



CAHIER DES CHARGES

CREATION D'UNE MARQUE ET D'UN CODE DE MARQUE POUR LE COMPTE DU PÔLE TOURISTIQUE DU PAYS BASTIAIS

2016



1. CONTEXTE

Le **Pôle touristique du Pays Bastiais** a été créé fin 2015 sous l'impulsion de l'Agence de développement touristique de la Corse (ATC). Il fédère les acteurs au sein d'un territoire pertinent afin de favoriser l'organisation, la qualification et la mise en marché et la promotion de l'offre touristique.

Il comprend

- La Communauté d'Agglomération de **Bastia**, (CAB – 5 communes – 57 067 habitants)
- la Communauté de Communes du **Nebbiu** (11 communes – 3 802 habitants) et **Conca d'Oru**
- et la Communauté de Communes du **Cap Corse**, (18 communes – 6 486 habitants)

3 territoires présentant des atouts touristiques majeurs.

Il s'agit du 9^{ème} et dernier pôle créé en Corse.

Les 8 autres pôles sont les suivants :

- Le pôle touristique de Balagne
- Le pôle touristique Sud Corse
- Le pôle touristique Ouest Corse
- Le pôle touristique Centru di Corsica
- Le pôle touristique Sartenais Valinco Taravo
- Le pôle touristique Castagniccia Mare e Monti
- Le Grand Ajaccio
- Le pôle touristique Costa Serena

L'Office de tourisme du Pôle s'engage à mettre en œuvre les quatre axes d'intervention du contrat territorial proposé par l'ATC :

- La promotion du territoire et la réorganisation du marketing
- La structuration de l'offre
- L'accès au produit
- L'accès à la destination

Il est piloté par un Comité de pôle touristique.

En 2015, Atout France a mené une **étude d'image et de positionnement** du Pôle qui a permis de dégager des axes forts qui représentent le socle identitaire du territoire du Pôle. Dans le prolongement de cette étude, l'office de tourisme du Pôle a souhaité faire appel à une agence pour **créer la marque touristique de ce pôle, et concevoir le code de marque**, en accord avec les recommandations de l'étude, les marques existantes et les valeurs de la marque **CORSICA^{MADE}**.

2. OBJET DE LA CONSULTATION

La présente consultation a pour objet de désigner le prestataire chargé de réaliser ce travail de **création de marque touristique du pôle et de conception du code de cette marque.**

3. AXES DE POSITIONNEMENT DU PÔLE TOURISTIQUE

L'étude d'image et de positionnement menée en 2015 (*disponible sur demande*) a permis de dégager les attributs suivants du Pôle Bastiais, qui devront faire partie intégrante de la nouvelle marque :

- Un concentré de la Corse = *maquis, montagne, terroirs, village, mer, ville*
- Morceau de Corse authentique = *anti « toc » moins « pollué » par le tourisme qu'ailleurs*
- Surprenant et identitaire = *paysages, Cap Corse, Maisons d'Américains*
- Accessible = *accès Bastia facile, offre intermédiaire mais abordable (vs cherté du Sud)*
- L'autre visage de la Corse = *espaces naturels et lieux où il faut s'arrêter et découvrir (vs autres pôles plus captifs des flux touristiques).*
- Alternance de paysages : *vignes, désert de l' « Agriate », Cap Corse et Ostriconi, type Pisan, patrimoine baroque, fonds bleus...*
- Ecrin préservé : *plages accessibles en bateau, chemins à découvrir ...*
- Anti tourisme de masse : *vs autres spots surchargés en Corse.*

A ces attributs se rajoute un dernier élément porté par un événementiel lancé en 2015 qui a très bien fonctionné et qui sera reconduit en 2016 :

- Créativité et innovation notamment via le festival Creazione, festival méditerranéen de la mode et de la création insulaire = *dynamisme, chic et glamour*

Ce positionnement doit aussi se décliner par filière clé stratégique spécifiques au Pôle :

- Beauté des vignes et des vins = *savoir-faire viticole, AOC reconnues, Patrimonio*
- L'autre lieu de randonnée = *vs mythe GR20 et ses milliers de randonneurs, sentier des Douaniers, randonnée dans le Nebbiu, Tour de Corse*
- Bastia – *urbaine et nature, à la fois authentique et innovante, adossée à des événementiels notamment gastronomiques et œnologiques. Mais aussi rendez-vous des amateurs d'épaves*
- Cap Corse : *l'île dans l'île, chaîne de montagnes couvertes de maquis, les Maisons d'Américains, les villages...*

Ces axes doivent évidemment servir à développer la compréhension de l'identité, la notoriété et la fréquentation touristique sur le territoire du pôle.

4. CIBLES MARKETING

La future marque et le code de marque seront destinés aux marchés suivants :

- Marché français, dont les affinitaires qui ont un lien affectif fort avec la Corse,
- Marché italien
- Marché allemand
- Marché britannique
- Marché belge
- Marché espagnol

Elle devra être déclinée aisément dans les langues européennes, ainsi que pour les marchés BRIC, notamment le Brésil.

La marque devra adresser tant le segment loisirs qu'affaires.

