

OUTAOUAIS

tourismeoutaouais.com

Appel de propositions

Sélection d'une agence média pour la planification média des offensives marketing de Tourisme Outaouais 2021-2023

Clôture : 20 août 2021

Tourisme Outaouais

Attention : Comité de sélection

103, rue Laurier

Gatineau (QC) J8X 3V8

Tél. : 819 778-2222

Sans frais : 1 800 265-7822

Courriel : mdboucher@tourisme-outaouais.ca

TOURISME OUTAOUAIS

Tourisme Outaouais (TO) est un organisme privé à but non lucratif. Il regroupe aujourd'hui plus de 500 membres œuvrant dans l'industrie touristique qui partagent le même objectif, soit de promouvoir l'Outaouais comme destination touristique incontournable.

TO entretient un partenariat privilégié avec des entreprises œuvrant dans le domaine de l'hébergement et de la restauration, des événements, des attractions et des activités diverses.

Reconnu comme « chef de file » de l'industrie touristique en Outaouais et partenaire privilégié du gouvernement du Québec en matière de tourisme, TO participe au développement économique de la région en étant maître d'œuvre de la concertation régionale, de l'accueil, de l'information, de la promotion, la commercialisation et du développement touristique.

Depuis 2012, l'Outaouais occupe le statut de porte d'entrée du Québec. L'Outaouais a donc la responsabilité d'attirer des clientèles provenant des marchés extérieurs, plus spécifiquement sur le marché ontarien, ainsi que d'agir comme tremplin pour propulser les visiteurs à l'intérieur de la région.

Tourisme Outaouais est responsable de la promotion de la destination en plus de s'occuper de la commercialisation de la région auprès des spécialistes du voyage sur les marchés extérieurs de concert avec l'Alliance de l'industrie touristique du Québec, Tourisme Ottawa et Destination Canada. Tourisme Outaouais est aussi responsable des événements d'affaires, culturels et sportifs en partenariat avec la Ville de Gatineau.

ORIENTATIONS MARKETING 2020-2021

1. Ambition: Destination d'envergure internationale
 - a. S'afficher comme porte d'entrée du Québec.
 - b. Se positionner comme voisin d'Ottawa et la cour de récréation de la capitale du Canada.
 - c. Développer l'offre de la région de la capitale du Canada avec nos partenaires.

2. Attractivité sur le territoire
 - a. Développer un plan marketing territorial qui rehaussera le sentiment de fierté des résidents et faire connaître l'offre touristique en mettant de l'avant les acteurs de l'industrie.
 - b. Assurer une cohérence du message dans tous les points de contact afin de parler d'une voix unifiée.

3. Affirmer notre leadership dans l'industrie touristique
 - a. Innovation dans le produit, les procédés et la commercialisation.
 - b. Intelligence des données.
 - c. Continuer à évoluer et innover en se préparant pour la prochaine stratégie des cinq prochaines années.

Objectifs marketing :

1. Augmenter la notoriété de la région de l'Outaouais
2. Accroître l'achalandage des visiteurs en Outaouais (touristes et excursionnistes)
3. Augmenter la durée du séjour dans la région
4. Accroître les acquisitions et l'engagement avec la marque
5. Accroître la conversion chez nos partenaires

Marchés principaux ciblés: Montréal et les environs, Ottawa/Est de l'Ontario et l'Outaouais.

LA MARQUE OUTAOUAIS

Marque

Attributs clés : La variété de nos attraits exceptionnels et uniques au pays, la nature en ville, l'accueil généreux

Personnalité : Dynamique, généreuse, accueillante, le fun

Positionnement de la marque : L'Outaouais, la cour de récréation de la capitale du Canada

Signature de marque : Certifié #Outaouaisfun

Campagnes de communication-marketing

En juin 2020, Tourisme Outaouais a lancé la campagne [*Passe en mode Outaouais*](#). Comme cette campagne n'a pas été déployée à son plein potentiel en raison de la pandémie. Nous avons conservé cette campagne pour l'année 2021 afin de maximiser sa portée.

