

Cahier des Clauses Techniques Particulières (C.C.T.P.)

RÉALISATION ET MISE EN ACTION D'UN PLAN DE PROMOTION/COMMUNICATION AVEC L'ORGANISATION DE 2 ÉVÉNEMENTS VÉLO ITINÉRANTS ASSOCIÉS POUR LE PROJET INTERREG VI SLOWTOURISME EN GRANDE REGION

Maître d'Ouvrage :

MEUSE ATTRACTIVITÉ

Partenaires :

« INTERREG VI – PROJET SLOWTOURISME EN GRANDE REGION » :

Meuse Attractivité

Centre d'affaires Cœur de Meuse
ZID Meuse TGV
55220 Les Trois-Domaines, France
Contact : Guillaume MOIZAN, coordinateur de projet,
g.moizan@lameuse.fr, // +33646336539

Groupement Européen d'Intérêt Economique (G.E.I.E) Destination Ardenne

24, place Ducale - B.P. 419 – 08107 Charleville-Mézières Cédex, France
Contact pour ce marché : Daniëlle Gevaerts, chargée de projet
gevaerts@ardennes.com, // +33 (0)3 24 56 59 72

Maison du Tourisme de Gaume

Rue du Moulin, 35 -6740 Etalle, Belgique
Contact : Virginie Mohy, chargée de projet
v.mohy@visitgaume.be // +32(0)63 39 31 00

Procédure d'appel d'offres ouvert régie par les articles L.2124-1, L.2124-2, R.2124-1 et 2, R.2161-2 et suivants du Code de la Commande publique. (France)

1. Un descriptif technique

Le présent cahier des clauses techniques particulières comporte 10 pages numérotées de 1 à 10, plus une annexe.

2. Annexe – Présentation de la destination

DESCRIPTIF TECHNIQUE

RÉALISATION ET MISE EN ACTION D'UN PLAN DE PROMOTION/COMMUNICATION AVEC L'ORGANISATION DE 2 ÉVÉNEMENTS VÉLO ITINÉRANTS ASSOCIÉS POUR LE PROJET INTERREG VI SLOWTOURISME EN GRANDE REGION

1/ Contexte du marché

2/ Contexte de communication

3/ Objet de la consultation

4/ Les objectifs du projet Slowtourisme en Grande Région

5/ La mission attendue - Supports et prestations attendus

6/ Prestations demandées - Présentation de l'offre

7/ Durée du marché

8/ Calendrier d'exécution

9/ Présentation des offres

10/ Règlement

Annexes

DESCRIPTIF TECHNIQUE

RÉALISATION ET MISE EN ACTION D'UN PLAN DE PROMOTION/COMMUNICATION AVEC L'ORGANISATION DE 2 ÉVÉNEMENTS VÉLO ITINÉRANTS ASSOCIÉS POUR LE PROJET INTERREG VI SLOWTOURISME EN GRANDE REGION

1. Contexte du marché

Le projet Slowtourisme en Grande Région vise à favoriser l'émergence d'une destination de tourisme à vélo transfrontalière cohérente, à la fois dans sa pratique pour les usagers mais aussi au travers de la qualité de l'accueil aux touristes. Son objectif premier est d'inciter à la découverte touristique au moyen de mobilités douces et de promouvoir un tourisme plus décarboné. Incluant des partenaires français et belges, de Verdun dans la Meuse (France) à Liège en Wallonie (Belgique), le projet se structure autour de trois axes de développement :

- Une amélioration et harmonisation de la pratique cyclable grâce à des aménagements de voies, d'aires de repos ainsi qu'au déploiement d'un réseau point-nœuds transfrontalier notamment.
- Un travail d'accompagnement et de formation des acteurs du tourisme pour proposer aux visiteurs un accueil adapté aux ambitions de cyclotourisme et de tourisme durable de la destination.
- Une promotion et mise en valeur coordonnées des sites et patrimoines touristiques, naturels et culturels des territoires pour y développer l'activité touristique.

