

**Collectif des offices de tourisme de**  
**Aubusson-Felletin,**  
**Creuse Sud-Ouest,**  
**Noblat,**  
**Portes de Vassivière**  
**du Lac de Vassivière**

## **AVIS D'APPEL D'OFFRE**

### **PROJET EDITIONS 2023**

**REALISATION D'UNE CHARTE GRAPHIQUE COLLECTIVE**  
**ET DE SUPPORTS DE COMMUNICATION**  
**[Carte touristique et magazine]**

### **Dossier de consultation**

## 1 - IDENTIFICATION DE L'ORGANISME - pouvoir adjudicateur, pilote du projet

Office de Tourisme LE LAC DE VASSIVIERE

Auphelle – 87470 PEYRAT-LE-CHATEAU

Téléphone : 05.55.69.57.32 – mail/contact : [f.maurinet@lelacdevassiviere.com](mailto:f.maurinet@lelacdevassiviere.com)

## 2 - PRESENTATION DU PROJET

Les offices de tourisme de Creuse Grand Sud (Aubusson-Felletin), de Creuse Sud-Ouest (Bourganeuf-Ahun), de Noblat (Saint-Léonard-de-Noblat), des Portes de Vassivière (Eymoutiers) et du Lac de Vassivière, situés au cœur du Limousin, souhaitent s'associer pour faire réaliser de nouveaux supports de communication « séduction », s'exerçant dans un cadre engagé, durable et responsable.

Ces supports devront posséder une charte graphique dédiée (les éléments graphiques devront être proposés par le candidat retenu).

Ces supports touristiques seraient distribués gratuitement par les offices de tourisme associés.

## 3 - OBJET DE LA CONSULTATION

Cette consultation a pour but de choisir le prestataire qui :

- Travaillera sur une proposition de charte graphique spécifique à la destination.
- Travaillera sur la refonte de la carte touristique du territoire de destination
- Travaillera sur le principe créatif de mise en page et d'organisation du magazine.
- Fera des propositions concernant le titre du magazine.
- Assurera la conception et la rédaction du numéro de l'année 2023.
- Fera la proposition d'une version web des différentes rubriques du magazine que les Offices de tourisme associés se laissent la possibilité de réaliser ou pas (mention optionnelle sur le devis).
- Assurera le suivi de l'impression du magazine et sa livraison.

## 4 - CONTEXTE

La qualité des paysages et un patrimoine foisonnant se conjuguent avec une offre dense où slow tourisme, mobilités douces, micro-aventures et valorisation des circuits courts sont valorisés notamment à travers les activités de pleine nature dont nautiques, randonnées pédestre, vélo, itinérance, visites & découvertes à caractère patrimonial. La pêche est également plébiscitée dans les premiers rangs des pratiques des touristes en Nouvelle Aquitaine.

Un particularisme territorial conséquent est à prendre en considération : **Aubusson, Vassivière, Plateau de Millevaches** fait partie du TOP14 des destinations de Nouvelle Aquitaine : **Aubusson**, par sa tradition ancestrale liée à l'art de la tapisserie classée au Patrimoine culturel immatériel de l'humanité par l'UNESCO rayonne avec sa Cité Internationale dédiée à l'univers tissé d'Aubusson ; sur le **Plateau de Millevaches**, le **Lac de Vassivière**, terrain de jeux d'activités nautiques et de pleine nature, offre des contrastes saisissants où les expériences contemporaines du CIAP de l'île côtoient l'authenticité des villages de granit alentours.

Cette destination située au cœur du Limousin, constitue un collectif ayant pour ancrage commun le Lac de Vassivière et le plateau de Millevaches avec plusieurs portes d'entrée situées sur les communautés de communes voisines ; chacune d'entre elles possédant un patrimoine historique, culturel et naturel ainsi que des savoir-faire en tous points remarquables.

