

CONSULTATION COMMERCIALE N° 12/2020

CAHIER DES CHARGES

Objet : Accompagnement stratégique, création et animation du compte Instagram régional vélo

.....

1. CONTEXTE

1.1 La Stratégie Marketing du CRT

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

Le CRT structure sa démarche de promotion et de communication BtoC autour de 3 objectifs :

- Objectif 1 > Rendre visibles nos destinations
- Objectif 2 > Promouvoir des destinations compétitives
- Objectif 3 > Créer un lien avec nos clients

Pour atteindre ces objectifs, des actions BtoB et BtoC sont menées tout au long de l'année et le vélo fait l'objet d'une attention particulière de la part du CRT qui assure la promotion de l'ensemble des différentes pratiques possibles sur le territoire auprès de clientèles françaises et internationales

1.2 La filière régionale Vélo

En 2018, la Région Provence-Alpes-Côte-d'Azur lançait son 1^{er} contrat régional de filière Vélotourisme et VTT pour la période 2018-2021. Dans l'esprit, ce contrat se veut d'abord un projet collectif et ouvert, créé pour optimiser les retombées de la filière vélo et la gamme des services touristiques le long des grands itinéraires cyclables régionaux. Vaucluse Provence Attractivité en est le co-pilote au regard de son expérience sur le développement du vélotourisme sur leur territoire par le biais notamment du réseau La Provence à vélo.

Ce contrat régional rassemble à ce jour des partenaires de premier ordre pour les territoires : les deux Comités Régionaux du Tourisme (Côte d'Azur et Provence-Alpes-Côte d'Azur), les Agences d'attractivité du Vaucluse, des Hautes-Alpes et des Alpes-de-Haute Provence, les Agences de développement touristique du Var et des Bouches-du-Rhône, ainsi que l'association Vélo Loisir Provence.

Son objectif ? Ensemble, les partenaires désirent développer l'attractivité des territoires, positionner la région comme une destination vélotourisme d'excellence et comme un territoire fortement inscrit dans une politique de développement d'une filière à faible impact et s'inscrit donc pleinement dans le Plan Climat « Une COP d'avance » lancé par la Région Sud en décembre 2017.

Le CRT Provence-Alpes-Côte d'Azur, en tant que pilote du volet Marketing et Communication, se concentre sur les actions concernant la communication la promotion avec des actions stratégiques concertées : éductours vélo, accueils presse dédiés, salons grand public, campagnes digitales et communication web.

En 2019/2020, le comité de pilotage Marketing/Communication de la filière vélo a souhaité mettre l'accent sur le web avec la création d'une page d'atterrissage et de contenus dédiés sur le nouvel écosystème digital du CRT. Ainsi, le site velo.provence-alpes-cotedazur.com met notamment en lumière les itinéraires, les principaux spots existants et 4 types de pratique : cycloportive, VTT, balade à vélo/famille et itinérance. Deux autres pratiques viendront enrichir les contenus en 2021 : la découverte urbaine et le Gravel.

Quelques chiffres sur le vélo en région Sud

- Les retombées économiques du vélo s'élèvent en effet à 27 millions d'euros avec un potentiel estimé à l'horizon 2025 de 84 millions d'euros par an ;
- 1 200 000 cyclistes par an en région Sud (chiffres étude régionale 2017) ;
- + 6 707 kms d'itinéraires cyclo touristiques et cycloportifs ;
- + 2 000 kms Véloroutes et itinérance à terme ;
- + 20 000 kms de circuits VTT ;
- 690 prestataires labellisés Accueil Vélo en Région Sud (Chiffres du 17 septembre 2020).

La motivation du cycliste toutes pratiques confondues

- La détente, se changer les idées ;
- Le contact avec la nature ;
- La santé.

Les atouts de la région pour la pratique du vélo :

Concernant la pratique du vélo, notre région souffre de nombreux préjugés : les routes seraient trop fréquentées, les températures trop élevées et l'environnement trop urbanisé. Or, la région Provence-Alpes-Côte d'Azur bénéficie de nombreux atouts pour la pratique du vélo :

- Un climat idéal : avec plus de 300 jours par an et un climat méditerranéen, la région est un terrain de jeux praticable en toute saison ;
- C'est un cocktail de trois destinations uniques : La Provence, Les Alpes, la Côte d'Azur. Cette variété de paysages permet de changer très rapidement de décors, et est adaptée à toutes les pratiques et à toutes les clientèles ;
- La région Sud, une terre du vélo multi-pratiques :
 - *Les cycloportifs* peuvent mesurer leurs efforts en grimpant les cols des Alpes du Sud ou du Mont-Ventoux ;
 - *Les vététistes* apprécient les spots incontournables tels que Hyères et ses îles d'Or (83) ou Les Terres Noires (04) mais aussi les grandes traversées VTT, ex : la TransVerdon (270 km) ou la Grande Traversée du Vaucluse (400Km), ou certains équipements tels que les bike parks ;