2. Contexte de communication

Dans le cadre du projet Slowtourisme en Grande Région, le GEIE Destination Ardenne, Meuse Attractivité et la Maison du Tourisme de Gaume souhaitent confier à un prestataire de service la réalisation d'une campagne de communication à compter de novembre 2025 et pour une durée de 2 ans, mettant en avant les aspects liés aux valeurs du slowtourisme de la destination Ardenne Meuse (Province de Luxembourg et Province de Liège pour la partie Ardenne et le département de la Meuse), avec un accent particulier sur le vélotourisme, cœur du projet Interreg.

La campagne de communication doit couvrir l'ensemble de la destination et annoncer la tenue d'un événement ouvert au grand public mettant en avant des valeurs basées sur les concepts de festivité, bas carbone, zéro déchet, sportif mais accessible au plus grand nombre. La cible de la campagne de communication sera plutôt jeune (25-45 ans) et urbaine, en quête de découverte active et déconnexion pour de courts séjours proche de chez soi. Une attention particulière sera donnée sur l'aspect transfrontalier et cibler en plus de la cible francophone, la cible germanophone et éventuellement néerlandophone. L'objectif du projet est de faire émerger la zone de partenariat et la Grande-Région comme une destination slowtouristique idéale pour un court séjour proche de chez soi.

La campagne de communication attendue sera digitale, une attention particulière sera donnée sur l'audience du prestataire.

Tous les moyens imaginés pour rendre efficace la campagne de communication devront être détaillé dans la proposition. Une attention particulière sera également donnée à la multitude des canaux utilisés ou envisagés.

A titre d'exemple, la campagne mettra en scène :

- les sites et paysages incontournables ainsi que les éléments identitaires des provinces de Liège et de Luxembourg (Belgique) et du département de la Meuse (France).
- des personnages représentant différentes cibles de clientèles dans certains sites et paysages.
- le terroir local et la qualité de l'accueil par les habitants.

De façon générale, la production devra faire percevoir la beauté et l'authenticité des sites, des paysages, des personnes le long des itinéraires.

Les messages doivent être variés et alterner les formats.

Trois cibles de clientèles :

- Des jeunes (sportifs modérés) âgés de 20 à 30 ans
- Des couples / amis d'âges variés (entre 25 et 45 ans)
- Des familles avec jeunes enfants.

En effet, l'objectif du projet Slowtourisme en Grande Région est de densifier le réseau cyclable entre les régions de l'Ardenne (province de Luxembourg et de Liège) et le département de la Meuse. Afin de renforcer la notoriété et l'attractivité de cette destination transfrontalière auprès d'une clientèle jeune, urbaine, habituée aux courts séjours répétés au sein de destinations proches invitant à la déconnexion et au lâcher prise, nous recherchons une communication pouvant toucher la cible des 25-45 ans, seuls, en couple ou en famille avec de jeunes enfants. La mise en avant de la pratique du vélo de loisir, allié avec la découverte des territoires (Grands sites, paysages, activités outdoor) et la gastronomie locale invitant à venir partager une expérience conviviale et inoubliable est recherchée.

3. Objet de la consultation

Le présent cahier des charges a pour but de définir le cadre de réalisation et de mise en œuvre de la campagne de communication et l'organisation de 2 événements liés à cette campagne.

4. Les objectifs de la campagne et des événements

- Renforcer la notoriété et l'attractivité de la destination transfrontalière Ardenne Meuse auprès d'une clientèle jeune, urbaine, habituée aux courts séjours répétés au sein de destinations proches (max 3h du domicile) invitant à la déconnexion et au lâcher prise.
- La communication doit toucher la cible des 25-45 ans, seuls, en couple ou en famille avec de jeunes enfants.
- La mise en avant de la pratique du vélo de loisir, allié avec la découverte des territoires (Grands sites, paysages, activités outdoor) et la gastronomie locale invitant à venir partager une expérience conviviale et inoubliable est recherchée.
- L'objectif de l'organisation des événements est de créer, grâce à la campagne de communication en amont, un imaginaire fort et une identité incitant à la découverte de l'offre vélotouristique de la Grande Région.