Le schéma régional de développement touristique positionne la destination comme une **destination Nature-Ecotourisme, Sports Nature, Culture, savoir-faire et artisanat d'art, Patrimoine architectural et historique.**

En effet, les territoires composant cette destination élargie proposent de belles complémentarités, apportant une touche subtile et qualitative d'une grande richesse. Labels et reconnaissances remarquables en attestent :

- **Aubusson**, labellisé « **Plus Beaux Détours de France** », bénéficie d'une notoriété mondiale grâce à ses savoir-faire de la tapisserie d'Aubusson inscrits au **Patrimoine culturel immatériel de l'humanité par l'UNESCO** ;
- **Bourganeuf** et **Eymoutiers** sont labellisées « **Petites Cités de Caractère** » ;
- **Saint-Léonard-de-Noblat**, Site Patrimonial Remarquable, est labellisé « **Plus Beaux Détours de France** » et la Collégiale de Saint-Léonard est inscrite au **Patrimoine Mondial de l'Humanité par l'UNESCO**, au titre des Chemins de Saint-Jacques de Compostelle ;
- Sur **l'île de Vassivière**, le **Centre International d'Art et du Paysage** confère au site une singularité stimulant l'imaginaire et la créativité, autant que sa programmation artistique.

En matière de savoir-faire, d'autres références d'exception sont aussi à prendre en considération : IGP Porcelaine de Limoges, Entreprises du Patrimoine Vivant, papier et cuir, réseau des Villes et Métiers d'art, ...

Depuis plusieurs années, le Collectif/OT réalisait une documentation touristique commune déclinée selon un guide d'activités « XXL » et une carte touristique. Sur ces documents, une charte graphique existante du Lac de Vassivière était utilisée sans qu'elle soit commune à l'ensemble des territoires représentés ; le souhait collectif est d'avoir une nouvelle proposition représentant le territoire de destination dans sa globalité.

Aujourd'hui, ce collectif veut faire évoluer ces 2 supports vers une création d'une part, d'une CARTE TOURISTIQUE et d'autre part, d'un MAGAZINE SEDUCTION LOISIRS ET VACANCES pour l'ensemble de la destination, concernant aussi bien les touristes que les habitants et les excursionnistes.

## 5 - CIBLES

Au regard du profil des cibles de clientèles fréquentant le territoire, notre marché peut se segmenter de la manière suivante :

- Familles : elles sont en nombre toujours croissant et cherchent avant toute chose la sécurité, tout en recherchant soit un grand bol d'air, soit l'éveil des sens et la curiosité culturelle.
- Individuels « découvertes » : ils recherchent un peu d'adrénaline et sont curieux de découvrir de nouveaux lieux-espaces, d'essayer de nouvelles activités, mais ne s'investissant pas entièrement dans une activité particulière. Ils ont une appétence particulière pour les "expériences terroir" autour des savoir-faire, de la gastronomie et de la découverte des petites cités historiques.

- Individuels « passionnés » ou petits groupes d'aficionados pratiquants émérites des APN (Activités de Pleine Nature) : ils s'investissent dans un sport dans le but d'une performance personnelle ; ils sont généralement adhérents à une fédération sportive.
- Population locale (habitants permanents et résidents secondaires), clientèle de proximité.

## 6 - OBJECTIFS

L'idée du magazine est de séduire et de donner envie de découvrir la destination par le prisme de ses incontournables mais également à travers ses secrets. Il invite à la connaissance, à la découverte mêlant le sérieux de l'information avec un côté décontracté, vacances. Le principe n'est plus de tout présenter mais bien de faire des choix et de les assumer.

Le magazine doit être « vivant ». Il devra montrer le côté humain du territoire et valoriser le « tourisme expérientiel ». Il donnera la parole à différents prescripteurs et/ou ambassadeurs (forces vives du territoire).

Couvrant une large palette d'activités aussi riches que variées, les objectifs sont les suivants :

- Donner envie de venir découvrir la destination et pratiquer des activités de découvertes ludiques, sportives, culturelles.
- Consolider notre position « destination verte et préservée toute l'année » sur nos marchés de proximité).
- Conquérir de nouveaux marchés sur le plan national
- Faire savoir que la destination **Aubusson – Vassivière – Plateau de Millevaches** fait partie des destinations majeures en matière de loisirs outdoor, culturels, patrimoine et savoir-faire.

Ce magazine papier serait annuel couvrant l'ensemble de la période, à paraître au printemps 2023.

## 7 - CONTENUS

La carte touristique sera composée, au recto d'une carte du territoire avec visualisation des sites et points d'intérêt touristique. Au verso, les informations touristiques seront traitées en version bilingue FR/GB ; sur ce verso, seront recensés tous les prestataires d'activités et de restauration, partenaires du collectif OT (coordonnées complètes : Nom/dénomination, adresse, tél, site web).