Les investissements média des campagnes annuelles sont principalement numériques afin de bâtir des audiences et personnaliser les messages en fonction des expériences, des cibles et des marchés. Cependant, nous tenons à obtenir une diversité dans les placements média avec de l'intégration de placements traditionnels.

Coup d'éclat

Tourisme Outaouais doit continuer à créer des campagnes d'impact et cherchera en 2021-2022, dans un contexte de relance et de reprise touristique, à créer l'effet de surprise, qui attirera les regards vers l'Outaouais.

DESCRIPTION DU MANDAT

Tourisme Outaouais cherche une agence média qui saura proposer une planification média en arrimage avec ses objectifs et ses besoins. **L'agence sélectionnée aura la capacité d'effectuer la planification média, négocier les contrats avec les médias, programmer et optimiser les campagnes numériques et fournir les rapports de performance.**

La stratégie de Tourisme Outaouais est de placer le voyageur au cœur de toutes les actions, que ce soit en placement publicitaire, avec les médias ou les voyageurs. Tourisme Outaouais conçoit un plan marketing par expérience, que voici :

Ces initiatives et campagnes qui ont pour objectif de générer des nuitées et peuvent s'appuyer sur :

1. **Les expériences : Culture (incluant les routes touristiques), Gourmand, Festif, Plein Air, Vélo, Ski de fond, Ski alpin, Motoneige et Pourvoirie.**
2. **Les produits d'appels : Attraites reconnus en Outaouais pour lesquels les touristes se déplacent de régions plus éloignées telles que Montréal, Toronto, France etc.**
3. **Trésors locaux : Plus petites entreprises (attraites, restos, événements) qui pourraient être considérées comme un trésor local et auraient le potentiel d'attirer les résidents d'Ottawa dans la région.**

Parmi les membres de Tourisme Outaouais, plus d'une cinquantaine participent financièrement aux campagnes annuelles. Chaque partenaire choisit un forfait ou des actions à la carte qui répond à ses objectifs d'affaires. Ainsi, le budget de Tourisme Outaouais est scindé en deux, soit la partie éditoriale et la partie partenaire.

- Éditoriale : le contenu mis de l'avant est sélectionné par Tourisme Outaouais
- Partenaires : les investissements sont liés à des actions où le partenaire de campagne est intégré

Voir Annexe A pour un contenu publicitaire et éditorial.

Voir Annexe B pour un exemple de plan partenaire.

Voir Annexe C pour un tableau plus exhaustif de nos expériences.

Voir Annexe D pour le calendrier de mise en marché.

ATTENTES

Réalisation

L'agence devra démontrer son expertise dans la réalisation d'une campagne marketing et d'initiatives déployées dans plusieurs points de contact, principalement sur le numérique.

Planification

L'agence devra proposer une planification média annuelle mettant de l'avant les campagnes principales (estivale et hivernale) de Tourisme Outaouais tout en prenant en considérant le calendrier de mise en marché des différentes expériences à promouvoir. La planification média devra comprendre une répartition entre un volet de placements numériques (réseaux sociaux, programmatique, partenariats de contenu ...), de placements traditionnels (magazines spécialisés, journaux locaux, etc.) et une portion en référencement payant (SEM) *.

**À noter que la gestion du référencement payant (SEM) de Tourisme Outaouais comprend l'administration d'un compte Google payant régulier et d'un compte Google Grant.*

Négociation des contrats avec les médias

L'agence est responsable d'effectuer la recherche d'opportunités chez les différents médias afin de fournir une diversité dans l'éventail de placements des campagnes marketing de Tourisme Outaouais. La négociation de prix et la gestion des contrats avec les médias sont prises en charge par l'agence.

Programmer les placements

L'agence devra mettre en ligne et optimiser les différents placements éditoriaux et vendus aux partenaires (Pré-roll, bannières, publicités Facebook et Instagram, publiereportage, etc.). Elle est aussi responsable de faire la coordination des remises de matériel aux différents médias selon les contrats signés.

