

Cahier des charges pour assistance à maîtrise d'ouvrage

Elaboration et mise en œuvre d'une démarche de promotion conjointe du tourisme et des produits agricoles et agroalimentaires à l'échelle du territoire Savoie Mont Blanc

1- Rappel du contexte

L'association Savoie Mont Blanc Tourisme a présenté récemment une nouvelle feuille de route fixant les orientations à prendre au cours des prochaines années :

– **Déployer une marque d'attractivité intersectorielle**

Si pendant longtemps le marketing des territoires a été conçu et mis en place à travers des secteurs différenciés, cette vision recule désormais au bénéfice d'une nouvelle approche stratégique. Celle-ci repose sur le postulat suivant : pour être plus performant, il faut aborder transversalement l'attractivité du territoire, afin de véhiculer une image commune et optimiser les budgets.

Savoie Mont Blanc Tourisme souhaite donc promouvoir le territoire de manière plus transversale et faire évoluer la marque touristique actuelle vers une marque destinée à promouvoir le territoire sous tous ses aspects.

– **Mobiliser largement les habitants et les acteurs locaux**

Avec le développement d'internet et des réseaux sociaux, la promotion a changé de nature. Les habitants et les acteurs locaux sont devenus des communautés porte-parole du territoire, et leur mise en réseau constitue de nouveaux leviers promotionnels très puissants.

Savoie Mont Blanc Tourisme souhaite lancer un **réseau de plusieurs milliers d'ambassadeurs** rassemblant les talents, les acteurs locaux et les habitants.

– **Valoriser le meilleur du territoire**

Dans un contexte d'hyper-concurrence, on assiste à une montée en puissance de la qualité et du niveau d'exigence.

Valoriser le meilleur de la destination devient aujourd'hui une nécessité pour 3 raisons :

. on ne peut plus prétendre promouvoir l'offre si une partie de celle-ci n'est pas au niveau en termes de qualité pour affronter la concurrence internationale

. dans un monde où l'information circule en toute transparence, la qualité est la seule garantie pour soutenir et crédibiliser son offre

. les entreprises les plus performantes et les plus dynamiques d'un territoire se mobilisent peu dans les stratégies de promotion institutionnelles lorsque le marketing mis en place n'a pas un niveau d'exigence suffisant. A l'inverse, l'expérience montre que, chaque fois que la qualité a été revendiquée comme une condition de la réussite, et que cela s'est traduit par des actes concrets en termes d'exigences et de sélections d'offres, les meilleures entreprises étaient toujours au rendez-vous.

En application de ces nouvelles orientations, le Conseil Savoie Mont Blanc a souhaité intégrer **les activités exercées jusqu'à présent par l'association Marque Collective Savoie au sein de l'association Savoie Mont Blanc Tourisme.**

L'Association Marque Collective a été créée en 1974 afin d'encadrer une politique de qualité au travers du Label Régional Savoie. C'est elle qui a établi les cahiers des charges, notamment pour la Tomme de Savoie, l'Emmental de Savoie, les Salaisons, les Pommes et Poires. Elle a été organisme certificateur de 1976 à fin 1997 (passage des Labels Régionaux aux signes de qualité européens AOP/IGP).

Dans leurs domaines d'activités respectifs, les deux associations mènent des actions d'information et de communication concourant à valoriser les offres et les produits du territoire savoyard.

En raison de la proximité de leurs actions et la convergence forte qui existe entre les secteurs, le Conseil Savoie Mont Blanc a souhaité un rapprochement effectif des deux associations avec pour objectif de mieux promouvoir de façon globale l'ensemble des atouts du territoire sous une marque unique, et que soient notamment mieux valorisés les produits agricoles et agroalimentaires dans le cadre de la promotion du territoire Savoie Mont Blanc.

En parallèle, depuis 60 ans, une valorisation des produits agroalimentaires sous signes de qualité existe et aujourd'hui, plus de 70 % de la production agricole dépend de ces démarches qui produisent une valeur ajoutée importante. Des moyens importants ont été déployés collectivement sur la communication (notamment pour les fromages de Savoie) qui contribuent à la notoriété et à l'image des produits et du territoire.

La promotion actuelle des produits agricoles est également le fait des ODG pour les signes de qualité (AOP et IGP fromages, vins, fruits) et de la Chambre d'Agriculture pour les autres produits locaux transformés à la ferme ou commercialisés en circuits courts (magasins producteurs, réseau Bienvenue à la Ferme...). Les choix de ces produits, basés depuis plus de 50 ans sur une approche de qualité, d'originalité et de typicité, permettent de dégager des valeurs ajoutées importantes réparties entre les acteurs des filières. Ces produits participent directement depuis de nombreuses années à la promotion du territoire Savoie Mont Blanc.

Une association regroupant les différents partenaires a été créée pour promouvoir les produits et les savoir-faire agricoles (COPS).

La plupart des responsables professionnels pilotant ces organisations sont convaincus de la nécessité de se rapprocher de la marque Savoie Mont Blanc afin de renforcer l'ancrage au territoire et la complémentarité entre tourisme et agriculture.

C'est pourquoi, à l'occasion du rapprochement entre les deux associations Marque Collective Savoie et Savoie Mont Blanc Tourisme, il est apparu nécessaire de voir comment l'ensemble des produits agricoles et les produits bénéficiant de la « marque Savoie » pouvaient intégrer la démarche Savoie Mont Blanc, avec également pour objectif de partager des savoir-faire et développer les compétences des différentes équipes opérationnelles.

