



CAHIER DES CHARGES
***Élaboration d'une stratégie de communication numérique
du
pôle de pleine nature Montagnes du Caroux***

ARTICLE 1 - ORGANISME CONCERNÉ

Le syndicat mixte du Pays Haut Languedoc et Vignobles est un établissement public qui fonctionne comme une agence de développement sur un territoire regroupant 4 communautés de communes, soit 102 communes rurales de l'ouest du département de l'Hérault.

Pouvoir adjudicateur :

Pays Haut Languedoc et Vignobles
1, Rue de la Voie Ferrée
34360 SAINT CHINIAN

Représentant du Pouvoir Adjudicateur :

Jean ARCAS, Président.

ARTICLE 2 - OBJET DE LA CONSULTATION

La présente demande concerne une prestation d'élaboration d'une stratégie numérique de communication du pôle de pleine nature « Montagnes du Caroux».

ARTICLE 3 – MODE DE CONSULTATION

Consultation par demande de présentation d'une offre.

La date limite de réception des offres est fixée au 31 août 2018.

ARTICLE 4 - DURÉE DE LA PRESTATION

Le délai fixé pour la réalisation de cette mission est de 24 mois à compter de la date de notification.

ARTICLE 5 – CONTEXTE

Le territoire du Pays Haut Languedoc et Vignobles se situe dans la partie ouest du département de l'Hérault. Il a pour frontières le département de l'Aude avec qui il partage le secteur du Minervois et les départements du Tarn et de l'Aveyron. Au sud, il est limité par les deux agglomérations de Narbonne et de Béziers.

Le Pays Haut Languedoc et Vignobles est composé de 102 communes (73 831 habitants) et couvre un tiers du département de l'Hérault. Il demeure aujourd'hui le dernier espace rural encore préservé du département héraultais.

Le développement touristique est un véritable enjeu pour ce territoire et il doit être perçu comme un des leviers de développement de l'économie locale. D'où la mise en œuvre de stratégies et actions depuis plusieurs années pour conforter et qualifier cette destination.

La stratégie est positionnée sur 3 thèmes pilotes : l'oenotourisme, le tourisme de Nature et le patrimoine.

Chacun des piliers est conforté et développé dans le cadre d'une démarche ou d'une labellisation :

- Le patrimoine : obtention en 2016 du label « Pays d'Art et d'Histoire », et OGS « Cité de Minerve, Gorges de la Cesse et du Brian »
- Les produits locaux : obtention fin 2014 du label « Destination Vignobles et Découvertes »,
- Les activités de pleine nature : une démarche « Pôle de Pleine Nature » en cours.

L'ensemble constituant globalement une offre complémentaire et diversifiée à l'échelle de la destination touristique.

Dans le cadre d'un appel à projet Massif central, le Pays Haut Languedoc et Vignobles et ses partenaires ont élaboré une stratégie de développement territorial autour des activités de pleine nature sous la dénomination pôle de pleine nature « Montagnes du Caroux ». Un pôle de pleine nature (PPN) est un territoire organisé souhaitant développer une offre touristique et de loisirs complète, à fort potentiel attractif. Le dossier de présentation ainsi que l'étude marketing sont accessibles sur le site du Pays. Cette stratégie ne concerne pas l'ensemble du territoire du Pays mais seulement deux communautés de communes Grand Orb et du Minervois au Caroux.

Une analyse fine des clientèles présentes, du potentiel de développement, des contraintes du territoire (notamment en terme d'hébergement), des tendances de consommation et des évolutions touristiques des grandes agglomérations régionales, a conduit les acteurs du territoire à choisir 3 clientèles prioritaires.