Optimisation et performance

L'agence est responsable de l'optimisation des audiences de Tourisme Outaouais dans la mise en ligne des placements et devra être en mesure de fournir les résultats en temps réels de ces différents placements numériques via un tableau de bord ou tous autres moyens pertinents. Un support dans la gestion des tags Google Analytics et dans l'analyse du parcours du visiteur à la suite de l'exposition au contenu publicitaire est requis.

Investissements média

L'agence est responsable de la livraison des investissements média selon les budgets entendus. Des rencontres bimensuelles sont à prévoir avec l'équipe marketing de Tourisme Outaouais pour échanger sur les différents éléments dans la livraison des placements média de la campagne.

Collaboration

L'agence devra travailler de concert avec l'agence créative de Tourisme Outaouais. Leur rôle est de proposer l'approche créative des campagnes et de produire les différents créatifs qui découlent de la planification média.

PARAMÈTRES

Budget

Le budget annuel approximatif* en investissement média se situe aux alentours de 600 000\$ pour les campagnes Agrément, Affaires, Pourvoiries, Ambassadeur et autres initiatives ou opportunités ponctuelles**. Les honoraires sont en sus de ce budget.

Pour les besoins de cet appel d'offres, Tourisme Outaouais évaluera les tarifs d'honoraires proposés et favorisera une approche basée sur un pourcentage de l'investissement des placements média.

Période

Début du mandat : 15 septembre 2021 au 31 mars 2023. Ce mandat est renouvelable une fois, pour une période de 2 ans.

- Jan-Fév.: Brief
- Fév.- Avril: Planification et création de la campagne
- Janvier: Début de la campagne affaires
- Fév.- Mars: Début de la campagne pourvoirie
- Avril : Début du volet estival
- Novembre : Début du volet hivernal

*Le budget des campagnes est susceptible d'être ajusté pour des raisons reliées à COVID-19 qui incluent, mais ne sont pas limitées à; des changements dans les mesures gouvernementales, municipales ainsi que les fluctuations des contributions du milieu.

**Le nombre d'opportunités et initiatives ponctuelles pourrait affecter à la hausse budgets de média et les honoraires.

CRITÈRES DE SÉLECTION

En raison de la situation actuelle, Tourisme Outaouais désire continuer à encourager les entreprises locales et limite cet appel d'offres aux entreprises établies en Outaouais.

Le comité de sélection utilisera plus précisément les critères et facteurs d'appréciation suivants, sans s'y limiter, auxquels sera appliquée la pondération ci-dessous :

Critères	Points
Compréhension du mandat	5
Philosophie d'agence – présentation de l'agence	10
Expertise en tourisme <ul style="list-style-type: none">Clients, nature des mandats	10
Expérience de l'agence dans la réalisation de placements média pour des campagnes marketing <ul style="list-style-type: none">Description complète d'une campagne incluant un volet numérique et traditionnel	30
Expérience de l'agence dans la gestion de clients de type <i>coop</i> comprenant l'intégration de placements média pour les partenaires de campagne participants ¹	15
Équipe proposée	10
Grille tarifaire des honoraires, incluant les partenaires d'affaires s'il y a lieu.	20
<i>Bonification – firme ou partenaires de l'Outaouais</i>	10

L'esprit de synthèse et la démonstration de résultats et de pertinence pour Tourisme Outaouais dans les exemples proposés seraient appréciés.

CRITÈRES D'ADMISSIBILITÉ

L'agence doit être membre de Tourisme Outaouais (ou le devenir si elle est sélectionnée).
Minimum 5 ans d'expérience en affaires.

DATE LIMITE DE DÉPÔT DES SOUMISSIONS

Les offres de service pour la réalisation de ce projet seront considérées si elles sont reçues **avant le vendredi 20 août à 17h**. Elles doivent être envoyées par courriel à Marie-Dominique Boucher, Directrice marketing et partenariats stratégiques – par intérim: mdboucher@tourisme-outaouais.ca.

¹ Référez-vous aux éléments mentionnés dans la section *Description du mandat* de la page 4.

