

# CAHIER DES CHARGES

## ACHAT DE PRESTATIONS CONSEILS EN STRATÉGIE DE MARQUE TERRITORIALE ET EN E-RÉPUTATION AVEC PRESTATIONS GRAPHIQUES DÉCLINÉES DE LA STRATÉGIE

### 1. Contexte - Présentation de l'acheteur

Nom de l'organisme : Association MARQUE AUVERGNE

Représentants de l'organisme acheteur :

François GAGNAIRE, Président

Contact : Cécile CUBIZOLLE, Déléguée Générale- Mail : [ccubizolle@auvergne.org](mailto:ccubizolle@auvergne.org).

**La marque Auvergne est l'association** (loi 1901 à but non lucratif), **qui pilote et anime une démarche collective de marketing territorial pour l'Auvergne au service de son attractivité**. Elle capitalise sur la notoriété à l'échelle internationale de ce nom, n'étant plus représentée par une entité institutionnelle. Le territoire s'entend des **4 départements : Allier, Cantal, Haute-Loire et Puy-de-Dôme**.

**Elle travaille pour renforcer l'image et développer l'attractivité collective** de cette partie ouest du territoire, devenu la région Auvergne-Rhône-Alpes et ce, en parfaite cohérence avec la collectivité régionale, premier soutien financier. Elle fédère les énergies afin d'impulser et/ou de valoriser les initiatives notamment économiques, touristiques, culturelles, scientifiques, sociales ou sociétales dont le rayonnement contribue à renforcer l'image et l'attractivité de l'Auvergne au niveau national et international.

**Elle contribue à amplifier ce rayonnement autour de 3 axes stratégiques :**

- **Axe 1 : Travailler la fierté et le sentiment d'appartenance à l'Auvergne :**  
Il s'agit de capitaliser sur une identité forte et mobiliser les Auvergnats, d'Auvergne et d'ailleurs, fiers et investis pour la réussite de leur territoire.
- **Axe 2 : Travailler avec et pour les entreprises :**  
Il s'agit d'impliquer les écosystèmes et entreprises du territoire pour faire valoir les filières d'excellence et les développements futurs de l'Auvergne.
- **Axe 3 : Travailler nos réseaux mobilisés au service de l'Auvergne :**  
Il s'agit d'intensifier ce travail en réseau, à l'échelle Auvergne-Rhône-Alpes et nationale, au profit du territoire.

**La marque Auvergne compte plus de 600 adhérents publics et privés.**

Liste consultable en ligne : [www.auvergne.org/nos-adherents/](http://www.auvergne.org/nos-adherents/)

C'est dans ce contexte que la marque Auvergne fait appel à un prestataire pour être conseillée et accompagnée afin de développer des actions de communication au service de la visibilité, de l'e-réputation et de l'attractivité collective des territoires d'Auvergne. Avec désormais, un nouvel axe de développement, à savoir l'attractivité touristique avec un plan coordonné à l'échelle des 4 départements « Auvergne Destination ».

**La marque Auvergne en actions 2018-2023** – vidéo en ligne : <https://vu.fr/qZKQc>

**L'association souhaite être accompagnée sur une démarche de conseils et de stratégie.**

## **2. Descriptif des prestations attendues :**

### **2.1 – Conseils honoraires en stratégie de marque territoriale et en e-réputation**

La prestation devra proposer et mettre en cohérence l'ensemble des éléments de la stratégie de marque, renforcer l'e-réputation du territoire et être conforme aux démarches en matière de propriété intellectuelle engagées par la marque Auvergne.

#### **2.1.1 – Conseils en stratégie de marque territoriale**

Afin de poursuivre le développement de l'association et rendre encore plus visible l'Auvergne à l'échelle régionale et nationale prioritairement ; il s'agit de conseiller la marque Auvergne dans sa stratégie de marketing territorial et sa mise en œuvre opérationnelle.

La marque Auvergne développe la visibilité et l'image « Auvergne » à des fins d'attractivité au travers une meilleure valorisation de son offre touristique et de sa dynamique économique mettant en perspective un territoire de projets de vie.