Le magazine privilégiera une juxtaposition de rubriques différentes – articles de fond, interviews, cartes blanches, portraits, brèves ... - afin de créer un rythme de lecture, permettant de surprendre le lecteur. Ces rubriques pourront être dédiées à des pratiques, des territoires, des itinéraires, des personnages, en donnant toujours la priorité aux histoires. Il s'agira également de multiplier les passerelles entre sports, loisirs, culture.

## 8 - CONTRAINTES TECHNIQUES

Dans un esprit de gestion durable et écoresponsable, les supports réalisés devront respecter les contraintes ci-après définies :

En option, un devis avec impression tenant compte des caractéristiques suivantes : imprimerie certifiée PEFC, Imprim 'Vert, traitement papier éco-responsable et si possible avec une encre végétale / l'imprimerie devra se trouver dans un rayon de 250 km ; le papier devra être fabriqué dans la mesure du possible en France)

- Carte touristique : Quadri ; Format, 60 cm X 60 cm – grammage, 90 gr.
- Magazine : Le format du magazine devra privilégier sa prise en main. Il est envisagé un format A4 à la française ou sur un format intermédiaire entre A5 et A4 ; cependant, le prestataire est libre de faire d'autres propositions (sans coût supplémentaire). Une finition agrafage ou dos carré collé, défini ultérieurement par le Collectif/OT selon le nombre de page et les devis d'impression. Une couverture brillante/mate de 250 ou 300 gr minimum, des pages intérieures sur du papier mat/brillant de 80 ou 90 gr. Le nombre de pages/magazine pourrait varier de 40 à 44 pages.

## **9 - LE WEBDOC**

En option, le candidat retenu proposera la réalisation d'un WEBDOC sur le modèle du magazine papier avec possiblement une « réécriture » allégée et intégrant éventuellement des vidéos, des sons qui pourraient remplacer les interviews, portraits.

Cette prestation sera chiffrée par le candidat. Cependant, le Collectif/OT se laisse la possibilité de ne pas faire exécuter cette prestation.

## **10 - COMPOSITION DU MARCHÉ**

Ce marché est composé de 4 à 5 lots :

- Lot N°1 : création d'une charte graphique et identité visuelle. En option, proposition d'une déclinaison pour chaque OT (avec droits cédés) et pourront être utilisés en interne suivant les préconisations du candidat retenu.
- Lot N°2 : réalisation de la carte touristique.
- Lot N°3 : création du magazine annuel 2023.
- Lot N°4 : impression des 2 supports
- Lot N°5 : réalisation de la version webdoc du magazine (si option validée)

## **11 – TIRAGE & LIVRABLES**

Pour les supports à produire, le prestataire retenu devra livrer :

- CARTE TOURISTIQUE : les maquettes recto et verso seront soumises pour corrections et validations en 4 allers-retours maxi. La carte pourrait être imprimée avant si le choix est fait de ne pas l'intégrer dans le magazine.

- MAGAZINE : La maquette et l'exécution du chemin de fer et rubriquage des pages du magazine.

- Impression : environ 25.000 ex./carte touristique et 1000 + ; environ 30.000 ex./magazine annuel et 1000+.

## **12 - CONDITIONNEMENT ET LIVRAISON**

La carte touristique devra être livrée en janvier 2023.

Le magazine sera à livrer début avril 2023.

Un point de livraison sera prévu dans chaque Office de Tourisme du territoire concerné.

Conditionnement : en liasses/50 ex., par cartons ne dépassant pas 7 à 10 kg maxi.

### 13 - CALENDRIER ET DELAIS

L'envoi du cahier des charges à une sélection d'agences et une mise en ligne sur nos sites internet seront effectués entre le 10 et le 12/06/2022

La date limite de réception des candidatures est prévue au 28/06/2023.

Après sélection des candidats, une audition sera programmée courant 1<sup>ère</sup> semaine de juillet. Le choix définitif sera effectué à l'issue de l'audition et communiqué à tous candidats auditionnés.

### 14- DIFFUSION

Les supports réalisés (carte et magazine) seront destinés aux prospects, touristes, prestataires partenaires, résidences secondaires et population locale.

Le magazine sera également diffusé sur les événements auxquels participe le Collectif (salons, foires...) et sur le réseau d'offices de tourisme.