CONDITIONS GÉNÉRALES

Tourisme Outaouais se fera un plaisir de discuter de ce mandat et de répondre aux questions des agences intéressées. Les compléments d'information, s'il y a lieu, seront partagés avec l'ensemble des soumissionnaires.

Présentation de la soumission

Le soumissionnaire doit présenter une soumission conforme à toutes les exigences du document d'appel d'offres.

Établissement au Québec

Seront favorisées les soumissions des fournisseurs ayant leur bureau principal au Québec (plus précisément en Outaouais), c'est-à-dire le principal établissement d'où les affaires sont dirigées et où le personnel de maîtrise et l'équipement se trouvent ordinairement.

Acceptation des soumissions

Si Tourisme Outaouais le juge nécessaire, une première sélection pourra être effectuée. Les finalistes seraient alors invités à présenter leur soumission via vidéoconférence.

- Tourisme Outaouais n'est pas tenu d'accepter la plus basse ni aucune autre des soumissions;
- S'il est de l'intérêt de Tourisme Outaouais, ce dernier peut passer outre à tout vice de forme ou défaut mineur que peut contenir la soumission;
- Tourisme Outaouais n'est pas tenu de motiver l'acceptation ou le rejet de toute soumission.

Période de validité des soumissions

Toute soumission est valide pour une période de soixante (60) jours à compter de la date limite de réception des soumissions.

Retrait ou modification des soumissions

Le soumissionnaire ne peut ni modifier ni retirer sa soumission :

- Pendant les soixante (60) jours suivant la date limite de réception des soumissions;
- À compter du jour où sa soumission est acceptée par Tourisme Outaouais.

ANNEXE A : EXEMPLES DE PUBLICITÉS



This ad has been shared with you.

Tourisme Outaouais
Sponsored (demo)

In Gatineau, treat yourself to an urban break just a stone's throw from nature: from the Casino du Lac-Leamy to Gatineau Park! 🍷🌲

TOURISMEOUTAOUAIS.COM

Have a great weekend Learn More

Tourisme Outaouais
Sponsorisé

Le réconfort automnal se retrouve dans les restos de l'Outaouais! Régalez-vous lors d'une soirée à la maison! 🍷🍴

Gâtez vos papilles! EN SAVOIR PLUS
Pour emporter

Des plats aux accents locaux! EN SAVOIR PLUS
Soif Bar

👍❤️ 38 1 commentaire 9 partages

👍 J'aime 💬 Commenter ➦ Partager

Tourisme Outaouais
Sponsorisé

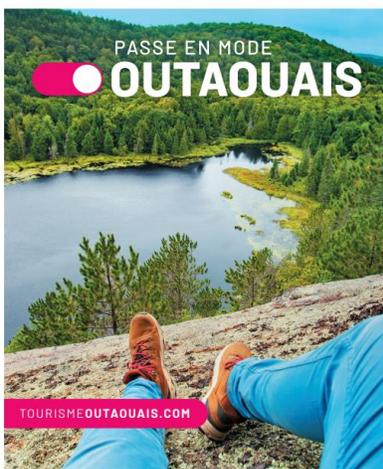
Explore the Outaouais by bike! From challenging circuits to recreational paths, there's a route for every cyclist. 🚲

The joy of cycling! EN SAVOIR PLUS
5 routes

In Papineau! EN SAVOIR PLUS
In the Pe...

👍❤️ 37 4 commentaires 5 partages

👍 J'aime 💬 Commenter ➦ Partager



PLANS DE VISIBILITÉ – ÉTÉ 2021

En choisissant l'un de nos forfaits « clé-en-main », votre entreprise s'offrira la meilleure visibilité possible tout en bénéficiant des judicieux conseils de nos experts-marketing qui sont là pour vous aider à atteindre vos objectifs d'affaires. De plus, vous profiterez d'économies d'échelle avec des tarifs pré-négociés sur un ensemble d'outils et de plateformes performantes.

Pour vous prévaloir de l'un des forfaits, veuillez communiquer avec l'un de nos conseillers marketing et remplissez le [formulaire d'engagement](#).



