



Appel à consultation pour :

CAMPAGNES DIGITALES DE NOTORIÉTÉ & CONVERSION

CÔTE D'AZUR FRANCE

(OTA – COMPARETEURS D'OFFRES EN LIGNE...)

Objet de la consultation

Préambule :

Dans le cadre de sa stratégie de promotion et de communication de la marque de destination Côte d'Azur France autour d'un Plan de Rebond post Covid-19, le Comité Régional du Tourisme Côte d'Azur France lance une consultation concernant diverses campagnes digitales « Côte d'Azur France » en lien avec des opérateurs privés pour soutenir et relancer ce secteur sur la Côte d'Azur.

Objet de la mission :

Il s'agit de faire appel à divers OTA, plateformes de réservation en ligne média, comparateurs d'offres etc... qui auront en charge tous les aspects liés à la création et au lancement d'une campagne digitale de conversion ayant pour objectif de mettre en valeur la transformation en vente de nuitées hôtelières en Côte d'Azur.

La campagne expérientielle a pour objectif majeur de déclencher des séjours sur la destination. Il s'agit d'accroître les efforts de commercialisation en valorisant des produits (séjours et prestations sèches) en s'associant avec des transporteurs ou acteurs privés et en ciblant le marché France.

Prestations demandées (caractéristiques principales) :

- **Périmètre géographique :** Littoral, moyen et haut-pays des départements des Alpes-Maritimes et du Var.
- **Période de lancement :** Juin ou Septembre (= selon évolution de la crise sanitaire).
- **Durée de la campagne on-line :** variable (opération « coup de poing » concentrée sur deux semaines ou opération d'une durée plus longue sur deux mois).
- **Cibles :** tout public en quête de séjours sur les destinations méditerranéennes avec audience ayant un intérêt sur la nature, l'outdoor, l'écotourisme, la mer, l'art de vivre, l'évasion et souhaitant voyager en période estivale et à l'automne. Mise en valeur de l'expérience client.
- **Pays :** marché français : Paris – Grand Est – Rhône-Alpes et Région Sud Provence Alpes Côte d'Azur.
- **En option :** marchés européens proches et limitrophes
- **Configuration des campagnes :** Campagnes de conversion mettant en valeur des offres d'hébergements hôtelières. Mise en place de deals hôteliers & à forte valeur ajoutée sur les grandes villes azuréennes de la destination (Antibes – Nice – Cannes – Menton – Monaco – St Tropez) sans oublier Pays de Grasse, Mandelieu Esterel Côte d'Azur, St Raphael et le Parc national du Mercantour pendant la durée de la campagne.
- **Organisation générale :** Les campagnes on-site et programmatiques devront reposer sur la mise en place d'une landing page dédiée qui bénéficiera de dispositifs display pour valoriser cette page d'atterrissage.
- **Leviers d'activation incontournables :**

- Page d'atterrissage mettant en valeur du placement de produits : séjours – vols – hôtels - market place – packages... Bloc inspirationnel mettant en exergue les atouts commerciaux de la destination.
- Plan média à définir avec le CRT Côte d'Azur France pour une conquête de l'audience au sein l'univers du partenaire mais aussi des dispositifs de campagne programmatique à envisager.
- Bannières génériques et dédiées aux partenaires : rotation selon % à définir.
- Autres dispositifs : sur proposition du partenaire (push mobile – newsletters – réseaux sociaux...).
- **Market Place** : un dispositif spécifique sur la page d'atterrissage pourra être mis en place pour valoriser le nouvel outil de commercialisation d'activités sèches du CRT Côte d'Azur France.

Positionnement à privilégier :

Thème de cette campagne (exemple provisoire) : « SUBLIME MES EXPERIENCES COTE D'AZUR FRANCE ».

Code de marque Côte d'Azur France à respecter.

Budget prévisionnel :

Le budget maximum prévisionnel de ces campagnes pour le CRT Côte d'Azur France et ses partenaires est variable selon la proposition reçue.

L'apport du partenaire privé retenu viendra en complément du budget prévisionnel prévu afin de renforcer l'opération dans une logique publique-privée gagnante pour chacune des parties. Il est attendu un abondement de 100% supplémentaire de la part du partenaire retenu.

Le budget total mentionnera l'apport de chacun.

Réponse à la consultation

La proposition d'intervention devra comporter un devis chiffré et détaillé de la prestation proposée.

Et en un seul exemplaire :

- présentation de la société et de ses références,
 - déclaration sur l'honneur du sous-traitant (si appel à la sous-traitance),
 - n° SIRET,
 - TVA interne, intracommunautaire,
 - extrait Kbis de moins de 3 mois,
 - certificats de régularité sociale et fiscale (années N-1),
 - le présent cahier des charges paraphé, daté et signé avec la mention « lu et approuvé » par la société.
-

Déroulement de la consultation

Une grille d'évaluation, basée sur les éléments décrits ci-dessus, servira d'outil d'analyse et de sélection des propositions. Les critères globaux de comparaison des offres sont les suivants :

Liste des critères (<i>total : 20 points</i>)	Description
Créativité, respect du cahier des charges <i>5 points.</i>	- Pertinence et cohérence du projet - Supports adaptés à la destination (<u>maquette visuelle indispensable</u>)
Prix de la prestation et délais de réalisation <i>8 points.</i>	- Décomposition du prix global faisant apparaître les différents éléments - Rétroplanning pour un lancement JUIN 2020 - Abondement proposé du partenaire pour permettre de décupler la campagne
Références et envergure du partenaire <i>4 points.</i>	- Force de frappe du fichiers clients - Capacité à mobiliser des partenaires socio-professionnels azuréens (Hôteliers, gîtes de France) - Agilité du partenaire
Capacité d'évaluation <i>3 points.</i>	- Critères d'évaluation de la campagne, notamment sur la partie conversion (nuitées d'hôtels générées, panier moyen, CTR, achat d'activités, durée de séjours etc... et localisés par ville) - Rapport incrémental

Calendrier

Date de lancement de la consultation : **10 avril 2020**

Retour des offres : réception au CRT Côte d'Azur, au plus tard le : **24 AVRIL 2020**

par email, fichiers transmis au format pdf, avec **accusé de réception** à :

Claire BEHAR, Directrice Générale : c.behar@cotedazurfrance.fr

Manuel HARBRETEAU, Responsable Marketing de l'Offre : m.harbreteau@cotedazurfrance.fr

Renseignements techniques et informations complémentaires sur le cahier des charges :

Manuel HARBRETEAU Responsable Marketing de l'Offre / m.harbreteau@cotedazurfrance.fr / 04 93 37 79 87

Renseignements administratifs :

Françoise DE ZANET - Directeur Financier et Administratif

f.dezanet@cotedazurfrance.fr

Le CRT Côte d'Azur France se réserve le droit d'apporter au plus tard huit jours avant la date limite fixée pour la réception des offres un complément ou une modification du dossier de consultation. Les candidats devront alors répondre sur la base du dossier complété ou modifié, selon un nouveau délai défini et accordé par le CRT Côte d'Azur France.