Il s'agit de resituer les missions de l'association Marque Collective Savoie au sein de Savoie Mont Blanc Tourisme, ainsi que de préciser le partenariat avec le monde agricole (filières et Chambre d'agriculture).

Sous l'impulsion du Conseil Savoie Mont Blanc, il a été convenu que ce rapprochement s'effectuerait **en 3 étapes** :

1/ Fusion-absorption de l'association Marque Collective Savoie par l'association Savoie Mont Blanc Tourisme en tenant compte de l'ensemble des obligations juridiques, sociales et fiscales à respecter.

Cette fusion-absorption a été opérée à la date du 1^{er} janvier 2017.

2/ Redéfinition d'un projet qui soit porté par Savoie Mont Blanc Tourisme et les acteurs de l'agriculture (Chambre d'Agriculture Savoie Mont Blanc, organisations représentatives des produits sous AOP et IGP et des produits locaux), pour renforcer la convergence et la promotion conjointe du tourisme et des produits agricoles et agroalimentaires à l'échelle du territoire Savoie Mont Blanc.

Cette étape interviendrait au cours du 1^{er} semestre 2017.

3/ Mise en œuvre opérationnelle de cette nouvelle démarche, à partir du 2^{ème} semestre 2017.

2- Les enjeux de la mission d'assistance à maîtrise d'ouvrage

Il a été décidé de recourir à l'accompagnement d'une assistance à maîtrise d'ouvrage pour animer une large concertation, conduire la réflexion et aboutir à la définition d'un projet commun autour de deux grands axes de travail :

- Les conditions de déploiement de la marque Savoie Mont Blanc dans le secteur de l'agriculture, et sa gouvernance partagée entre acteurs
- La mise en œuvre opérationnelle de cette nouvelle mission de qualification et de valorisation des produits agricoles et agroalimentaires dans le cadre de la promotion du territoire Savoie Mont Blanc

3- Résultats attendus de la mission d'assistance à maîtrise d'ouvrage

La mission d'assistance à maîtrise d'ouvrage devra porter sur les points suivants :

- Etat des lieux
 - Des collaborations intersectorielles tourisme-agriculture existantes, en France et à l'étranger
 - Des bonnes pratiques déjà en place sur le territoire Savoie Mont Blanc
- Définition du projet et organisation de la démarche
 - Positionnement des différents niveaux d'exigence de qualité de produits agricoles et agroalimentaires pouvant porter la marque Savoie Mont Blanc
 - Définition des valeurs, des règles et des conditions d'utilisation de la marque Savoie Mont Blanc dans le cadre de la promotion du territoire et des produits agricoles et agroalimentaires
 - Procédures d'instruction des demandes d'adhésion à la marque Savoie Mont Blanc
- Recommandations opérationnelles
 - Propositions pour renforcer l'accompagnement et l'animation du réseau des adhérents, répondre à leurs besoins et mobiliser un nombre plus important d'acteurs engagés dans la démarche (producteurs, restaurateurs, prescripteurs...)
 - Propositions pour développer la satisfaction, la confiance et le soutien des consommateurs et des habitants
 - Préconisations en matière d'actions de communication et de promotion pour renforcer la visibilité et l'impact de la démarche
 - Examen des conditions de financement de l'ensemble de la démarche

4- Méthodologie

La mission d'assistance à maîtrise d'ouvrage devra s'appuyer sur 2 groupes de travail :

- Un Comité de pilotage réunissant les acteurs politiques : élus des Conseils départementaux en charge du tourisme et de l'agriculture, élus des structures institutionnelles du tourisme et du monde agricole
- Un Comité technique, composé de techniciens du Conseil Savoie Mont Blanc, de Savoie Mont Blanc Tourisme, de la Chambre d'agriculture Savoie Mont Blanc et des autres chambres consulaires, de l'AFTalp, du CIVS et du COPS.

5- Echancier de la mission AMO

- Etat des lieux de l'existant, consultation et recueil d'informations auprès de tous les acteurs concernés : 2^{ème} trimestre 2017
- Définition du projet : 3^{ème} trimestre 2017
- Temps de restitution aux élus et acteurs du territoire : début 4^{ème} trimestre 2017
- Recommandations opérationnelles : 4^{ème} trimestre 2017

6- Procédure de consultation

Echancier

- | | |
|--|---|
| - Mise en ligne du cahier des charges sur le site internet de SMBT | mercredi 15 février |
| - Possibilité pour les candidats de soumettre leurs questions | vendredi 24 février |
| - Soumission de leur proposition par les candidats | vendredi 10 mars |
| - Audition des candidats retenus (bureaux SMBT à Chambéry) | mercredi 15 mars après-midi
(date à confirmer) |

Contact

Les candidats pourront soumettre leurs questions, par courrier électronique, au plus tard le 24 février, à l'adresse suivante : joelle.rizzon@smbtourisme.com

Les candidats devront soumettre leur proposition **au plus tard le 10 mars à 18h** (une version papier et une version électronique) à l'adresse suivante :

Savoie Mont Blanc Tourisme
A l'attention de Joëlle Rizzon
Le Galaxy II – 81 rue François Guise
CS 62509
73025 CHAMBERY CEDEX