L'évènement ne peut pas être décorrélié de la campagne de communication pour assurer une cohérence entre les messages véhiculés durant la campagne et l'ambiance ressentie lors de l'évènement.

Il n'est pas exclu que l'évènement puisse être payant pour les participants.

La possibilité d'inclure la population locale à un moment de l'évènement serait appréciée.

Les savoir-faire et la gastronomie locale seront mis en avant durant l'évènement.

Compte-tenu de la taille de la zone de partenariat, il est demandé d'organiser 2 évènements itinérants : le premier se déroulera en septembre 2026 entre les provinces de Luxembourg et de Liège et le second en septembre 2027 entre la province de Luxembourg et le département de la Meuse.

5. La mission attendue - Supports et prestations attendus

A - Offre de base : 120.000€ TTC pour la communication et l'organisation des 2 évènements

Il s'agit d'une enveloppe fermée maximum prévue à la fois pour le traitement de la main-d'œuvre du prestataire, mais aussi pour l'achat d'espaces ou le financement des campagnes visées, et la création de supports nécessaires à ce marché.

Cette enveloppe sera financée par le projet Interreg VI Slowtourisme en Grande Région.

B - Les caractéristiques de la campagne de communication

La campagne de communication doit couvrir l'ensemble de la destination et annoncer la tenue d'un évènement ouvert au grand public mettant en avant des valeurs basées sur les concepts de festivité, bas carbone, zéro déchet, sportif mais accessible au plus grand nombre. La cible de la campagne de communication sera plutôt jeune (25-45 ans) et urbaine, en quête de découverte active et déconnexion pour de courts séjours proche de chez soi. Une attention particulière sera donnée sur l'aspect transfrontalier et cibler en plus de la cible francophone, la cible germanophone et éventuellement néerlandophone. L'objectif du projet est de faire émerger la zone de partenariat et la Grande-Région comme une destination de slowtourisme idéale pour un court séjour proche de chez soi.

La campagne de communication attendue sera digitale, une attention particulière sera donnée sur l'audience du prestataire.

Tous les moyens imaginés pour rendre efficace la campagne de communication devront être détaillé dans la proposition. Une attention particulière sera également donnée à la multitude des canaux utilisés ou envisagés.

A titre d'exemple, la campagne mettra en scène :

- les sites et paysages incontournables ainsi que les éléments identitaires des provinces de Liège et de Luxembourg (Belgique) et du département de la Meuse (France).
- des personnages représentant différentes cibles de clientèles dans certains sites et paysages.
- le terroir local et la qualité de l'accueil par les habitants.

De façon générale, la production devra faire percevoir la beauté et l'authenticité des sites, des paysages, des personnes le long des itinéraires.

Les messages doivent être variés et alterner les formats.

Trois cibles de clientèles :

- Des jeunes (sportifs modérés) âgés de 20 à 30 ans
- Des couples / amis d'âges variés (entre 25 et 45 ans)
- Des familles avec jeunes enfants.

C - Les caractéristiques de l'évènement :

L'objectif est de créer, grâce à la campagne de communication, un imaginaire fort et une identité incitant à la découverte de l'offre vélotouristique de la Grande Région.

L'évènement ne peut pas être décorrélié de la campagne de communication pour assurer une cohérence entre les messages véhiculés durant la campagne et l'ambiance ressentie lors de l'évènement.

Il n'est pas exclu que l'évènement puisse être payant pour les participants.

La possibilité d'inclure la population locale à un moment de l'évènement serait appréciée.

