinaisons possibles (40 %)
- Références sur des prestations similaires (35 %)
- Prix/grille tarifaire (25 %)

---

## CHOIX DU PRESTATAIRE

---

Par la Commission des marchés du CRT : **Avant fin février 2024**

Notification de la mission et réunion de cadrage : **Avant fin février 2024**