

CONSULTATION COMMERCIALE N° 07/2024

CAHIER DES CHARGES

Objet : Accompagnement pour l'animation des réseaux sociaux de La Méditerranée à Vélo - EuroVelo 8 en France

.....

CONTEXTE

1.1 L'ITINÉRAIRE

La Méditerranée à Vélo est la partie française de l'EuroVelo 8, grand itinéraire cyclable européen du réseau EuroVelo qui relie Cadix en Espagne à Izmir en Turquie sur 7 500 km.

En France, La Méditerranée à Vélo parcourt 850 km du Perthus à Menton. 90% de l'itinéraire est en service (40% en site propre et 60% en voie partagée).

L'itinéraire offre une diversité de paysages remarquables : montagnes des Pyrénées, étangs de la Narbonnaise, du Languedoc ou de la Camargue gardoise, canaux du Midi ou du Rhône à Sète, arrière-pays provençal et plages du Languedoc, du Roussillon et de la Côte d'Azur. L'itinéraire se joint au Canal des Deux-Mers à vélo sur le Canal du Midi, et à la ViaRhôna entre Sète et Beaucaire.

1.2 LES PARTIES PRENANTES

Les 26 collectivités engagées dans l'aménagement et la valorisation de sections de la véloroute ont initié en 2016, une démarche partenariale visant à structurer La Méditerranée à Vélo et à affirmer son positionnement dans l'offre touristique nationale et européenne. La Région Provence Alpes Côte d'Azur est chef de file, le Comité Régional de Tourisme Provence Alpes Côte d'Azur est coordinateur des actions de promotion et de communication.

1.3 L'IDENTITÉ VISUELLE

La Méditerranée à Vélo dispose d'une identité visuelle avec charte graphique qui formule des orientations pour la réalisation des supports de communication (cf. [Annexe 1](#)).

1.4 LA LIGNE ÉDITORIALE

La Méditerranée à Vélo dispose d'une mini charte éditoriale qui comporte des principes communs pour la rédaction de tout type de contenus : ton, textes narratifs, axes éditoriaux, mots clés (cf. [Annexe 2](#)).

1.5 OBJECTIF DE LA MISSION ET CIBLES PRIORITAIRES

La mission vise à poursuivre et développer l'animation des réseaux sociaux pour maintenir et renforcer la communauté d'internautes, usagers actuels et futurs de la véloroute.

Il s'agit de :

- Créer des interactions et renforcer l'esprit de communauté avec une ligne éditoriale adaptée au positionnement et aux publics cibles de la véloroute.
- Augmenter l'audience des comptes Facebook et Instagram à l'aide de contenus différenciants et interactifs et de partenariats avec des influenceurs qui permettront de fidéliser les abonnés et d'en acquérir de nouveaux.
- Mettre en avant le réseau de prestataires « Accueil Vélo », les services à proximité de l'itinéraire et des idées de séjours.
- Développer la communauté internationale notamment belge, anglaise, néerlandaise, allemande et suisse (top 5 de la fréquentation internationale sur l'itinéraire)

Ces posts devront renvoyer vers le contenu du site internet www.lamediterraneeavelo.com et ceux des partenaires.

Cibles clientèles prioritaires de La Méditerranée à Vélo :

- Cœur de cible : les actifs urbains - jeunes couples et petits groupes amis (18-30 ans) sans enfants ou couples d'amis sans enfants 50-65 ans
- Cible complémentaire : jeunes retraités - en couple ou petits groupes d'amis et familles urbaines, avec enfants 5-12 ans, ou en petits groupes / tribus
- Cible périphérique : itinérants longue-distance - jeunes couples sans enfants ou solos, sportifs et cycloportifs, scolaires et groupes

Marchés prioritaires :

- France (métropoles de proximité)
- Espagne
- Italie
- Suisse
- Belgique, Pays-Bas
- Allemagne
- UK

OBJET

Dans le cadre de la réalisation du plan d'actions communication/promotion de La Méditerranée à Vélo, le comité d'itinéraire souhaite s'appuyer sur l'expertise d'une agence de communication pour l'animation des réseaux sociaux (page Facebook et compte Instagram) de La Méditerranée à Vélo. Il s'agit de poursuivre les investissements en matière de réseaux sociaux animés par une agence depuis 2019.