En outre, le candidat pourra de manière **optionnelle** proposer un dispositif de diffusion. Seule condition : le magazine ne sera pas vendu. Pour cette diffusion complémentaire, le candidat indiquera le nombre d'exemplaires du magazine qu'il estime nécessaire. Il indiquera également le dispositif et le coût de l'opération ; Le Collectif/OT se réservant le droit de ne pas retenir cette proposition complémentaire.

### 15 - CESSIION DE DROITS, FICHIERS INFORMATIQUE & PROPRIETE INTELLECTUELLE

Le candidat choisi s'engage à céder au Collectif/OT les droits d'utilisation, de modification et de reproduction du magazine et de sa version web, le cas échéant, qu'il aura conçu en réponse à la présente consultation.

Le prestataire remettra au Collectif OT, sur supports informatiques décidés d'un commun accord :

- Les fichiers natifs / tous éléments graphiques, textes, visuels s'il y a lieu, en HD,
- Les supports réalisés en HD
- Les supports réalisés en format compatible pour téléchargement sur site internet,
- Tous fichiers sources (éléments graphiques, textes, visuels) en vue d'usages propres au Collectif/OT en format JPEG, PNG, EPS, PDF et en HD et éléments composants l'identité de la charte graphique (logo, illustrations, dessins et tout éléments identitaires) seront livrés séparément utilisables individuellement au format Illustrator, Photoshop, png ...
- Tous les éléments composant l'identité graphique devront être entièrement libre de droit et fournis séparément et individuellement sous format Illustrator – Photoshop - et png pour réexploitation.

Le Collectif OT sera propriétaire de l'ensemble des documents, images, graphismes, icônes et autres contenus. Chacun des OT partenaires sera libre d'utiliser tous les éléments fournis par le prestataire (charte graphique, fichier source...).

La cession de droits est concédée pour une durée illimitée sur le territoire français et à l'étranger.

D'une manière générale, tout autre usage non prévu dans la présente cession de droits fera l'objet d'une cession spécifique. Dans le cas où le candidat retenu signifie son accord, la demande écrite ainsi que l'accord du prestataire seront annexés à l'acte d'engagement.

La signature de l'acte d'engagement vaut acceptation de la cession de droits.

## **16 - PRIX**

L'offre de prix sera formulée pour l'année 2023.

Le candidat chiffrera de manière distincte le prix de chaque lot et des options ainsi que pour la version web/magazine.

## **17 - CONTENU DES OFFRES**

Le candidat remettra une offre comprenant :

- Un devis détaillé, avec les options énoncées
- Des exemples de réalisations similaires,
- Des références clients,
- La méthodologie détaillée,
- La présentation de l'équipe dédiée au projet,
- Des observations et recommandations éventuelles par rapport au présent cahier des charges.

## **18- CRITERES D'ATTRIBUTION**

L'offre qui sera économiquement la plus avantageuse sera retenue selon les critères et la pondération suivante :

- Le prix (30%) : ce critère sera jugé sur le devis détaillé et les options énoncées.
- Les références et l'expérience (30%) : ce critère sera jugé sur des exemples de réalisations similaires et les références clients.
- La qualité de la méthodologie proposée pour la conduite du projet et des observations et recommandations éventuelles par rapport au cahier des charges. (20%).
- L'équipe dédiée au projet (graphistes, rédacteurs, illustrateurs, photographes s'il y a lieu...). Ce critère sera jugé sur les CV des intervenants (20%).

## **19- ADRESSE DE TRANSMISSION DES OFFRES, RENSEIGNEMENTS & CONTACTS**

La transmission par voie électronique est admise à l'adresse mail suivante/structure pilote projet : [f.maurinet@lelacdevassiviere.com](mailto:f.maurinet@lelacdevassiviere.com)

Les propositions sont à envoyer par courrier ou remise en mains propres contre récépissé à l'adresse suivante :

- Office de Tourisme LE LAC DE VASSIVIERE - Auphelle 87470 PEYRAT-LE-CHATEAU.

Avec les mentions : **Marché Communication Print + Dénomination sociale du candidat.**

**Contact administratif :**

Fabienne MAURINET – [f.maurinet@lelacdevassiviere.com](mailto:f.maurinet@lelacdevassiviere.com) – tél./ direct : 05.55.69.57.32

## **20 - DATE LIMITE DE REMISE DES OFFRES**

**Mardi 28 juin 2022 à 14h00**