

Cahier des charges prestation de service

Campagne de communication tourisme

Relance économie touristique

1 - Contexte et définition du projet

Créée en **février 2019**, à l'initiative de la Métropole Européenne de Lille, de la CCI Région Hauts de France et d'Entreprises et Cités, l'Agence d'attractivité Hello Lille a pour ambition de **développer l'attractivité territoriale, touristique et économique de la destination Lille au travers de sa marque Hello Lille.**

Ses missions sont :

- **Promouvoir le territoire en France et à l'International autour de la marque "Hello Lille",** en fédérant l'ensemble des acteurs qui font l'attractivité du territoire, qu'ils soient économiques, touristiques, publics ou privés
- **Accroître la fréquentation touristique** et développer fortement le tourisme d'affaires
- **Prospecter tous types d'entreprises et d'investisseurs** susceptibles de s'intéresser aux opportunités de notre territoire
- **Soutenir les candidatures des grands événements,** participer à leur organisation
- **Attirer de nouveaux talents,** cultiver le sentiment de fierté et d'appartenance des métropolitains

L'agence d'attractivité Hello Lille s'est vue confiée par la Métropole Européenne de Lille (MEL) la **relance de l'économie touristique et événementielle pour son territoire.**

Dans un contexte de crise du COVID-19, un retour aux **vacances made in France** (rassurance sanitaire, proximité, relance économique du pays, risque moins élevé d'annulation), l'agence Hello Lille souhaite développer une campagne de pub originale, disruptive qui « fasse le buzz » face à la concurrence des autres métropoles.

Le Département du Nord est en zone rouge jusqu'au 2 juin. Le Gouvernement est amené à s'exprimer de nouveau fin mai pour annoncer la nouvelle couleur à partir du 3 juin qui conditionnera entre autre la réouverture des restaurants, des parcs et jardins...

L'idée est de se tenir prêt à déployer un dispositif de communication pour dire aux touristes à quel point on a hâte de les revoir ou de faire leur connaissance.

Les aspirations post-covid

Ville douce /rythme cool : Balades en ville, Convivialité, Shopping, Gastronomie, Culture

Les besoins

Destination Safe : charte sanitaire COVID validée

3 - Description fonctionnelle des besoins

Un message

Un message fort, positif, des images qui font rêver

Un message rassurant

Un message original, drôle, différent (on est en concurrence avec toutes les autres métropoles et régions françaises).

La promesse

« Dépaysement mais pas que »

On est un concentré d'Europe/melting pot (au carrefour de l'Europe, on n'a pas ...mais on a ...)

Un Claim incitant les visiteurs à venir vivre l'expérience à Lille

Page d’atterrissage pour le site hellolille.eu sur lequel on souhaite commercialiser les offres hôtels, visites musées, etc

Campagne Print (métro parisien, grandes métropoles françaises Lyon et Reims et Bruxelles)

Recommandations sur les opportunités de communication en print et web au regard des changements dans les habitudes post confinement (pertinence affichage gares, métro, et rues, si peu fréquentées).

L’agence peut dépasser le cadre de ces besoins s’il juge cela pertinent dans sa proposition.

4 - Délais de réalisation

Date de réception des offres : 12 juin 2020

5 - Annexes

Etude observatoire du tourisme de la MEL

Etude identité du territoire MEL

La plaquette « Hello l’agence d’attractivité »

6 - Critères d’évaluation des offres

(50%) pertinence et créativité des propositions, (50%) prix

Contact :

Agence d’attractivité Hello Lille, 299 boulevard de Leeds – 59 777 Lille

Claire Beaufromé
Responsable Communication et Marketing
c.beufrome@hellolille.eu
06 31 52 75 25