

PROJET CONSTRUIRE L'IDENTITE TOURISME DURABLE

OBJET DU MARCHE :

PAYS ADOUR LANDES OCEANES CHARTRE GRAPHIQUE, LOGO, SLOGAN ET OUTILS DE SENSIBILISATION ET VALORISATION

Maître d'ouvrage
Pays Adour Landes Océanes
Grand Tourren – Allée des Magnolias
40 230 Saint Vincent de Tyrosse



CONSTRUIRE L'IDENTITE TOURISME DURABLE PAR UN POSITIONNEMENT PARTAGE

UNE CHARTE GRAPHIQUE COMMUNE, UN LOGO, UN SLOGAN, ET DES OUTILS DE SENSIBILISATION ET DE VALORISATION

Sommaire

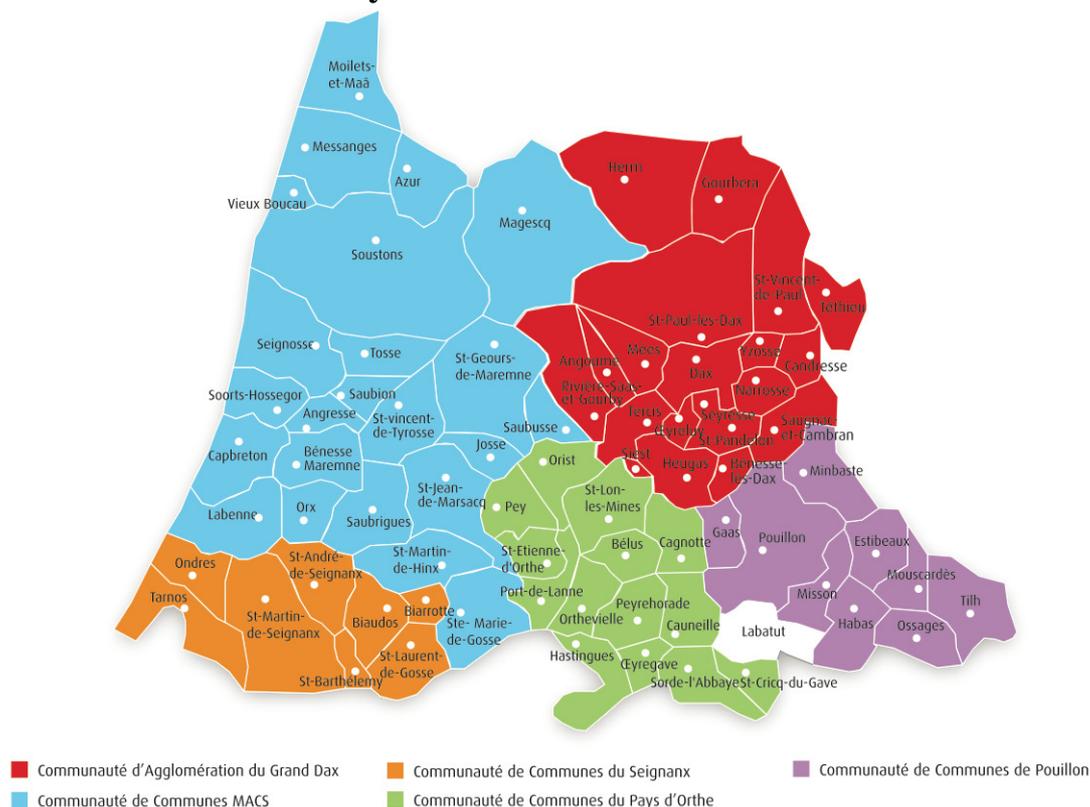
1/ Préambule	3
A/ Rappel du contexte et du Pays Adour Landes Océanes	3
B/ Le contexte touristique	4
C/ Les Projets principaux dans le cadre du Projet touristique	6
2/ La Commande du Maître d'Ouvrage	10
A / Objet de la Commande	10
B/ Le Contenu de la commande	11
3/ Etapes de travail	14
A/ Déroulé	14
B/ Présentation des différentes versions du logo, de la charte graphique, du slogan et des déclinaisons	15
4/ Modalités	16
5/ Définition de la prestation et règlement de la consultation	16
A/ Pièces et Eléments à produire	16
B/ Critères de sélection des offres	16
C/ Modalités de réponse	16
D/ Rétroplanning	17
6/ Maître d'ouvrage du marché	17

1/ Préambule :

◆ A/ Rappel du contexte et du Pays Adour Landes Océanes

Situé au sud-ouest du département des Landes, le Pays Adour Landes Océanes, représentant plus de 161 000 habitants, regroupe 75 communes organisées en 4 communautés de communes et une communauté d'agglomération. Ce territoire constitue le second pôle de croissance démographique en Aquitaine (+ 2% de croissance annuelle moyenne).