Clientèle prioritaire 1 : Les pratiquants affinitaires des disciplines suivantes :

- La randonnée
- Le trail
- L'escalade
- Le VTT

Clientèle prioritaire 2 : Les couples sans enfant et les (petits) groupes d'amis

Clientèle prioritaire 3 : Les familles avec enfants de 3 à 16 ans

Une stratégie clientèle est indissociable d'une stratégie marché. Cette dernière doit fixer une ambition en matière de développement et orienter les investissements. Au regard des

caractéristiques de fréquentation, des marchés de proximité et de la nature des offres proposées au sein des « Montagnes du Caroux », la stratégie « marché » suivante a été validée :

- Ambition à court terme : Fidéliser, consolider et maintenir les trois clientèles cibles des bassins de vie : Narbonne, Béziers, Toulouse pour des excursions, des week-ends et des courts séjours.
- Ambition à moyen terme : Conquérir de nouvelles clientèles basées autour de la Métropole de Montpellier pour des excursions, des week-ends et des courts séjours.
- Ambition à long terme : Prospector les clientèles affinitaires des régions Auvergne-Rhône-Alpes, PACA, Ile-de-France et Barcelone pour des courts et moyens séjours.

Ce cadre marketing est le socle de la programmation en matière de positionnement, de promotion et de prospection puisqu'il conditionne à la fois la façon de valoriser les « Montagnes du Caroux », la nature des offres à commercialiser ou encore les réseaux à mobiliser pour développer la notoriété du territoire.

Des outils de communication en cours de création ou existant :

- Un site internet Montagnes du Caroux opérationnel en juillet 2018. A terme, il proposera une boutique de vente en ligne des prestations APN.
- Une photothèque « généraliste » (paysage, patrimoine, activités de pleine nature) de 500 photos sera livrée au printemps 2018.
- Une vidéo généraliste APN sera tournée en septembre 2018 avec Antoine Guillon, champion du monde d'ultra trail.
- Une photothèque « affinitaire » APN (rando, trail, VTT et escalade) sera réalisée entre septembre 2018 et mai 2019.
- 4 vidéos affinitaires APN (rando, trail, VTT et escalade) seront réalisées entre septembre 2018 et mai 2019.

Par ailleurs, la démarche Pôle de pleine nature a permis la création d'un réseau de prestataires APN impliqué et participatif.

Un partenariat avec l'ADT34 :

- Campagnes e news France et bassin de vie
- Campagne Facebook Ads à l'échelle de la destination Haut Languedoc et Vignobles
- SALONS GRAND PUBLIC : Roc d'Azur

ARTICLE 6 - OBJECTIFS DE LA MISSION

Pour lancer le nouveau positionnement du Pôle et pour structurer une stratégie numérique sur les réseaux sociaux, il a été décidé de recourir, sur 2 ans , aux services d'une agence spécialisée. Ce travail devra permettre d'initier la démarche de community management auprès des clientèles et des territoires cibles. Cet accompagnement permettra de donner aux acteurs du Pôle (OTs et conseiller technique), les outils et les supports nécessaires au travail de promotion dans la durée.

Les objectifs de cette prestation sont :

- Développer la notoriété et la crédibilité sportive du pôle auprès des clientèles prioritaires 1.
- S'appuyer sur cette notoriété pour développer la fréquentation et la consommation des clientèles prioritaires 2.
- Développer un réseau d'influenceurs.

Il s'agit donc de définir et mettre en place une stratégie de communication sur les réseaux sociaux, adaptée au territoire, ses contraintes budgétaires et ses moyens humains . Pour cela le prestataire devra :

- Choisir les réseaux sociaux pour cibler nos clientèles,
- Mettre en place la ligne éditoriale des contenus,
- Concevoir un calendrier éditorial indicatif, tenant compte des différents supports,
- Diffuser les contenus à destination des réseaux sociaux,
- Proposer éventuellement des campagnes réseaux sociaux sponsorisées,
- Prévoir un temps de formation des partenaires, en particulier des Ots pour poursuivre la mise en œuvre de la stratégie numérique de communication et préparer dès le début de l'opération leur intégration,
- Définir et suivre régulièrement des critères d'évaluation de l'efficacité de la stratégie mise en œuvre,

Il appartiendra au cabinet de proposer une méthodologie et d'organiser le phasage de la prestation. Le titulaire du marché dans sa réponse détaillera le nombre de réunions, les phases et les délais envisagés.

