

Cahier des charges

MISE EN ŒUVRE DE LA STRATEGIE DIGITALE DE LA MARQUE « CHEMINS DES PARCS »

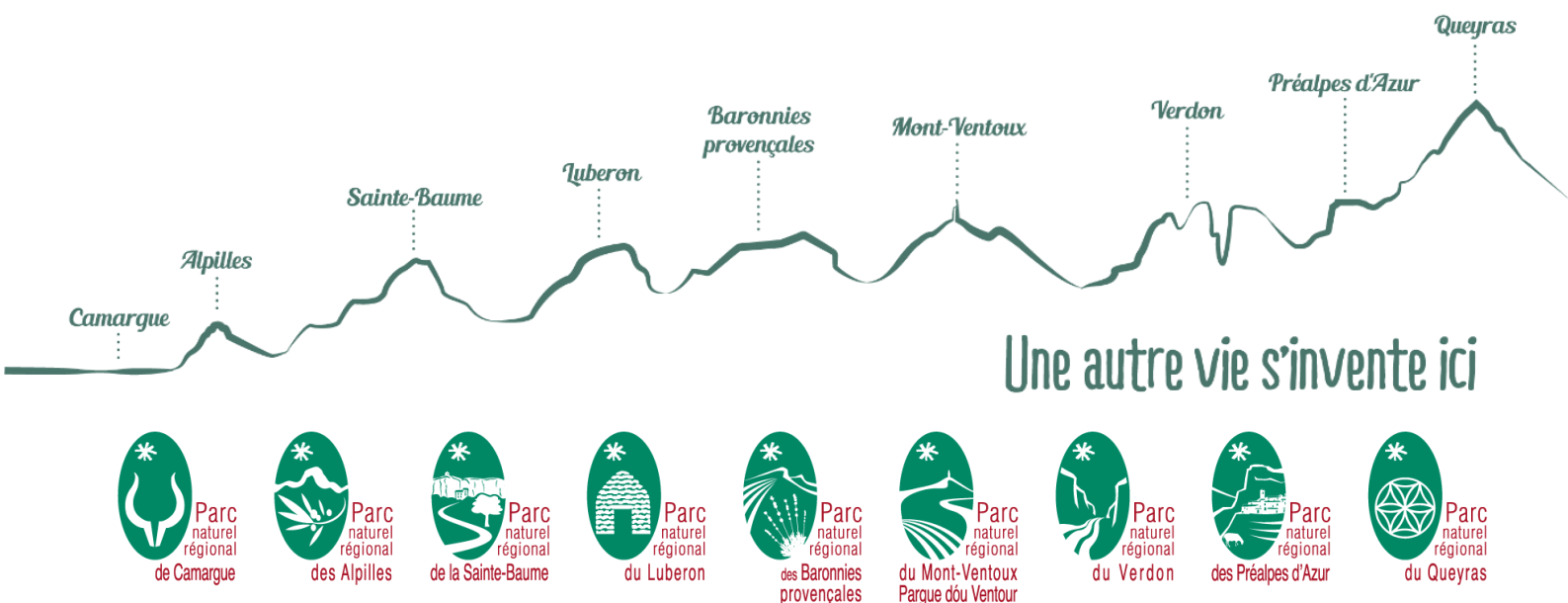
La Région Provence-Alpes-Côte d'Azur compte 9 Parcs naturels régionaux. Ces Parcs ont l'habitude de travailler en réseau et ont formalisé leur partenariat avec la création du Réseau des Parcs naturels régionaux de Provence-Alpes-Côte d'Azur. Plusieurs projets ou actions sont menés dans ce cadre concernant différents domaines : le tourisme, l'agriculture, l'énergie, la biodiversité etc.

Une de ces actions consiste en la promotion du produit numérique *Chemins des Parcs* (site internet mobile). Cet outil se distingue des sites de « randonnées loisirs » traditionnelles. Loin d'être un simple outil de découverte, il permet aux 9 parcs naturels régionaux d'organiser la fréquentation des espaces naturels et d'accompagner les utilisateurs·trices dans une pratique responsable de cette activité. À l'échelle régionale, Chemins des Parcs est un outil de valorisation d'un tourisme durable. Il contribue à promouvoir le tourisme de proximité, en proposant une offre cohérente et continue d'activités et de découvertes à l'échelle du territoire Provence-Alpes-Côte d'Azur.

En 2021, une stratégie digitale a été définie pour coordonner et conduire cette promotion. Un travail de l'image de marque du produit numérique a été réalisé. Il a permis :

- L'affirmation du positionnement de la marque : *peu importe la destination, ce qui compte c'est le chemin.* Avec Chemins des Parcs, on parcourt les sentiers non pas pour atteindre un but, mais pour savourer le chemin. Les chemins des Parcs sont sensibles, vivants. On y partage des moments uniques en famille ou entre amis, on y fait des rencontres étonnantes avec des espèces locales, on se reconnecte à la nature... C'est un retour aux choses vraies. Ces choses dont on a envie de prendre soin, celles qui comptent vraiment.
- La refonte de l'identité visuelle de la marque.
- La définition d'objectifs de communication digitaux clairs et partagés.

Ce document est LE document sur lequel devront s'appuyer les candidat·e·s pour développer et dérouler la mission qui leur sera confiée.



