

**CAHIER DES CLAUSES TECHNIQUES PARTICULIERES**

**ACCORD-CADRE DE PRESTATIONS INTELLECTUELLES**

---

**Accord-cadre de prestations d'organisation  
d'animations musicales et artistiques dans le cadre  
de l'évènement "Toulouse Commerces en Fête" des  
29, 30 et 31 mai 2025**

**LOT 2 – Elaboration d'un plan média et achat d'espaces  
publicitaires**

---

Référence : 25HTEGAR01L

**Acheteur :  
Chambre de Commerce et d'Industrie de Toulouse  
2 Rue d'Alsace-Lorraine 31000  
TOULOUSE**

## SOMMAIRE

1 – Objet de l'accord-cadre .....	3
2 - Périmètre de la consultation .....	3
3 – Définition des prestations .....	3
3.1 Contexte et descriptif de l'évènement .....	3
3.2 Cibles de l'opération .....	4
3.3 Equipe dédiée .....	4
3.4 Réunion de lancement .....	4
3.5 Obligation de résultat .....	4
3.6 PARTIE 1 : Proposition et réalisation d'un plan média.....	4
3.7 PARTIE 2 : Achat d'espaces publicitaires et livraison des visuels auprès des différents médias.....	5
3.8 PARTIE 3 : Bilan de Campagne.....	5
3.9 Prérequis informatiques.....	5
4 - Pilotage du marché .....	6
4.1 Interlocuteur CCI de Toulouse.....	6
4.2 Interlocuteur pour le titulaire .....	6

## 1 – Objet de l'accord-cadre

Les stipulations du présent Cahier des clauses techniques particulières (CCTP) concernent des prestations d'élaboration d'un plan média et d'achats d'espaces publicitaires dans le cadre de l'événement Toulouse Commerces en Fête pour la CCI Toulouse Haute-Garonne, événement organisé en partenariat avec Toulouse Métropole.

## 2 - Périmètre de la consultation

L'accord-cadre a pour objet plus précisément :

- la proposition et la réalisation d'un plan médias,
- l'achat des espaces publicitaires online et offline,
- la collecte des visuels nécessaires à la réalisation des publicités,
- la réalisation d'un bilan de campagne avec indicateurs de performance des médias et supports sélectionnés,

NOTA : sur collecte visuels : Sur demande du titulaire au plus tard au 31 mars 2025, la CCI Toulouse fournira les visuels au titulaire.

Dans le cadre de la promotion de l'événement Toulouse Commerce en Fêtes.

Les achats nécessitent d'être réalisés directement par le titulaire du marché.

Le titulaire du marché pourra être amené à collaborer avec les équipes communication de la CCI de Toulouse.

Les prestations sont réparties en trois (3) parties distinctes.

## 3 – Définition des prestations

### 3.1 Contexte et descriptif de l'évènement

Cet événement, dont cela sera la deuxième édition, aura lieu le week-end prolongé du 29 au 31 mai. C'est un week-end qui se caractérise par une activité commerciale amoindrie. Afin de promouvoir la consommation locale, cet événement a pour objet d'animer le centre-ville et faciliter l'échange entre consommateurs et commerçants.

Cette opération comporte :

-une piétonisation du périmètre de l'hyper centre-ville : toutes les rues du périmètre communément appelé « Hyper centre-ville », intérieur Garonne et intérieur Boulevard, seront fermées à la circulation. Seuls les riverains et services de secours seront autorisés à pénétrer dans ce périmètre. La circulation étant interdite, les commerçants pourront débiter les produits et articles devant leur vitrines afin de réaliser toutes les actions de mise en valeur de leurs produits qu'ils jugeront pertinentes.

-des animations musicales ou artistique : afin de rendre le centre-ville attractif, les Elus de la CCI ont décidé de proposer un volet « animations musicales » devant attirer les consommateurs. Celui-ci se compose d'animations fixes et d'animations dites « déambulantes ».

Les animations fixes seront présentes sur 3 zones, qui seront définies ultérieurement mais qui se trouveront en centre-ville de Toulouse.

Elles devront permettre d'attirer, d'animer et de créer une ambiance sur une zone sans être un point de fixation. Les 3 zones seront équipées d'un podium et d'une arrivée électrique chacune.

Les animations mobiles devront permettre d'animer le périmètre dans sa globalité par une programmation et un circuit adapté.

Le présent lot couvre uniquement d'élaboration et la mise en œuvre d'un plan media

### **3.2 Cibles de l'opération**

Les consommateurs des départements limitrophes de la Haute-Garonne.

L'objectif stratégique de l'opération est de favoriser le développement du commerce local en créant un afflux de consommateurs via l'animation de l'hypercentre.

### **3.3 Equipe dédiée**

Le titulaire s'engage à mettre en place une équipe de personnes compétentes (intervenants et interlocuteur unique) dont il s'efforce d'assurer la pérennité pendant toute la durée du marché.

Il lui appartient de maintenir, pendant toute la durée de l'évènement et sans interruption, un niveau constant de compétence de son équipe, de qualité des prestations, conformément aux niveaux de qualité prévus dans les documents contractuels régissant le présent marché.

### **3.4 Réunion de lancement**

Afin de cadrer l'organisation de l'évènement, le titulaire organisera une réunion avec le référent de la CCI de Toulouse de mise au point de l'évènement.

Celle-ci servira notamment à valider tous les éléments techniques. Les deux parties se réuniront autant de fois que nécessaire en amont la prestation, pour valider le retroplanning proposé par le candidat dans son offre et pour la sélection du plan média parmi les 2 proposés par le candidat dans son offre.