ARTICLE 7 -CONDITIONS GÉNÉRALES DE LA MISSION

Les comptes rendus des réunions seront rédigés par l'équipe retenue, puis validés par la chargée de mission qui se chargera ensuite de la diffusion de ces documents.

Le Pays Haut Languedoc et Vignobles s'engage à fournir tous les documents nécessaires à la bonne réalisation de l'étude.

L'intervention d'un sous-traitant est soumise à l'agrément de l'acheteur. Il n'y a pas de relation contractuelle entre le Pays et le sous-traitant.

✓ Calendrier d'exécution

31 Août 2018 : date limite de réception des offres

Septembre 2018 : début de la prestation

Septembre 2020 : fin de la prestation

✓ Compétences requises pour la mission

Pour mener à bien cette étude, l'équipe retenue devra avoir des compétences dans les domaines suivants :

- Connaissance des outils de communication numérique
- Maîtrise du management de l'information
- Connaissance du milieu des activités de pleine nature
- Connaissance des principes et modalités du web
- Compréhension des enjeux du web 2.0
- Gérer la conduite de projet et être capable de définir et mettre en place des indicateurs de suivi de projet
- Disposer d'une bonne pratique et expérience rédactionnelle et multimédia.
- Savoir définir et mettre en place des indicateurs d'efficacité des actions engagées.

Le titulaire du marché dans sa réponse détaillera l'équipe affectée à la mission.

✓ Propriété intellectuelle des documents

Le domaine d'exploitation des droits cédés par le prestataire (droits de représentation et de reproduction) s'exerce pendant la durée de vie des documents et sur le territoire français.

L'ensemble des contenus rédactionnels et éventuellement des photos et vidéos produits restera propriété exclusive du Pays. Il pourra être utilisé sur différents supports si besoin.

ARTICLE 8 – LISTE DES ÉTUDES/DOCUMENTS DE RÉFÉRENCE DISPONIBLES (LISTE NON EXHAUSTIVE)

- ✓ Stratégie marketing et structuration de l'accueil touristique Montagnes du Caroux- Atémia 2016
- ✓ Charte graphique Montagnes du Caroux- Atémia 2016
- ✓ Dossier de candidature Pôle de pleine nature-Pays Haut Languedoc et Vignobles-2016
- ✓ Plan marketing ADT34

ARTICLE 9- MODALITÉ DE DÉTERMINATION DES PRIX

Le montant détaille les taxes, frais de déplacement et postaux ainsi que les dépenses relatives à la rémunération du personnel que le titulaire estimera nécessaire d'employer pour respecter les délais prévus.

Le marché est traité à prix ferme et non révisable.

La proposition financière et technique devra être présentée de façon lisible, explicite et détaillée.

Le candidat joindra dans le dossier de la consultation un devis qui sera étudié dans le cadre de l'analyse des offres et permettra au pouvoir adjudicateur de s'assurer de la cohérence de l'offre proposée au regard des prescriptions du cahier des charges.

Le prix comprend toutes les sujétions découlant des circonstances de temps, de lieux et d'horaires dans lesquelles la prestation concernée doit être réalisée. Le titulaire reconnaît avoir été suffisamment informé des conséquences directes ou indirectes de ces circonstances et a élaboré ses prix en connaissance de cause.

ARTICLE 10 - REMUNERATION DU TITULAIRE

Le règlement des sommes dues au prestataire pour l'exécution de la mission sera réparti comme suit :

- Un acompte de 30% à la remise de la stratégie
- Un acompte de 30% à mi parcours
- Le solde de 40% à l'achèvement de la mission (livraison de tous les éléments précisés dans ce CCP).