Les savoir-faire et la gastronomie locale seront mis en avant durant l'évènement.

Compte-tenu de la taille de la zone de partenariat, il est demandé d'organiser 2 évènements itinérants : le premier se déroulera en septembre 2026 entre les provinces de Luxembourg et de Liège et le second en septembre 2027 entre la province de Luxembourg et le département de la Meuse.

Le prestataire s'engage à disposer des ressources humaines suffisantes pour organiser l'évènement sans nécessiter d'implication en ressources humaines des partenaires du projet Interreg VI Slowtourisme en Grand-Région. L'évènement sera coconstruit entre les partenaires du projet Slowtourisme en Grande-Région et le prestataire pour ce qui est des choix d'itinéraire et des points d'intérêt à inclure, puis le prestataire travaillera en autonomie pour la bonne organisation et le bon déroulement de l'évènement. Au-delà de réunions de cadrage, les partenaires du projet Slowtourisme en Grande Région n'ont pas de ressource humaine dédiée à l'organisation de l'évènement.

Le format d'évènement doit être le même d'une année sur l'autre à savoir : Un évènement itinérant partant d'un point A et arrivant à un point B avec un déplacement bas-carbone avec un minimum d'une nuitée.

La jauge minimale de l'évènement doit être de 200 personnes. Il n'y a pas de jauge maximale mais le confort des participants doit être un critère primordial (ne pas avoir la sensation d'une masse de personne).

Un format final de type village d'arrivée avec des stands mettant en avant le terroir et le savoir local est souhaité.

Des contenus médias issus des évènements pourront être cédés aux partenaires du projet et libre de droit pour lesdits partenaires.

D - La logistique

Le prestataire sélectionné travaille en totale autonomie, sous couvert de validation préalable de la part des partenaires.

Nous pouvons toutefois fournir une liste de contact facilitant la bonne organisation mettant à profit notre connaissance du tissu local.

Il travaille dans le respect des réglementations en vigueur et selon les principes de la meilleure déontologie professionnelle.

Les partenaires du projet peuvent apporter des conseils dans leur domaine de spécialité. Les partenaires se dégagent de toute responsabilité en cas de litige opposant le prestataire à une personne morale ou physique tierce.

E - Cession des droits

Les opérateurs du projet Slowtourisme en Grande Région¹ et leurs partenaires actuels et futurs (prestataires, offices de tourisme, adhérents de la marque Ardenne, etc.) auront l'entière propriété des droits de reproduction des photographies et rush vidéos issus de l'événement et pourront les exploiter sur tous supports, pour une durée minimum de 10 ans renouvelables, en veillant à mentionner systématiquement les copyrights.

Les opérateurs du projet Slowtourisme en Grande Région ont le droit d'utiliser (de reproduire, de publier, d'adapter, de recadrer, de mettre en ligne...) les photographies retenues pour tous ses outils de promotion et de ses partenaires (institutionnels ou privés), y compris dans la presse, dans leurs déclinaisons papier et numériques.

Option : extension des droits

Le prestataire devra également indiquer les surcoûts et les modalités inhérents à l'extension des droits d'utilisation sur tous les supports autres que ceux cités ci-dessus et appartenant à des tiers.

Le prestataire devra également indiquer le surcoût lié à l'utilisation d'une photo par les opérateurs du projet Slowtourisme en Grande Région, tant pour un affichage grand format que dans le cadre d'un partenariat éditeur.