### **3.5 Retroplanning**

Le retroplanning fourni dans le cadre de réponse technique du titulaire acquiert une valeur contractuelle, au même titre que le cadre de réponse technique, après validation par les deux parties lors de la réunion de lancement du marché.

### **3.6 Obligation de résultat**

Le prestataire retenu devra apporter son professionnalisme en matière de coordination de l'ensemble des prestations, de conception, de gestion, d'aménagement d'espaces et des prestations afférentes à la bonne exécution de ce type d'évènement.

Les prestations se déroulent conformément au présent cahier des charges et aux documents contractuels. Le titulaire est soumis à une obligation de résultat.

Le titulaire est responsable de la bonne exécution des prestations ainsi que des personnels qu'il a désignés et devra assurer intégralement la réalisation des prestations.

### **3.7 PARTIE 1 : Proposition et réalisation d'un plan média**

Le titulaire est tenu de respecter le plan média proposé et validé par la CCI Toulouse lors de la réunion de lancement du marché.

Il sera tenu au respect des délais définis dans son retroplanning et préalablement validés lors de la réunion de lancement par la CCI.

Le plan média devra contenir une ligne budgétaire par média et une ligne d'honoraires. Il devra être conçu pour obtenir un maximum de visibilité de l'opération par rapport au public cible.

#### **Public cible de l'opération**

Les consommateurs des départements limitrophes de la Haute-Garonne.

#### **Objectifs stratégiques de l'opération**

L'objectif stratégique de l'opération est de favoriser le développement du commerce local en créant un afflux de consommateurs via l'animation de l'hypercentre.

### **Objectif de la campagne**

Les supports médias auront pour but de faire connaître l'évènement aux consommateurs de la métropole Toulousaine, du département ainsi que des villes préfecture ou sous-préfecture de départements limitrophes et ciblés.

### **Choix des supports médias**

La campagne pourra être déployée sur les canaux de diffusion suivants : affichage (mobilier urbain, panneaux publicitaires, transports en commun, écrans digitaux), publicité dans les médias print et web, spots radio, display et programmatique, etc. Le titulaire devra s'assurer d'une diffusion optimale auprès du public cible, en privilégiant les supports les plus pertinents

### **Budget maximum**

Le budget maximum du lot 2 est de 80 000 € TTC.

### **Timing et durée**

La durée de la campagne devra être optimisée pour en maximiser son impact. Elle devra être réalisée idéalement entre le 5 mai et le 31 mai 2025.

Le titulaire s'engage à respecter les délais de campagne et dates intermédiaires qu'il aura préalablement définis dans son retroplanning, validé par la CCIT.

## **3.8 PARTIE 2 : Achat d'espaces publicitaires et livraison des visuels auprès des différents médias**

Après validation par la CCI de Toulouse de la Partie 3, le titulaire réalisera les achats directement auprès des différents entités détentrices des espaces publicitaires (médias, site web, réseaux sociaux, entreprises d'affichage extérieur, etc).

En fonction de la proposition validé par la CCI de Toulouse, le titulaire communiquera la liste de tous les formats et dimensions des visuels nécessaires à l'élaboration de son plan média.

Cette liste sera fournie au plus tard le 31 mars 2025.

La CCI de Toulouse saisira son prestataire des prestations graphiques pour en faire établir les différentes déclinaisons.

Le titulaire sera alors en charge de récupérer ces différents visuels dans les temps et les envoyer aux entités concernées par le plan médias.

Le titulaire est tenu de fournir les justificatifs d'achat des espaces publicitaires, soit au fur et à mesure, soit après obtention de la totalité des justificatifs. Dans tous les cas, le titulaire s'engage à informer la CCI dès qu'il aura transmis l'intégralité des justificatifs relatifs aux achats d'espaces publicitaires, ainsi que sa demande de déclenchement de l'acompte de 40%, conformément aux dispositions de l'article 10.1 du cahier des clauses administratives particulières

## **3.9 PARTIE 3 Remise d'un bilan de Campagne.**

A l'issue de la campagne médias, le titulaire fournira à la CCI de Toulouse, un bilan de performance de la campagne médias dans les délais définis au préalable dans son rétroplanning. Ce rapport doit présenter les résultats obtenus sur chaque support ainsi que l'analyse de l'efficacité de la campagne sur la base des indicateurs de performance prévus par le candidat dans son cadre de réponse technique.

## **3.10 Prérequis informatiques**

Le titulaire disposera d'un matériel performant avec les logiciels adéquats et leurs mises à jour récentes.

Le titulaire doit aussi disposer de serveurs de stockage et d'archivage suffisants pour pouvoir conserver tous les travaux, durant toute la durée du marché.

## 4 - Pilotage du marché

### 4.1 Interlocuteur CCI de Toulouse

Les personnes désignées comme interlocuteurs directs de la CCI de Toulouse pour l'exécution des prestations seront :

**Monsieur Jean-Christophe RAMIS**  
Chargé de Développement Commerce  
06 84 80 48 16 – courriel : [jc.ramis@toulouse.cci.fr](mailto:jc.ramis@toulouse.cci.fr)

**Madame Marie FABRE**  
Responsable communication et marketing  
☐ 06.32.80.91.24 – courriel : [m.fabre@toulouse.cci.fr](mailto:m.fabre@toulouse.cci.fr)

### 4.2 Interlocuteur pour le titulaire

Le titulaire désignera un interlocuteur unique et privilégié pour toute la durée des prestations et adjointra nominativement la composition de son équipe, qui devra être en mesure de le seconder ou le remplacer durant ses absences.

Tout changement d'intervenant devra impérativement se faire au profit d'un intervenant de profil et d'expérience similaire afin de respecter les compétences initiales dédiées à la mission, telles qu'annoncées dans l'offre.