ARTICLE 11 - CONDITIONS DE RÈGLEMENT

La collectivité se libérera des sommes dues en exécution du présent contrat par mandat administratif, dans un délai de 30 jours à compter de la réception de la facture, et après validation du service fait, adressées au :

Pays Haut Languedoc et Vignobles
1, Rue de la voie ferrée
34360 SAINT CHINIAN

La facture est établie en un exemplaire après fourniture de l'étude au format papier et numérique.
Le comptable assignataire est Mme Catherine BREIL,
Trésorerie de Saint Pons de Thomières
Cité administrative
34220 SAINT PONS DE THOMIERES

Le délai de 30 jours est décomposé comme suit :
20 jours pour l'ordonnateur
10 jours pour le comptable assignataire

ARTICLE 12 - RÈGLEMENT DES COMPTES

Le défaut de paiement dans le délai fixé à l'article 10 du présent cahier des charges fait courir de plein droit et sans autre formalité, des intérêts moratoires au bénéfice du prestataire et de ses sous traitants payés directement. Le taux des intérêts moratoires est celui de l'intérêt légal en vigueur à la date à laquelle les intérêts moratoires ont commencé à courir.

Le point de départ du délai global de paiement est la date de réception de la facture sous condition que le service soit fait.

ARTICLE 13 - DISPOSITIONS APPLICABLES EN CAS DE TITULAIRE ÉTRANGER.

En cas de litige, la loi française est seule applicable. Les tribunaux français sont seuls compétents. Les correspondances et documents sont rédigés en français. L'unité monétaire est l'euro.

ARTICLE 14 - RÉSILIATION ÉVENTUELLE DU MARCHÉ

Si pour une raison quelconque, le titulaire du marché se trouve empêché d'exécuter la mission qui lui est confiée, la commande sera résiliée de plein droit, quinze jours après que le titulaire du marché aura envoyé à la collectivité une lettre recommandée motivée avec demande d'avis de réception. La collectivité se réserve les mêmes droits et, selon la même procédure, dans le cas où elle estimerait que le titulaire ne remplit pas sa mission avec toute la compétence ou la diligence nécessaire.

En cas de résiliation, la collectivité établit un décompte de liquidation qui comprend la valeur des prestations reçues.

ARTICLE 15 - RÈGLEMENT DES LITIGES

En ce qui concerne le règlement des différends ou des litiges pouvant intervenir à l'occasion de l'exécution du marché, si aucun accord amiable n'est trouvé, le tribunal compétent sera le Tribunal Administratif de MONTPELLIER.

ARTICLE 16 - CRITÈRES DE SÉLECTION DES PROPOSITIONS

L'analyse des candidatures sera effectuée à partir des critères suivants :

- 35 % Coût de la prestation
- 35 % Valeur technique: méthodologie présentée et moyens mis à disposition,
- 30 % Référence : composition et compétences de l'équipe, références au regard de l'objet de la consultation.

ARTICLE 17 - PIÈCES A FOURNIR PAR LE CANDIDAT

- Des références en travaux similaires (savoir-faire, sensibilité artistique et style).
- Vos thématiques de prédilection.
- Une tarification précise et détaillée
- Le présent cahier des charges complétés et signés

Les prix seront indiqués en euros HT et TTC, rémunération des figurants et frais techniques compris.

ARTICLE 18 - MODALITÉS DE RÉCEPTION DE L’OFFRE

La date limite de réception de l'offre est fixée au 27 Août 2018.

Les offres des opérateurs devront reprendre avec précisions les points cités ci-avant.

Toute offre dont la présentation ne serait pas conforme aux présentes instructions ne sera pas retenue et renvoyée.

Le Pays Haut Languedoc et Vignobles se réserve le droit de négocier les propositions formulées.

Les offres sont à transmettre,
par courrier à l’adresse suivante :

Olivia Barthélemy
Pays Haut Languedoc et Vignobles
1 rue de la voie ferrée
34 360 Saint Chinian

Ou par mail à olivia.barthelemy@payshlv.com

Votre contact pour tout complément d’informations est Olivia Barthélemy, chargée de mission Tourisme et APN :

Par mail, olivia.barthelemy@payshlv.com

Ou par téléphone au 04.67.95.72.21 ou 06.31.43.93.90.

Mention(s) manuscrite(s) – « Lu et approuvé »

Le (ou les) Prestataire(s)

.....
.....

Fait à

Le