

DOSSIER DE CONSULTATION DES ENTREPRISES

Objet de la consultation :
Campagne de communication online 2012

Maître d'ouvrage
Agence de Développement et de Réservation Touristiques de la
Nièvre
(Nevers, Bourgogne)

Date limite de remise des offres
06 Janvier 2012 à 17 heures

SOMMAIRE

Règlement de la consultation

Cahier des charges

Règlement de la consultation

1- Préambule :

Sous l'égide du Conseil Général de la Nièvre, l'Agence de Développement et de Réservation Touristiques de la Nièvre assure le Développement et la Promotion de l'Offre Touristique de la Nièvre.

2 – Objet de la consultation :

Préparation et lancement de la campagne de communication online 2012

3- Mode de passation retenu :

Marché à procédure adaptée

4- Nature et forme du marché :

Marché public de service – Catégorie : prestations intellectuelles.

5- Durée du marché :

Le présent marché couvre une période de validité allant de Février à Octobre 2012

6- Conditions de participations des entreprises :

L'offre sera présentée par un candidat individuel.

7 – Rétro-Planning pour la mise en œuvre de l’opération :

La mission doit démarrer en Février 2012

Action	Contenu	Délaï prévu
Envoi du DCE	Inscription au BOAMP	09 Décembre 2012
Retour des propositions	Cf. Règlement de la consultation /Point 7/Page 5	06 Janvier 2012
Etude des offres	Sélection de l’offre la mieux classée, ou Sélection des 3 meilleures propositions en vue d’un entretien complémentaire.	Semaine 2
Choix définitif de l’entreprise	(uniquement dans l’éventualité d’un entretien)	Semaine 3
Début de la mission	PRESTATAIRE retenu par la présente consultation	Semaine 5
Fin de la mission	Rapport final de la campagne	Semaine 42

7- Date limite de réception des offres :

6 Janvier 2012 à 17h00

Tout dépassement entraînera la nullité de la proposition.

8- Modalités de remise des offres :

Les candidatures doivent être transmises ou remises par voie postale à l’adresse suivante :

**Agence de Développement et de Réservation
Touristique de la Nièvre
Service Communication
2, avenue St Just
BP 10318
58003 NEVERS**

Aucun envoi par télécopie ou par voie dématérialisée ne sera pris en compte pour cette consultation.

9- Modalités de présentation des offres :

Chaque entreprise aura à produire un dossier complet comprenant les pièces suivantes :

- . Une note technique de la prestation répondant aux différents points du cahier des charges contenant la méthodologie, l'organisation et les moyens proposés, ainsi qu'une programmation prévisionnelle et temporisée des opérations.
- . Une liste des références récentes des missions similaires avec les coordonnées des clients,
- . La présentation de l'entreprise (organisation, effectif) et de l'équipe affectée à la mission (CV, expériences sur d'autres missions), et identification du chef de projet interlocuteur principal et permanent de l'ADRT.
- . Une proposition commerciale proposant un prix forfaitaire et global en conformité avec le cahier des charges.

10- Modalités d'attribution :

- 1) Références pour des missions identiques : 05 points
- 2) Compétences de l'entreprise : 05 points
- 3) Valeur technique de la prestation : 50 points (comprenant la prise en compte d'un concept général de communication)
- 4) Prix de l'offre 40 points

Analyse croisée avec la valeur technique de la proposition et comparée aux prix des entreprises ayant répondu à la présente consultation.

La note globale est calculée sur 100 Points

11- Phase de négociation :

Après analyse des offres déposées, l'ADRT se réserve la possibilité d'engager librement le dialogue et la négociation avec les entreprises ayant déposé une offre conforme. Un entretien complémentaire peut être sollicité au siège de l'Agence à Nevers.

12- Renseignements complémentaires :

Pour obtenir tout renseignement complémentaire d'ordre administratif ou technique, les entreprises peuvent s'adresser directement auprès de :

Philippe AUDOIN, chef de service communication

philippe.audoin@nievre-tourisme.com

Ligne directe : 03 86 23 14 58

Cahier des charges

SOMMAIRE

OBJECTIFS

CIBLES

DUREE DE LA CAMPAGNE

SUIVI DE LA CAMPAGNE

MISE EN PLACE D'UNE STRATEGIE DE PRODUCTION SUR LE WEB 2.0

PLAN DE CAMPAGNE

PROPOSITION COMMERCIALE

CAMPAGNE DE COMMUNICATION ONLINE 2012

1) Objectifs :

- . 1) Augmenter de 90.000 le nombre de visiteurs qualifiés sur son site internet www.nievre-tourisme.com
- . 2) Mise en place d'une stratégie de production sur le web 2.0 avec enrichissement et diffusion de contenus avec comme objectif :
 - 3000 fans sur facebook
 - 500 followers sur twitter

2) Cibles :

- Franciliens*(Paris, Sud-Paris)
- Clientèle de Proximité *
 - o Les bobos (F)
 - o Les séniors (F + CP)
 - o Jeunes couples avec enfants (F + CP)
 - o Jeunes actifs sans enfants (F + CP)
 - o Randonneurs pédestres et cyclotouristes (F + CP)
 - o Les pêcheurs (F + CP)

(: F = Franciliens et CP = Clientèle de Proximité)*

3) Durée de la campagne :

- . 25 semaines :
 - Semaines 12 à 30
 - Semaines 34 à 41

4) Suivi de la campagne :

- . Rapports hebdomadaires
- . Tracking
- . Rapport final

5) Mise en place d'une stratégie de production sur le web 2.0 (enrichissement et diffusion de contenus)

- . Recommandation conseil optimisation des sites
- . Concept et création des pages facebook et twitter
- . Premier plan de contenu sur les 3 premiers mois en lien avec l'équipe de l'ADRT 58 + formation
- . Community Management au quotidien sur les 3 premiers mois en lien avec l'équipe de l'ADRT 58 + formation

6) Plan de campagne :

- . Distinguer les 2 plans de campagne web :
 - o Web traditionnel
 - o Web 2.0
- . Programmation dans le temps en fonction des cibles et des objectifs

7) Proposition commerciale :

- . La proposition financière affichera un prix global en conformité avec l'ensemble des points du cahier des charges et détaillera le coût financier poste par poste de sa proposition.