

## Consultation :

# Mission d'Assistance à Maîtrise d'Ouvrage pour une campagne de communication auprès de la clientèle de proximité Toulouse - Montpellier

### I. Présentation du contexte :

Le département de l'Aveyron se situe dans la région Occitanie. Il est une destination touristique de tourisme vert qui s'appuie sur 60 888 lits touristiques marchands et auxquels s'ajoutent 138 498 lits privatifs.

En 2018, le tourisme aveyronnais a enregistré plus de 11,1 millions de nuitées touristiques, pèse 359 millions d'euros de chiffre d'affaires et compte plus de 4 700 emplois salariés.

Des sites majeurs contribuent à faire de l'Aveyron une destination touristique reconnue : Conques, Viaduc de Millau, Musée Soulages, Caves de Roquefort, Coutelleries de Laguiole, ... C'est aussi un département à la dimension pleine nature avérée (randonnée avec notamment l'emblématique Chemin de St Jacques, VTT, trail, pêche, nautisme, vol libre, ...), dimension qui se retrouve aussi avec des manifestations sportives reconnues : Natural Games de Millau, Festival des Templiers, 100 kms de Millau, Roc Laissagais, Course du Viaduc, ...

Fort de la richesse touristique et du vécu touristique de l'Aveyron, l'Agence de Développement Touristique de l'Aveyron, service associé du Conseil Départemental en charge de l'application de sa politique touristique, souhaite mener une réflexion sur son positionnement stratégique de demain.

L'enquête de notoriété et sémantique web « Quel regard les Français portent-ils sur l'Aveyron ? » menée début 2019 a conduit à mettre en avant 4 grands challenges à relever dont celui de la proximité.

Ce dernier met en avant que l'Aveyron a la chance de disposer d'un bassin potentiel de clientèle d'environ 2 millions de personnes situées dans un rayon de 2h00-2h30 (chiffre en progression constante). Ce n'est pas le cas pour tous les territoires et c'est une vraie opportunité pour l'Aveyron.

Cette même enquête a aussi souligné deux points importants à noter :

- L'Aveyron est souvent associé à la « montagne », à une météo difficile, à l'enclavement et à l'éloignement,
- L'Aveyron n'est pas naturellement associé à une destination adaptée pour un week-end ou un court séjour.

Suite à ces constats, l'Agence de développement touristique de l'Aveyron va engager en 2020 une action forte auprès de la clientèle Toulouse et Montpellier. Elle vise à améliorer l'image de l'Aveyron auprès de cette clientèle et à faire en sorte de devenir une destination identifiée pour les week-ends ou courts séjours.

*Note : Les résultats de l'enquête de notoriété et sémantique web « Quel regard les Français portent-ils sur l'Aveyron ? » sont annexés à ce cahier des charges*

## II. Cadre général de la mission :

Le cadre général dans lequel doit se dérouler l'élaboration de cette mission a été défini autour des points clés suivants :

- Définir le ou les messages de la campagne communication,
- Dresser un plan média,
- Négocier et effectuer les achats d'espaces (contrat de mandat non payeur),
- Gérer la création et la mise en place des insertions médias,
- Assurer le suivi du planning de diffusion,
- Dresser un bilan de la campagne de communication.

## III. Objet de la consultation :

La présente consultation a pour objet d'accompagner l'Agence de Développement Touristique de l'Aveyron dans la réalisation d'une campagne de communication auprès des habitants des bassins de vie de Toulouse et de Montpellier au printemps 2020.

Il s'agit d'améliorer l'image de l'Aveyron auprès de cette clientèle et d'en faire une destination identifiée pour les week-ends ou courts séjours.

### • **« Campagne de communication auprès de la clientèle de proximité Toulouse / Montpellier »**

L'Agence de Développement Touristique de l'Aveyron demande au prestataire de l'appuyer pour la réflexion et l'écriture du ou des messages de la campagne de communication à destination des habitants des bassins de vie de Toulouse et de Montpellier.

Le profil de la clientèle visée est le suivant : Urbains actifs de moins de 50 ans.

L'Agence de Développement Touristique de l'Aveyron mène sur la période d'octobre à décembre 2019 une enquête de proximité pour savoir quelles sont les attentes des habitants de Toulouse et de Montpellier en terme de week-end ou court séjour. Les résultats de cette enquête seront remis au prestataire.

L'Agence de Développement Touristique de l'Aveyron est engagée dans la démarche d'attractivité départementale « Aveyron Vivre Vrai » dont le but est de donner à l'Aveyron donner les moyens d'atteindre un objectif de développement équilibré et qui a du sens.