Garanties :

Le prestataire garantit aux opérateurs du projet Slowtourisme en Grande Région la jouissance paisible des droits qui lui sont consentis, et s'engage à les défendre contre tous troubles, revendications ou évictions quelconques. Il déclare et garantit notamment :

- que les images réalisées ne représentent aucune marque, logo ou autre élément protégé par des droits de propriété intellectuelle, pour lesquels les prestataires n'auraient pas obtenu les droits correspondants ;

¹ Les opérateurs du projet sont : Meuse Attractivité, EPCI Argonne, Idelux PP, FTPL, GEIE Destination Ardenne, EPCI Stenay, EPCI Gd Verdun, EPCI Val Meuse, Prov. Luxembourg, CD55, Commune de Rouvroy, EPCI Montmedy, MT de Gaume, Commune de Lierneux, Département des Ardennes, Syndicat Synergie Ardenne Meuse, Office de Tourisme Monts et Vallées de Meuse, Pôle d'Equilibre Territorial et Rural du Pays Barrois, Office Régional du Tourisme Centre et Ouest, Office de Tourisme du Grand Verdun, Com com Bouzonvillois Trois Frontières, CD de Meurthe et Moselle.

- être titulaire de l'ensemble des droits de propriété intellectuelle afférents aux photos, pour les avoir obtenus, à titre exclusif, de la part des tiers qui interviennent, directement ou indirectement, dans l'élaboration des photos.
- être titulaire de toutes les autorisations nécessaires pour la représentation et la reproduction de l'image des personnes et/ou des biens apparaissant sur les photos ;
- certifier que les photos ne contiennent aucune œuvre préexistante, protégée par des droits de propriété intellectuelle, pour laquelle les prestataires n'auraient pas obtenu une cession de droits ou une licence, dans des conditions conformes à la réglementation applicable.

En conséquence, le prestataire garantit aux opérateurs du projet Slowtourisme en Grande Région qu'en cas de réclamation de la part de tiers, quels qu'ils soient, il prendra à sa charge toutes les sommes qui pourraient être réclamées aux opérateurs du projet Slowtourisme en Grande Région, à quelque titre que ce soit (droits d'auteur, droits à l'image, etc.).

Droits à l'image

Le prestataire fera le nécessaire auprès des participants à l'évènement pour leur faire signer une autorisation de droit à l'image d'une durée de 10 ans.

6. Prestations demandées - Présentation de l'offre

L'offre remise proposera un plan de communication et l'organisation de 2 évènements qui découlent du plan de communication et en épouse l'esprit festif, convivial, sportif, bas carbone, slow, sur 30 mois (6 mois d'avant-projet et 24 mois de communication), sur base des outils développés par le maître d'ouvrage.

A.1) Attentes globales :

Le maître d'ouvrage souhaite obtenir en réponse d'offre une analyse concrète de la promotion et du positionnement marketing à mettre en place sur ses marchés prioritaires (francophone/germanophone et éventuellement néerlandophone).

Ce plan de communication/promotion doit rentrer dans le cadre des actions financées par le projet Interreg VI Slowtourisme en Grand Région.

7. Durée du marché

Le présent marché est conclu pour une durée de 2 ans et demi à compter de la date de notification à son titulaire. Il sera non reconductible.

8. Calendrier d'exécution

Après notification, le titulaire du marché devra exécuter les prestations dans les délais qui permettront la mise en place du plan média dès novembre 2025. Le premier évènement se déroulera en septembre 2026 et le second en septembre 2027 lors de la semaine européenne de la mobilité. Le titulaire du marché fournira un rétroplanning permettant de tenir cette échéance. Un planning prévisionnel des actions est à joindre à la remise de l'offre. Ce rétroplanning devra

permettre de toucher les cibles aux moments opportuns afin d'augmenter la notoriété et la fréquentation touristique en basse et haute saison.

9. Présentation des offres

Outre les pièces mentionnées dans le Règlement de Consultation, l'offre devra comporter des maquettes tel que précisé dans l'Acte d'Engagement. La réalisation de ces maquettes ne donnera lieu à aucune rétribution.

10. Règlement

A réception des factures, le règlement se fera par virement bancaire sous 30 jours.

ANNEXES

Dossier de presse de lancement du projet Interreg VI à télécharger ici :
https://www.lameuse.fr/dp_interregvi_slowtourismegr