RESULTATS ATTENDUS

Progression de 20% par an du nombre d'abonnés sur la page Facebook

Objectif 2025 : supérieur à 74 k

Taux d'engagement de 5% minimum

Progression de 20% par an du nombre d'abonnés sur le compte Instagram

Objectif 2025 : supérieur à 10 k

Taux d'engagement de 10% minimum

DESCRIPTION DE LA PRESTATION

Le CRT attend de l'agence « social média » retenue, de la réactivité, une bonne capacité d'analyse et de la prise d'initiatives. Nous souhaitons également que l'agence soit force de proposition pour l'utilisation de support photos et vidéos. Le CRT attend également que le rédacteur possède des compétences rédactionnelles permettant de faire partager des expériences et de susciter l'envie.

L'objectif principal de la mission de l'agence est de rendre visible l'itinéraire de La Méditerranée à Vélo sur les réseaux sociaux sur un marché des destinations vélo en expansion.

Pour répondre à cet objectif, les prestations suivantes sont attendues :

MISSION 1 : DEFINITION DE LA LIGNE EDITORIALE ET DES CIBLES

Une réunion de lancement aura pour objet de :

- présenter les actions de communication-promotion de La Méditerranée à Vélo en cours et leurs résultats
- rappeler les objectifs des partenaires du comité d'itinéraire et les résultats attendus dans le cadre de cette commande
- préciser le déroulement de la mission
- produire une note de positionnement stratégique qui s'appuiera sur la mini charte éditoriale et les premiers outils de promotion de l'itinéraire et permettra notamment de s'accorder sur les messages clés et éléments de langage récurrents en fonction des cibles
- proposer une ligne éditoriale, des thématiques / sujets, et des propositions de publications « type »
- proposer un médiaplanning partagé

MISSION 2 : CREATIONS PUBLICATIONS CONTENUS/REPONSES MESSAGES COMMENTAIRES

Cette phase consiste à animer la page Facebook et le compte Instagram existants de La Méditerranée à Vélo, en créant des contenus, en répondant aux messages et commentaires des internautes, en utilisant les moyens adaptés à ces supports pour augmenter la visibilité et les communautés de ces réseaux.

- Pour [la Page Facebook de La Méditerranée à Vélo](#) et le compte [Instagram de La Méditerranée à Vélo](#)

Il s'agit de fédérer et fidéliser la communauté autour de la destination. Pour cela, le prestataire devra réaliser les actions suivantes :

1. Proposition et rédaction de contenus « social media » en lien avec la communauté
2. Publications : base de 2 à 3 publications par semaine pour Facebook et 3 à 4 publications par semaine pour Instagram qui pourra être modulable selon la stratégie éditoriale définie en réunion de cadrage
3. Valorisation d'événements sur la destination
4. Lancement de jeux-concours pour booster la fréquentation aux ailes de saison (au printemps et à l'automne)
5. Réponse aux messages privés
6. Veille et modération des commentaires
7. Campagne de publicité et d'achat médias

Il s'agit d'accroître la visibilité de la page Facebook via un budget de publicité, alloué tout au long de la prestation pour valoriser des opérations de promotion ciblées, exemples : lancement d'une vidéo, événements grand public, lancement d'un topoguide ...

NB : ce budget de publicité et d'achat média est inclus dans la présente prestation.

8. Travailler avec des influenceurs pour les deux réseaux sociaux (Facebook et Instagram)
Les influenceurs sont un bon moyen d'accroître la communauté.

Il est demandé pour cette action 8 :

- Un état des lieux des influenceurs sur les thématiques « tourisme » et « vélo »
- Des propositions d'actions de mise en relation et / ou partenariats pour obtenir et / ou créer du contenu qualitatif.

9. Production de visuels photos et vidéos « 4 saisons » sur l'ensemble de l'itinéraire

10. Valorisation des partenaires au travers des hashtags (cf. annexe 4)

Le comité transmettra au prestataire :

- L'ensemble des photothèques utilisables avec les crédits photo à mentionner
- Un annuaire partenaires
- Le règlement d'usage de la marque « LA MÉDITERRANÉE A VÉLO »
- La charte graphique de La Méditerranée à vélo

MISSION 3 : COMPTE-RENDU, PÉRENNISATION ET BILANS

Cette phase consiste à fournir des éléments quantitatifs relatifs aux trafics sur la page Facebook et le compte Instagram, des analyses régulières servant à formuler des préconisations pour améliorer le trafic. Elle consiste également à établir un bilan annuel (début avril 2025) de l'ensemble des actions conduites, des résultats obtenus et des préconisations pour pérenniser l'animation des réseaux sociaux en jeu.

Le prestataire devra réaliser les actions suivantes :

1. Assurer une veille du trafic des réseaux sociaux,
2. Transmettre une analyse régulière des données (mensuelle de mai à octobre et tous les 2 mois de novembre à avril),
3. Produire un bilan annuel reprenant une synthèse des actions engagées au titre de la phase 2, du positionnement de la page Facebook et du compte Instagram au regard des objectifs attendus. Le bilan annuel comportera également des recommandations pour améliorer le trafic et des préconisations pour pérenniser l'animation des réseaux sociaux.