Les objectifs :

- Consolider une identité unique et différenciante du territoire,
- Continuer de faire exister l'Auvergne dans un contexte concurrentiel fort des territoires (via leurs marques territoriales) pour attirer des touristes et de nouvelles populations,
- Améliorer l'image et la perception de l'Auvergne auprès de nos cibles,
- Développer la notoriété et l'attractivité de l'Auvergne à l'échelle nationale prioritairement pour faire connaître, faire aimer et faire venir.

L'accompagnement/conseils couvre :

La marque Auvergne travaille la fierté et le sentiment d'appartenance des Auvergnats d'ici et d'ailleurs.

A ce titre, il s'agira de conseils pour :

- Engager une campagne de recrutement d'adhérents pour asseoir sa légitimité et sa représentativité,
- Développer sa communauté d'Ambassadeurs pour optimiser leur engagement pour l'Auvergne,
- Faire connaître l'Auvergne en identifiant des prescripteurs, leaders d'opinion et partenaires stratégiques allant jusqu'au conseil en matière de co-branding avec des collectifs leaders,
- Accélérer la visibilité et notoriété Auvergne par des personnalités, qui témoignent et portent cette cause pour l'Auvergne,
- Dynamiser nos réseaux (humains et digitaux) pour amplifier le rayonnement de l'Auvergne et nos initiatives.

Le Cabinet prestataire peut faire toute autre proposition visant à atteindre ces objectifs.

La marque Auvergne travaille avec et pour les entreprises.

A ce titre, il s'agira de conseils pour :

- Accroître l'engagement et la mobilisation de nos adhérents au service de l'Auvergne,
- Valoriser les initiatives ambitieuses de nos adhérents pour illustrer la dynamique de notre territoire,
- Donner de la visibilité à nos filières d'excellence,
- S'insérer dans la dynamique Auvergne-Rhône-Alpes et prendre des initiatives propres à l'Auvergne ; en concertation notamment avec les agences de la Région Auvergne-Rhône-Alpes.
- Le Cabinet prestataire peut faire toute autre proposition visant à atteindre ces objectifs.

La marque Auvergne travaille les réseaux d'Auvergnats d'ici et d'ailleurs.

A ce titre, il s'agira de conseils pour :

- Identifier de nouvelles personnalités ou communautés qui souhaitent s'engager pour l'Auvergne comme des journalistes, bloggeurs, influenceurs Auvergnats ou attachés à l'Auvergne installés sur Paris notamment,
- Préconiser une action d'influence Auvergne auprès de ces communautés.

A ce titre, il s'agira de conseils quant aux actions engagées par l'association depuis 2018 afin d'améliorer l'impact, le trafic et les résultats (notamment : portail d'attractivité [www.auvergne.org](http://www.auvergne.org), média en ligne [www.newsauvergne.org](http://www.newsauvergne.org), marketplace [www.achetezenauvergne.fr](http://www.achetezenauvergne.fr), dispositif « L'Auvergne recrute », dispositif des « Uphéros Auvergne », réseau Auvergne Presse Club, réseaux sociaux et événementiels).

Il s'agira également d'être force de propositions pour de nouvelles initiatives d'envergure au service de l'attractivité de l'Auvergne.

### 2.1.2 – Conseils en stratégie sur un nouvel axe d'attractivité « Auvergne Destination »

La marque Auvergne est à l'initiative d'un déploiement nouveau et ambitieux d'un plan coordonné, à l'échelle de nos 4 départements, de promotion touristique nommé « Auvergne Destination ».

L'association souhaite s'entourer d'un conseil en stratégie sur ce nouvel axe d'attractivité afin de l'accompagner dans l'élaboration d'un plan marketing annuel « Auvergne Destination », qui sera défini de manière concertée avec l'ensemble de nos partenaires auvergnats et régionaux.

Les objectifs Auvergne Destination :

- Fédérer l'ensemble des acteurs touristiques qui communiquent sur le contenu de cette destination (territoires, sites et prestataires majeurs, Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme) autour d'une marque forte et partagée à conforter ensemble.
- Rendre visible et attractive la destination et ses offres touristiques sur un marché concurrentiel de destinations. Ce travail de notoriété et d'image au niveau français et européen doit se traduire par un accroissement de la fréquentation et de la consommation touristiques.