- *Les amateurs de vélo en famille ou de « slow tourisme »* : peuvent découvrir la région à leur rythme. Ex : dans le Luberon (84/04), en Dracénie (84), en Camargue (13)... la région est propice aux balades ponctuées de visites culturelles, de rencontres avec les locaux, de découverte de produits du terroir le tout sur des parcours balisés pour des vacances en toute sécurité ;
- *Les urbains* - découvertes urbaines (Marseille, Aix-en-Provence, Canne, Nice, Avignon, Arles...) ;
- *Les itinérants* : Depuis quelques années, l'infrastructure cyclable s'est considérablement étoffée, certains itinéraires acquièrent une notoriété de plus en plus forte, parmi eux, 2 Euro-Véloroutes :
 - ✓ La ViaRhona : 815 Km - Du Léman à la mer : Port-Sain-Louis du Rhône permet de relier les Alpes à La Méditerranée en suivant le fleuve Rhône <https://www.viarhona.com/> ;
 - ✓ La Méditerranée à Vélo : 850 km- sur l'arc méditerranéen, permet de s'élancer des Pyrénées à menton ; <https://www.francevelotourisme.com/itineraire/la-mediterranee-a-velo>.

2. OBJET DE LA CONSULTATION

Les réseaux sociaux sont un canal de communication incontournable en matière de rayonnement et d'attractivité touristique mais également pour la conquête de nouvelles clientèles nationales et 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.

Aujourd'hui, le CRT dispose d'un compte Instagram comptant près de 30 000 abonnés avec un ciblage large (France et international) et qui a pour but d'inspirer en montrant la diversité de notre territoire à travers la diffusion de contenus réguliers sur les Alpes, la Provence et la Côte d'Azur. Une ligne éditoriale et un calendrier des publications est réalisé pour l'alimenter et le Community management est aujourd'hui externalisé auprès de l'agence We Like Travel.

En complément de cette dynamique, le CRT et les membres de la filière régionale vélo souhaitent développer leurs actions « social media » à travers Instagram pour mieux cibler les clientèles vélo françaises et internationales notamment sur ses marchés prioritaires : France, Allemagne, Belgique, Suisse et Angleterre.

2.1 Positionnement

La page Instagram dédiée au vélo en Provence-Alpes-Côte d'Azur devra cibler les 4 grands types de pratiquants : la clientèle cyclosportive, la clientèle cyclo détente / famille, la clientèle VTT et la clientèle itinérante (voir tableau ci-dessous). Globalement, nous nous adressons à la génération Y, CSP+.

VTT	CYCLOTOURISME
- Pratique plus importante chez les 35-49 ans (Source : les pratiquants VTT- vélo vert festival) - Majorité d'hommes - CSP médiane - Culture vélo (BE, NL, DE) - Un éventail de pratique : Descente, freeride, enduro, crosscountry, endurance en boucle, Trial, franchir zones naturelles/artificielles randonnée en site naturel ou bike parc. - Des éléments d'image : sport + respect de l'environnement. (Source Etudes sur le tourisme de niche- CRT)	Seul, en couple, petit groupe : en famille ou entre amis - Recherche de boucles ou d'itinéraires cyclo touristiques, pouvant emprunter tout type de routes et/ou comporter quelques belles côtes. - Parcoure en moyenne 49km par jour - Allie vélo et découverte patrimoniale, ou gastronomie. (Enquête menée auprès des touristes à vélo sur les circuits de la Provence à vélo-Avril 2019) - Importance de la sécurité et de l'environnement
ITINERANCE	VELO SPORTIF
- L'itinérant est un voyageur qui cherche un itinéraire sécurisé et confortable, sur véloroute ou voie verte, pour un voyage itinérant - Motivations : nature, slow tourisme, activité physique, - Convivialité, découverte - Profils : - En liberté : 95% - Par un tour opérateur : 5% (clientèles lointaines) - Une part très importante de néo pratiquants - = un marché en très forte - Progression - Profils d'âges et de groupes : jeunes actifs, familles, couples, groupes d'amis - Le voyage à vélo idéal - Nature & Activité physique - Il se déplace à vélo en changeant d'hébergement au fil de sa progression.	- Majorité d'hommes - Régions du Nord (FR, BE, NL, ...) - Pratique régulière en club, originaires de la région ou régions limitrophes - 50-65 ans, CSP + - Différents types de clientèles : - cyclistes individuels qui s'organisent seul ou par TO / agence réceptive - plusieurs cyclistes autour de prestations communes (groupe reconstitué) - groupes préconstitués - Des éléments d'image : sport + respect de l'environnement (Source Etudes sur le tourisme de niche- CRT)

NB : La pratique du VAE peut-être intégrée via le VTT à assistance électrique ou pour le cyclotourisme pour le VAE VTC.