SUIVI ET ÉVALUATION DES ACTIONS MENÉES

L'agence produira des outils permettant de suivre et d'évaluer les retombées :

- Réalisation de deux bilans d'animation des réseaux sociaux (annuel)
- Points réguliers avec la coordination
- Veille des actions réseaux sociaux des destinations vélo concurrentes

LIVRABLES

Phases	Livrables
MISSION 1 : DEFINITION DE LA LIGNE EDITORIALE ET DES CIBLES	<ul style="list-style-type: none"> • Note de positionnement stratégique • Ligne éditoriale (thèmes et publications types) • Média planning
MISSION 2 : CREATIONS ET PUBLICATIONS DE CONTENUS - REPONSE AUX MESSAGES ET COMMENTAIRES	<ul style="list-style-type: none"> • Publications • Etat des lieux des influenceurs et des propositions d'actions de mise en relation et/ou partenariats • Bilan publicitaire
MISSION3 : COMPTE-RENDU PERENNISATION ET BILAN	<ul style="list-style-type: none"> • Etat des lieux mensuels des retombées lors des points mensuels • 2 bilans d'animation des réseaux sociaux (semestriel et annuel)

Le démarrage de la mission est prévu pour début avril 2024 et ce pour une période d'un an.

La prestation pourra être **renouvelée pour une période de 12 mois par reconduction expresse** à compter du terme du marché initial, en fonction de la satisfaction exprimée par les services du Comité Régional de Tourisme Provence-Alpes-Côte d'Azur en lien avec les partenaires de l'itinéraire quant à la qualité des travaux effectués par le prestataire.

SUIVI DE LA MISSION

Le suivi de la mission est assuré par le CRT Provence Alpes Côte d'Azur en concertation avec les partenaires de l'itinéraire. Tout au long du projet, les réunions de travail devront faire l'objet d'un ordre du jour afin d'optimiser les échanges. Le prestataire indiquera le nombre de réunions qu'il prévoit et leur forme.

A chaque point d'étape, des réunions de travail seront organisées et devront faire l'objet d'un ordre du jour afin d'optimiser les échanges. Le prestataire s'engage à remettre aux chefs de projet un compte rendu après chaque réunion de travail, envoyé par mail.

RÉPONSE À LA CONSULTATION

Mise en ligne sur le site CRT Provence-Alpes-Côte d'Azur : le **jeudi 29 février 2024**

La date limite de réception des offres est fixée : le **mercredi 27 mars 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
2. Ariane SIMON - Chargée de mission Filière vélo :
a.simon@provence-alpes-cotedazur.com
3. Baptiste LETOREY, Chargé de mission Tourisme Durable :
b.letorey@provence-alpes-cotedazur.com
4. Céline LUCIDO - Chef du Service Logistique & Moyens Généraux :
c.lucido@provence-alpes-cotedazur.com

Pour toute question :

Contact administratif

Catherine LIPAROTI - 04 91 56 47 00 direct 03 - 07 88 42 42 61

Contact technique

Ariane SIMON - 04 91 56 47 00 direct 24 - 07 68 83 41 85

Baptiste LETOREY - 04 91 56 47 00 direct 17

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. Le montant indicatif de la prestation est de 30 000 euros TTC.

PIECES A FOURNIR

- Présentation du prestataire
- 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
- 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
- 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.

CRITERES D'ATTRIBUTION

- La qualité de la proposition (55 %)
- Les références pour des missions de même nature dans le secteur du tourisme (30%)
- Le prix (15 %)

CHOIX DU PRESTATAIRE

Par la Commission des marchés du CRT : **Mi-avril 2024**

Notification de la mission et réunion de cadrage : **Mi-avril 2024**

ANNEXES

Annexe 1 : Charte graphique

https://www.lamediterraneeavelo.org/fileadmin/user_upload/eurovelo8/Boite-outils/Charte_graphique_La_Mediterranee_a_velo.pdf

Annexe 2 : charte éditoriale

https://www.lamediterraneeavelo.org/fileadmin/user_upload/eurovelo8/Comites-techniques/Promotion-Communication/Strategie_MKT/Mini_charte_editoriale_03.pdf

Annexe 3 : Dossier de presse 2021

https://www.lamediterraneeavelo.org/fileadmin/user_upload/eurovelo8/Presse/Dossier_de_presse/Dossier_de_presse_EV8_2021.pdf

Annexe 4 : Liste hashtags partenaires

[Liste hashtags partenaires LMAV.xlsx](#)