A ce titre, il s'agira de conseils pour :

- Animer le collectif des prescripteurs et opérateurs touristiques du territoire,
- Prioriser nos axes de développement et de communication en fonction de nos thèmes, cibles et marchés, qui peuvent être amenés à évoluer :



- Elaborer un plan marketing annuel « Auvergne Destination et préconiser sa mise en œuvre opérationnelle.

### **2.1.3 – Conseils en stratégie d'e-réputation**

La marque Auvergne anime une démarche collective de marketing territorial pour faire exister, rayonner et développer l'Auvergne et ses territoires à l'échelle nationale prioritairement. Elle est garante, pour partie et dans la limite de ses statuts, attributions et moyens, de la notoriété et réputation de l'Auvergne.

Les objectifs :

- Accroître l'impact notoriété et trafic des actions déjà conduites,
- Améliorer la perception du territoire auprès de nos audiences cibles,
- Positionner l'Auvergne dans le paysage des marques territoriales en France.

A ce titre, il s'agira de conseils pour :

- Une stratégie d'e-réputation (Ex : audit et préconisations) avec la proposition d'un plan d'actions d'e-réputation.

### **2.2 – Prestations en création d'identités visuelles et réalisations graphiques**

Dans sa stratégie de rayonnement de la marque Auvergne, l'association a développé des partenariats avec des structures d'intérêt collectif et territorial avec la mise en place de co-branding ; à savoir l'intégration de la marque Auvergne dans le propre logo de nos partenaires.

Il s'agira de concevoir, à la demande, ces nouvelles identités visuelles en respect de notre stratégie de marque et charte graphique puis de livrer un kit complet de logos à nos partenaires (coloris et formats définis préalablement).

En cohérence avec la stratégie de la marque Auvergne et son déploiement, il s'agira de concevoir, à la demande avec un brief préalable, les messages suivant chaque campagne/objectif/cible/média utilisé. Le logotype existant est la base de départ, la charte graphique de l'association sera fournie au prestataire pour une cohérence d'image pour une prestation PAO de qualité.

Les prestations peuvent concernées par exemple : création de cartes de visite, de newsletters, visuels pour roll-up, d'une brochure, de visuels pour une campagne de recrutement d'adhérents, pour un évènementiel, pour des campagnes de marketing on-line ou bien encore pour les réseaux sociaux. Liste non exhaustive.

Dans le cadre du pilotage et de la coordination du plan « Auvergne Destination », il s'agira de concevoir, à la demande avec brief préalable, les messages suivant chaque campagne/objectif/cible/média utilisé. Les prestations peuvent concernées par exemple : création de cartes de visite, de newsletters, visuels pour roll-up, d'une brochure, de visuels pour une campagne de recrutement d'adhérents, pour un évènementiel, pour des campagnes de marketing on-line ou bien encore pour les réseaux sociaux. Liste non exhaustive.

### **3. Tarifs et budget :**

Le candidat indiquera son tarif journalier de consultant (forfait jour et nombre de jours) en :

- Stratégie de marque
- Stratégie d'e-réputation
- Graphisme et PAO

Le chiffrage est demandé en HT et TTC.

Il est forfaitaire.

Il inclut en détail les frais de conseils, de conceptions graphiques et les frais inhérents à la mission dont les déplacements distinguant ceux en Auvergne et hors Auvergne.

La prestation n'inclut pas les frais de fabrication, d'impression ou d'achat d'espaces par exemple.

#### **4. Références :**

Afin d'appuyer sa candidature, le candidat devra :

- Disposer de références en management de marques territoriales, si possible dans les territoires d'Auvergne et disposer d'un service spécialisé graphisme et PAO,
- Disposer d'une bonne connaissance des réseaux auvergnats institutionnels et économiques et si possible également sur l'est de la région,
- Présenter quelques-unes de ses réalisations,
- Disposer d'un service spécialisé graphisme et PAO
- Présenter son équipe opérationnelle et les ressources affectées pour ses missions.

#### **5. Calendrier :**

Le démarrage de la prestation conseil est fixé au 1<sup>er</sup> trimestre 2025.

Le candidat sera notifié lors de l'attribution du marché dans le cadre de la procédure dématérialisée.

#### **6. Particularités :**

L'exécution du marché nécessitera l'appropriation de deux documents :

- La Charte graphique marque Auvergne
- Le BrandBook Auvergne Destination.