FORFAITS : ATTRAITS

	OR	ARGENT	BRONZE
Priorité d'affichage sur le site Web Selon le niveau d'investissement, les partenaires apparaîtront en premier dans leurs sections respectives du site Web.	✓	✓	✓
Facebook: publicité image du partenaire ③		✓	
Facebook: publication boostée du partenaire ③	✓		✓
Blogue complet Un article sur votre entreprise, sur une expérience, sur un produit. Du vécu, du contenu, du vrai.	✓		
Facebook: publicité image du blogue complet ③ Publicité du blogue complet selon le marché et la cible privilégiés par le partenaire.	✓		
Facebook: publication régulière du blogue complet Partage du blogue complet sur la page Facebook de Tourisme Outaouais.	✓		
Instagram: story Instagram du blogue complet Partage du blogue complet via une story Instagram sur le compte de Tourisme Outaouais.	✓		
Infolettre complète Une vitrine juste pour vous.	✓		
Mention infolettre Photo, hyperlien et courte description inclus dans une infolettre.		✓	✓
Stories Instagram unique au partenaire (3-4) ou Publication Pinterest	✓		
Facebook: publication régulière Publication sur la page Facebook de Tourisme Outaouais.		✓	
Blogue : mention dans un article blogue Votre entreprise est mentionnée dans un article blogue thématique.		✓	✓
Facebook: publication régulière du blogue Partage du blogue thématique sur la page Facebook de Tourisme Outaouais.		✓	✓
Instagram: story du blogue Partage du blogue thématique via une story Instagram sur le compte de Tourisme Outaouais.		✓	✓
VALEUR SUR LE MARCHÉ:	7 500\$	3 400\$	2 150\$
RABAIS:	-2 500\$	-900\$	-1 200\$
VOTRE COÛT:	5 000\$	2 500\$	950\$

ANNEXE C : LES EXPÉRIENCES

Expériences	Route touristique	Culture	Gourmand	Festif	Plein Air	Vélo - Ski	Pourvoirie	Motoneige
Objectifs	Faire découvrir la route des Chemins d'eau aux visiteurs	Faire découvrir l'offre de nos musées et de l'expérience autochtone	Faire découvrir l'offre gourmande de la région	Attirer les visiteurs à participer aux différents événements	Établir notre région comme étant la destination de choix pour le plein air urbain	Faire la promotion de ces activités auprès des excursionnistes	Démocratiser l'offre des pourvoiries (Adeptes de chasse et pêche vs villégiature)	Faire découvrir l'offre de motoneige de la région
Cibles	Gastronome culturel	Familles	Épicuriens branchés	Épicuriens branchés	Adeptes de plein air Détente au grand air	Adeptes de vélo/ski Plein air de luxe Familles	Adeptes de chasse et pêche Groupe d'amis Familles	Motoneigistes
Marchés	RMR - Montréal	RMR - Montréal	Ottawa, Gatineau	Ottawa	RMR - Montréal Ottawa	RMR - Montréal Ottawa	RMR - Montréal Ottawa	Ontario
Motivations du voyageur	Beauté du paysage	Acquérir de nouvelles connaissances en termes de culture	La découverte pour tous les sens	Plaisir	Activité physique Accessibilité Bien-être et santé	Activité physique Accessibilité Qualité des sentiers et pistes	Espèces Isolation en nature Quête d'un «trophée»	Neige et plaisir entre amis

ANNEXE D : CALENDRIER DE MISE EN MARCHÉ

EXPÉRIENCE	AVRIL	MAI	JUIN	JUILLET	AOUT	SEPT.	OCT.	NOV.	DEC.	JANV.	FEV.	MARS
Route touristique												
Culture												
Gourmand												
Festif*												
Plein air												
Vélo												
Ski												
Pourvoirie												
Motoneige												
Hébergement												

*Pour l'expérience Festif, il est difficile de se prononcer sur la promotion vu le contexte actuel. Toutefois, la période de Noël est toujours mise de l'avant.