OBJET DE LA CONSULTATION

Objectifs et enjeux

- Mobiliser autour d'une marque singulière, cohérente et attractive.
 - Développer l'expérience de marque grâce au contenu
 - Promouvoir l'itinérance en ancrant la marque dans l'univers du mobile (fidéliser les utilisateurs)
- (Re)placer l'internaute au cœur de la stratégie digitale.
 - Renforcer la présence numérique de la marque
 - Accroître son influence
 - Favoriser le partage d'expérience
- Développer une véritable transversalité dans la promotion de la marque.
 - Développer les synergies entre les Parcs
 - Structurer la communication digitale

Cibles de communication

- Émilie, la maman super active : 37 ans, agent commercial dans l'immobilier, 2 enfants dans les 10 ans, Avignon extra-muros dans une maison de ville avec jardin, aime les weekends actifs en famille avec des moments de cohésion et aime respirer le grand air.
- Julien, le jeune cadre écolo : 29 ans, ingénieur agronome, pacsé sans enfants, Grenoble appartement avec balcon, aime découvrir le patrimoine sentier paysager, s'aérer, vivre des expériences en partageant avec les amis ou en couple.
- Manon, la saisonnière engagée : 23 ans, agent d'accueil en contrat saisonnier, Master 1 en tourisme à Lyon 2, Travaille à Castellane au camping du Verdon, aime faire ses preuves et construire sa propre expérience, satisfaire les besoins des touristes, soutenir un tourisme plus durable dans la région.

CONTENU DE LA MISSION

Volet 1 : community management

- Suivi et mise en œuvre de la stratégie digitale (élaboration de la ligne éditoriale, création des pages et/ou comptes sur les réseaux sociaux, production de contenu, recherche iconographique, diffusion, modération)
- Elaboration et partage des rapports de résultats de la communication digitale
- Coordination et suivi des campagnes publicitaires (search, display, influenceurs...)

Volet 2 : animation de projet

- Organisation et animation du comité de communication digitale de la marque. Composé des chargés de mission communication et activités de pleine nature des Parcs parties prenantes, ce comité garantit une meilleure coordination des actions, plus de fluidité dans le déroulement des campagnes et un partage collectif de l'avancement des résultats. Sa fréquence de réunion est saisonnière.
- Gestion des relations avec les différents acteurs intervenants dans la communication digitale de la marque (graphistes, vidéastes, podcasteurs, influenceurs...).
- Suivi budgétaire des opérations de communication digitales de la marque.
- Veille au respect du calendrier opérationnel.

ELEMENTS POUVANT ETRE MIS A DISPOSITION

- Les éléments de l'identité visuelle de la marque ;
- La charte d'utilisation de cette identité ;

CALENDRIER PREVISIONNEL

Consultation : 22 février 2023.

Lancement de la mission : 03 avril 2023.

COLLABORATION

Pour mener à bien ce projet, le Parc naturel régional des Baronnies provençales, au nom du réseau des Parcs de Provence-Alpes-Côte d'Azur, fera le lien entre le prestataire et l'équipe des chargé-e-s de communication.

Contact principal

Violaine Gudin, responsable communication du Parc des Baronnies provençales (04 75 26 79 08, vgudin@baronnies-provencales.fr)

Autres personnes référentes

Solgne Louis, responsable communication du Parc du Luberon

Laetitia Baudry, responsable communication du Parc naturel régional des Alpilles

Une réunion au début de la prestation fixera les modalités d'échange et de suivi, le planning opérationnel.

CESSION DE DROITS DE REPRODUCTION ET D'EXPLOITATION SUR LES RESULTATS

Le prestataire cèdera, à titre exclusif, l'intégralité des droits ou titres de toute nature afférents aux résultats du projet (texte, image, vidéos, sons...) permettant de les exploiter librement y compris à des fins commerciales, pour toute la durée légale de protection des droits d'auteur.

DOCUMENTS A PRODUIRE POUR LA CANDIDATURE

- Le devis détaillé de la prestation.
- La méthode de travail préconisée pour une collaboration efficace et réactive, la présentation et le curriculum vitae de la personne qui sera chargée de l'exécution des prestations.
- Une proposition détaillée du calendrier d'exécution et de la gestion globale du projet
- Les références et expériences récentes du candidat pour des missions similaires.

FACTURATION

En contrepartie de cette prestation, le Réseau des Parcs naturels régionaux de Provence-Alpes-Côte d'Azur règlera au prestataire retenu la somme de 22 500 euros TTC, comme suit :

- 30 % au démarrage de la prestation, soit 6 750 euros TTC
- 6 750 € TTC en août 2023,
- 6 750v€ TTC en décembre 2023,
- 2 250 € TTC en mars 2024.

Ces montants couvrent l'animation (salaire) et la mise en oeuvre de la stratégie digitale (actions et fonctionnement).

Ces quatre versements se feront sur présentation de factures émises par le prestataire (accompagnées d'un relevé d'identité bancaire).

PRESENTATION DES OFFRES

Les candidats devront faire figurer sur leur offre la mention suivante :

Réseau des Parcs naturels régionaux de Provence-Alpes-Côte d'Azur

Parc naturel régional des Alpilles

2 boulevard Marceau

13210 Saint Rémy de Provence

Ils devront envoyer leur offre uniquement par mail à l'attention de :

Violaine Gudin, responsable communication du Parc des Baronnies provençales (vgudin@baronnies-provencales.fr)

Solgne Louis, responsable communication du Parc naturel régional du Luberon solgne.louis@parcduluberon.fr

Laetitia Baudry, responsable communication du Parc naturel régional des Alpilles l.baudry@parc-alpilles.fr

AVANT LE 15 mars 2023 A 12 H (midi)