Cette campagne de communication fait partie intégrante de cette démarche d'attractivité. Le prestataire devra produire un message en cohérence avec le portrait de territoire (profil identitaire) qui a été dressé pour le département de l'Aveyron.

*Note : Le profil identitaire de l'Aveyron est annexé à ce cahier des charges.*

Le prestataire se chargera de la création et de la mise en page des différents formats des insertions publicitaires en fonction des supports de diffusion (Formats : image, vidéo, son, web,...).

La réflexion, l'écriture du ou des messages et la création graphique des supports de communication ne devront pas remettre en question la charte graphique existante de l'Agence de Développement Touristique. Le prestataire devra veiller à la respecter.

*Note : La charte graphique Tourisme Aveyron est annexée à ce cahier des charges*

L'Agence de Développement Touristique de l'Aveyron demande aussi au prestataire d'imaginer un plan média visant à diffuser le message imaginé et à toucher de manière optimale les urbains actifs de moins de 50 ans des villes de Toulouse et Montpellier.

Le prestataire se chargera pour le compte de l'Agence de Développement Touristique de l'Aveyron des achats d'espaces sous la forme d'un contrat de mandat non payeur, du suivi technique des insertions publicitaires et du suivi du planning de diffusion.

A l'issue de la campagne, le prestataire dressera un bilan de l'opération.

#### > Travail à effectuer

- L'écriture du ou des messages pour la campagne de communication en collaboration avec l'Agence de Développement Touristique de l'Aveyron.

- La conception d'un plan média avec la fourniture de la liste des médias envisagés accompagnée d'un planning de diffusion.

- La prestation d'achat\* des espaces de diffusion pour le compte de l'Agence de Développement Touristique de l'Aveyron dans un cadre de contrat de mandat non payeur.

*\* Note : Le budget indicatif alloué à l'achat des espaces de diffusion est de l'ordre de 150 000 à 180 000 euros TTC.*

- La création des insertions publicitaires au format des supports de diffusion sélectionnés, et leur mise en place.

- Le suivi du planning de diffusion

- Le bilan de la campagne de diffusion

#### IV. Modalités de réponse :

Au regard du cahier des charges, le prestataire fera une proposition qui comportera notamment les éléments suivants :

- L'identification et la présentation de tous les consultants mobilisés et de tous les sous-traitants,
- Une présentation d'expériences similaires,
- Une proposition de mission conformément aux prestations attendues,
- Une méthodologie de travail :
  - o Une réunion de préparation à Rodez sur site avec la Direction et les managers de l'ADT au démarrage de la mission,
  - o Les outils techniques et la méthode de travail utilisés pour mener la mission
  - o La nature et le nombre de documents remis pour les différentes phases (listes des supports et planning de diffusion, ...)
  - o Une réunion de synthèse sur site à Rodez avec la Direction et les managers de l'ADT pour présenter le bilan de la campagne.
- Un calendrier prévisionnel détaillé mentionnant les étapes de validation,
- Les coûts de la mission, précisant le montant des honoraires, et frais éventuels annexes et conditions de facturation.

#### V. Modalités de réponse :

Les réponses à cette offre de consultation peuvent se faire :

- Soit par courrier à l'adresse suivante :

Agence de Développement Touristique de l'Aveyron,  
Rue Louis Blanc - BP 831,  
12008 RODEZ Cedex
- Soit par mail à l'adresse suivante :

[Christian.sabathier@tourisme-aveyron.com](mailto:Christian.sabathier@tourisme-aveyron.com)

#### VI. Calendrier :

- Ouverture de la consultation : le jeudi 10 octobre 2019.
- Date souhaitée de réception de l'offre : avant le mercredi 30 octobre 2019 à minuit.
- Choix du prestataire retenu : le jeudi 31 octobre 2019.
- Démarrage de la mission : dès le lundi 04 novembre 2019.
- Durée maximale de la mission : 9 mois.

## VII. Critères d'attribution :

Les prestataires répondants seront notés selon les critères suivants :

- Valeur technique : 60 %
- Prix : 30 %
- Références : 10 %

## VIII. Contact à l'ADT Aveyron :

L'Agence de Développement Touristique de l'Aveyron attend votre appel pour vous apporter d'éventuelles précisions relatives à cette mission. Pour cela, merci de bien vouloir prendre contact avec :

**Christian SABATHIER**

Tél : 05 65 75 55 85

[Christian.sabathier@tourisme-aveyron.com](mailto:Christian.sabathier@tourisme-aveyron.com)