

## Marché relatif à l'achat d'espace multi-marchés pour les campagnes de communication « Voyages en Lorraine » et « Pass Lorraine »

Questions / Réponses pour renseignements complémentaires sollicités dans le cadre de la consultation

### LOT 1 ET 2

**Quels seront les moyens créatifs à disposition pour les deux lots : vidéos, bannières, ... ?**

*Voyages en Lorraine :*

- *Plusieurs vidéos drone de la Lorraine au format 15 sec. Pour avoir un aperçu, voici les versions longues : <https://www.youtube.com/channel/UC4nQT86YluwEGGnTHvjHS6w>*
- *Pour les autres moyens créatifs, nous les ferons créer selon le cahier des charges du plan média retenu (bannières web, articles, ...)*

**Les Pays-Bas ainsi que la Belgique Flamande sont-ils à traiter lors de la campagne du lot 1 ? Si oui, du contenu en langue néerlandaise (vidéos, bannières) est-il disponible ?**

*Oui et nous disposerons de contenu en version néerlandaise.*

**Avez-vous défini une part budgétaire minimale ou maximale qui doit être réservée à la Belgique ?**

*Non, nous souhaitons avoir des préconisations sur ce point.*

**Pourriez-vous nous confirmer les dates de campagne du Lot 2 (Allemagne) : est-ce bien du 1er mai au 15 décembre ?**

*Oui mais s'il faut faire un choix, nous préférons alors privilégier la période du printemps pour le plus gros des investissements.*

**Aura-t-on accès aux outils Analytics pour le suivi des campagnes (ex. : Google Analytics) ?**

*Un accès Analytics peut en effet être envisagé.*

**Sur le bordereau des prix, pour la partie "coût total net media", il est précisé "à détailler dans un devis séparé" : doit-on fournir un plan média détaillé ?**

*Un plan média détaillé pour avoir une idée du coût de chaque média préconisé.*

**Quelle est la différence entre le détail des travaux attendus et le contenu de la note méthodologie (section 4.2.2. du CCP) ? Doit-on fournir pour la réponse les livrables mentionnés dans la liste des travaux attendus, ou bien s'agit-il des actions à livrer au cours de la mission ?**

*En effet, pour votre réponse à notre appel, nous souhaitons obtenir la note méthodologique (procédure de travail, préconisations...) ainsi que vos propositions de plans média et également les devis des différentes actions proposés.*

**Pour les partenariats médias, il est indiqué « un ou plusieurs supports de la presse-magazine » - s'agit-il de promotions à réaliser dans des magazines papier uniquement ou des sites web de magazines qui ont également une version papier peuvent-ils être considérés ?**

*Dans l'idéal en effet, nous souhaiterions faire des partenariats avec des magazines papier qui ont une version en ligne.*

**Pour les partenariats médias, nous aurions besoin de savoir si des dotations sont prévues de manière indépendante (et si oui, pouvez-vous donner des exemples de dotations, comprennent-elles le transport, l'hébergement, les activités, les repas etc. Quelle est la valeur moyenne des dotations ?) ou les dotations doivent-elles être incluses dans le budget indiqué de 97.500 € ?**

*La valeur des dotations n'est en effet pas incluse dans le budget de 97 500 euros TTC. Nos dotations correspondent à nos courts-séjours valorisés sur notre site : <https://www.tourisme-lorraine.fr/sejours/couple/>*

*Nous disposerons environ de 20 séjours à offrir, d'une valeur de 100 à 400 euros.*

*Les dotations n'incluent jamais le transport.*

**Pour les partenariats médias sur des sites de voyages permettant de valoriser des offres hôtelières et séjours : avez-vous des exemples concrets d'offres ou pouvez-vous indiquer ce qu'elles comprendront (transport, hébergement, activités, repas etc.) ? S'agit-il d'offres spéciales avec des tarifs exclusifs pour une durée limitée ou s'agit-il d'offres « générales » ? En fonction du type d'offres, souhaitez-vous privilégier les sites marchands ou non marchands ?**

*Comme base, vous pouvez vous référer aux séjours actuellement sur notre site. Ils seront actualisés pour la nouvelle saison printemps / été. <https://www.tourisme-lorraine.fr/sejours/couple/>*

*Nous pourrons aussi développer des offres spéciales : <https://www.tourisme-lorraine.fr/sejours/couple/?pagination=1&filtre=pertinence&promo=1&lat=&lng=&geo=>*

*Pour les séjours, nous souhaitons privilégier les sites marchands.*

**Il est demandé un plan media permettant la diffusion de vidéos mais aussi la mise en place de partenariats pour valoriser les offres hôtelières. Attendez-vous un dispositif plutôt axé notoriété ou bien une mise en avant des offres ? Existe-t-il des vidéos faisant figurer les offres hôtelières ?**

*C'est avant tout un dispositif pour faire de la notoriété. La valorisation des offres arrive en second plan avec un budget bien moins important que la diffusion des vidéos. Nous n'avons en conséquent pas de vidéos pour faire la promotion de nos offres séjours.*

**La section agenda du site est très exhaustive, avez-vous par ailleurs un calendrier avec les temps forts/événements estivaux phares ?**

*La liste des grands événements 2017 sera bientôt mise en ligne sur notre site. En attendant, vous pouvez la découvrir à la fin de notre nouveau magazine papier. Sa version en ligne : <https://fr.calameo.com/read/000239721009ad050872f>*

**Pour la création des bannières, des formats HTML5, habillage etc... seront-ils envisageables ?**

*Oui pour les bannières HTML5. Par contre, nous ne souhaitons pas faire de l'habillage.*

**Vous mentionnez que "le saupoudrage des actions et/ou une stratégie one-shot sont à éviter. S'agit-il d'un saupoudrage au niveau des supports (petite présence sur beaucoup de sites?) ou au niveau du temps (présence dilué sur une longue période) ?**

*Nous préférons privilégier des partenariats longue durée avec quelques supports seulement. Nous ne souhaitons pas nous éparpiller en faisant la promotion sur beaucoup de supports en un temps très court.*

**Peut-on envisager des campagnes non pas en continu mais en différents temps forts ?**

*Oui bien évidemment.*

**Avez-vous en tête un nombre de supports minimum ?**

*Non, cela va dépendre des possibilités de répétitions offertes*

### LOT 3

#### **Quels seront les moyens créatifs à disposition ?**

*Il est prévu de créer une vidéo en motion design pour expliquer le concept du Pass Lorraine (durée : entre 15 à 30 sec pour la version courte mais nous pourrons adapter le format en fonction des préconisations).*

*Nous pourrons produire les différents moyens créatifs off et online dès que nous connaissons le plan média.*