2.2 Prestations attendues

Le Comité Régional de Tourisme (CRT) Provence-Alpes-Côte d'Azur, organisme institutionnel en charge de la promotion touristique, recherche une agence « social media » spécialisée en tourisme & marketing, ayant une bonne connaissance des problématiques touristiques de la région. L'agence aura pour mission de :

Définir une stratégie « social media » pour le vélo en Provence-Alpes-Côte d'Azur via Instagram :

- Faire des préconisations et accompagner le CRT dans la définition et le positionnement d'un compte Instagram dédié au vélo (dont le nom du compte) en cohérence avec les valeurs des 3 marques de destination et en valorisant les différentes pratiques liées au vélo.

D'animer un compte Instagram dédié au vélo en région afin de créer une communauté d'internautes vélo, pratiquants actuels et futurs :

- Réalisation d'un calendrier éditorial visant un équilibre dans la valorisation des pratiques et des destinations (Alpes, Provence et Côte d'Azur). Nous souhaitons mettre l'accent sur l'humain, mais également sur la force des paysages. L'objectif est également de déconstruire les préjugés. Il faudra renvoyer vers les pages vélo du CRT et de celles des partenaires ainsi que vers les RS ;
- Rédaction et publication de messages sur Instagram, à minima 3 par semaine (anglais et en Français) et le regram de publications de partenaires ou d'influenceurs vélo ;
- Animation et modération de la communauté Instagram. Créer des interactions et renforcer l'esprit de communauté avec une ligne éditoriale adaptée. Il pourra être envisagé la publication de stories sur Instagram. La proposition d'un ou plusieurs hashtag(s) communs autour du vélo en région est nécessaire pour créer un effet viral auprès des partenaires et clientèles « vélo », dont un hashtag principal, celui-ci permettant de remonter des contenus vélo sur le social wall de notre site ;
- Augmenter l'audience du compte Instagram et fidéliser les abonnés à travers le recrutement d'influenceurs vélo :
 - Recrutement d'un influenceur cycloportif ;
 - Influenceur vélotouriste/famille ;
 - Influenceur Vététiste/Gravel ;
 - Influenceur itinérant.

Reporting du travail demandé

- Mise en place d'un calendrier éditorial accessible en temps réel ;
- Reporting mensuel des actions menées sur le compte Instagram ;
- Analyses des actions et préconisations sur les actions à venir.

Résultats attendus :

- Entre 5 et 10 000 abonnés minimum pour le compte Instagram fin 2021 ;
- Un taux d'engagement moyen de 12 %.

Le CRT attend de l'agence « social média » retenue de la réactivité, une bonne capacité d'analyse et de la prise d'initiatives. Le CRT attend également que le rédacteur possède des compétences rédactionnelles permettant de faire partager des expériences et de susciter l'envie. La pratique du vélo étant forcément un plus dans ce partage expérientiel au public.

Le démarrage de la mission est prévu pour début février 2020 et ce pour une période d'un an. 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 assujettie à la **validation de la Commission des Marchés** après établissement par les services du compte-rendu des travaux réalisés par le prestataire.

3. REPONSE A LA CONSULTATION COMMERCIALE

3.1 Planning

Le démarrage des prestations est envisagé à compter de la notification du marché au prestataire retenu.

Un planning prévisionnel devra être proposé par le prestataire en précisant les conditions nécessaires pour respecter les délais. Conscients que le respect des deadlines dépend aussi du client, le prestataire précisera les conditions à respecter côté client pour éviter tout retard dans les livrables.

3.2 Organisation et réunion de travail

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.

3.3 Date limite de réception des offres

Mise en ligne de la consultation sur le site CRT : le lundi 21 décembre 2020

Réception des offres par email est fixée au vendredi 15 janvier 2021 à 12h00 au plus tard

b.perin@provence-alpes-cotedazur.com

a.simon@provence-alpes-cotedazur.com

j.auray@provence-alpes-cotedazur.com

b.triffaux@provence-alpes-cotedazur.com

Pour toute question relative à la consultation :

Contact administratif :

Bernard Perin, Secrétaire Général du CRT Provence-Alpes-Côte d'Azur

b.perin@provence-alpes-cotedazur.com - 04 91 56 47 00

Contacts techniques :

Ariane Simon, chargée de mission filière vélo, CRT Provence-Alpes-Côte d'Azur

a.simon@provence-alpes-cotedazur.com - 04 91 56 47 24

3.2 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 budget maximum attendu est de 12 000 € TTC.

3.3 Critères de sélection des propositions

Les propositions seront examinées et classées en fonction des critères suivants :

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

Le choix du prestataire sera fait par la Commission des marchés du CRT avant fin janvier 2021

Notification de la mission et réunion de cadrage : Fin janvier/début février 2021

3.4 Pièces de l'offre

Le prestataire réalisera un **dossier de présentation au format numérique** de son offre :

- Proposition financière détaillée € TTC poste par poste, incluant les honoraires ;
- 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 ;
- N° SIRET ;
- TVA interne, intracommunautaire ;
- Certificats de régularité sociale et fiscale, année N-1 ;
- 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