5. MISSIONS DU PRESTATAIRE

Le prestataire a pour missions de présenter :

L'essence de la nouvelle marque du pôle touristique :

- Un nouveau nom représentant tout le territoire du pôle, en accord avec les axes de positionnement précités, dans un souci de différenciation des 8 autres pôles touristiques de la Corse et en tenant compte des stratégies de marques actuelles portées par certains membres du Pôle Bastiais.
- Les valeurs clés de cette nouvelle marque
- Le positionnement de ce pôle, résumé en une courte phrase

Les éléments de la marque :

- Le bloc marque
- Le logotype / icotype
- La signature, qui affirmera le positionnement
- Le ou les signe(s) identitaire(s)

L'univers de la marque via les différents codes d'expression :

- Code sémantique : les mots et expressions clés, registres et ton d'expressions
- Code iconographique : travail de sélection (et non de création) à faire avec l'office de tourisme de pôle
- Code chromatique : décliné par univers (par exemple nature / patrimoine / événementiel / gastronomie-vins etc...)
- Code typographique

L'ensemble de ces éléments permettra de rendre attractif et immédiatement identifiable le territoire du pôle, dans toutes ses composantes, et en se démarquant des autres pôles. La nouvelle marque devra marquer les esprits et rester en phase avec l'offre du territoire.

A travers le nouveau nom, la clientèle touristique devra s'identifier aux valeurs et atouts du territoire.

Par ailleurs, ces éléments pourront être appropriables par d'autres institutions comme les communautés de communes concernées par le territoire du pôle.

6. PRESENTATION DES OFFRES

Les offres des candidats doivent comprendre :

- Une note présentant la réflexion stratégique globale
- Une présentation de la méthodologie envisagée
- Une présentation de l'équipe en charge du projet (ainsi que les éventuels sous-traitants), et un contact qui sera l'interlocuteur privilégié durant la mission
- Une présentation des expertises et références de moins de 5 ans, pertinentes avec la mission
- Un planning de réalisation
- Le budget détaillé par postes, HT et TTC

7. BUDGET

Le budget global maximal pour cette mission s'élève à 18 000 €TTC.

8. DELAI

L'ensemble de la mission devra être terminé avant le 15 novembre 2016.

9. COMITE DE PILOTAGE

Un comité de pilotage animera ce projet. Il est constitué de représentants du Pôle touristique du pays bastiais et d'Atout France.

10. PLANNING PREVISIONNEL DU PROJET

- Jusqu'au 30 avril 2016 : diffusion du présent cahier des charges
- 15 mai 2016 : date limite de réception des offres, par mail, aux destinataires suivants :
corinne.lespinasse-taraba@atout-france.fr
ludmila.jurcik@atout-france.fr
vero.val@wanadoo.fr
- Début juin 2016 : éventuelles auditions, à Paris ou Bastia
- Avant mi-juin 2016 : réunion de lancement

11. CONTACTS

Tout renseignement complémentaire relatif au contenu technique des offres peut être demandé auprès de :

- Corinne Lespinasse-Taraba, Atout France
Tel : 01 42 96 74 63
corinne.lespinasse-taraba@atout-france.fr
- Ludmila Jurcik, Atout France
Tel : 01 42 96 74 56
ludmila.jurcik@atout-france.fr
- Véronique Valentini-Calendini, Office de tourisme de l'agglomération de Bastia
Tel : 04 95 54 20 47
vero.val@wanadoo.fr

12. CLAUSES ADMINISTRATIVES

- **Les délais à respecter**

Le prestataire retenu s'engage à respecter les délais mentionnés dans son offre pour une restitution des travaux commandés, **au plus tard le 15 novembre 2016.**

- **Les clauses de cession des droits**

Le pôle touristique du « Pays Bastiais » composé de l'Office de Tourisme de l'Agglomération de Bastia, de la communauté de communes du Cap Corse et de la communauté de communes du Nebbiu et Conca d'Oru, gardera la propriété intellectuelle de l'ensemble des réalisations effectuées.

Par conséquent, le prestataire retenu devra remettre au pôle touristique du « Pays Bastiais » représenté par l'Office de Tourisme de Bastia, tous documents ayant servi à la réalisation du

document, ainsi que le Cdrom contenant l'intégralité des réalisations, enregistrées aux formats informatiques modifiables.

Le prestataire retenu cède tous les droits à titre exclusif au pôle touristique du « Pays Bastiais » représenté par l'Office de Tourisme de Bastia, ainsi que la totalité des droits de reproduction, de représentation et d'adaptation.

- **Les pénalités en cas de non-respect des délais**

Lorsque le délai contractuel d'exécution est dépassé, par le fait du titulaire, celui-ci encourt, sans mise en demeure préalable, des pénalités calculées au moyen de la formule suivante en :

$$P = \frac{V \times R}{1\ 000} \quad , \text{ dans laquelle :}$$

P=le montant de la pénalité

V=La valeur des prestations sur laquelle est calculée la pénalité, cette valeur étant égale à la valeur de règlement de la partie des prestations en retard ou de l'ensemble des prestations si le retard d'exécution d'une partie rend l'ensemble inutilisable.

R=le nombre de jours de retard

- **Les tribunaux compétents en cas de litiges**

Pour toute contestation résultant de l'interprétation, l'exécution ou la résiliation du présent contrat, il est fait expressément attribution de la compétence exclusive au tribunal de Grande Instance. La présente convention est soumise au droit français.

Toute modification au présent contrat devra être constatée par écrit.

- **Les modalités de paiement**

Le règlement interviendra à la livraison de la commande. Il sera effectué par virement administratif dans un délai de 3 semaines après réception de la facture accompagnée d'un RIB.

13. ANNEXES

Les documents suivants peuvent être demandés par mail aux personnes référentes :

- Etude de positionnement d'Atout France
- Dépliant d'appel de la destination
- Brochure Hébergement du Pays Bastiais (en cours de réalisation)
- Guide Légendes & Traditions du Pays Bastiais

- Dossier de Presse (en cours de réalisation)
- Cartographie du territoire (en cours de réalisation)