Pays Adour Landes Océanes



Quelques chiffres clefs :

- Superficie : 1 489 km², soit 16% du territoire du département des Landes
- Nombre d'habitants : 129 579 en 1999, soit 40% de la population landaise et près de 161 000 en 2013, soit le second pôle de croissance démographique en Aquitaine
- 41 147 emplois salariés en 2003
- 50% de l'artisanat ; 40% de l'industrie ; 28% de l'agriculture
- Plus de 50% de la capacité d'hébergement touristique
- Dax 1^{er} pôle thermal de France

La structure Pays Adour Landes Océanes :

Créé en 2002, le Pays Adour Landes Océanes, « Pays » s'inscrivant dans le cadre de la loi Voynet, a franchi les différentes étapes réglementaires (reconnaissance du périmètre d'étude, charte, contrat) et s'engage depuis dans la mise en œuvre de projets de développement et d'aménagement durable.

Espace de concertation, de coordination et de partenariat entre les intercommunalités, le Pays met en place une méthodologie visant à élaborer des politiques publiques en fonction des besoins identifiés à l'échelle d'un territoire de projet. Dans ce cadre et avec la participation des acteurs locaux, publics et privés, il participe à la mise en œuvre d'un projet commun de développement durable axé notamment sur la mise en synergie, le renforcement des interactions entre les composantes et surtout le rééquilibrage du territoire.

Il est organisé autour de deux associations loi 1901 :

- le Conseil de Développement, instance de propositions, représentants des milieux associatifs, économique, social autour de problématiques et d'enjeux territoriaux.
- le Conseil des Elus, instance décisionnelle, représentant les 4 Communautés de communes, la Communauté d'agglomération les conseillers généraux et les conseillers régionaux élus sur le territoire. Le Conseil des élus, présidé par Monsieur Jean-Pierre Dufau, est la structure porteuse du projet « Pays d'Accueil Touristique ».

Ces deux associations sont animées par une équipe technique commune.

◆ B/ Le contexte touristique

Le contexte touristique :

Le Pays Adour Landes Océanes, Pays d'Accueil Touristique depuis 2006, se caractérise par la présence d'une économie touristique importante et diversifiée :

- Près de 50% de la capacité d'accueil touristique du département : 212 516 lits touristiques (103 406 en lits marchands et 109 110 lits en résidences secondaires)
- 6 456 hébergements touristiques
- Plus de 1 000 prestataires d'activités touristiques
- Et 4 644 emplois salariés liés à la fréquentation touristique en moyenne, soit 11% de l'emploi salarié total du Pays, avec pour particularité la forte saisonnalité des emplois

De par sa situation, ce territoire a également la particularité de bénéficier d'une grande diversité :

- tant au niveau de son offre touristique :
 - Un tourisme balnéaire sur le littoral
 - Le thermalisme principalement sur l'agglomération dacquoise, Dax étant la première station thermale de France
 - Un tourisme rural sur l'intérieur
- qu'au niveau de son organisation touristique :
 - 5 intercommunalités dont 3 seulement disposent d'une compétence en matière de tourisme (Communauté d'agglomération du Grand Dax et la Communauté de communes de Pouillon ne bénéficient pas de compétence en la matière)
 - 13 offices de tourisme très différents dans leur taille (de 1 à plus de 10 salariés), leur structuration, leur fonctionnement, leur positionnement...

Ainsi, l'un des principaux enjeux du Pays est de travailler sur les interactions et les complémentarités existantes entre ses différentes composantes.

Le Projet de développement touristique :

Un positionnement « Nature » fondée sur les principes du Tourisme Durable

Le projet de développement touristique du Pays vise à accompagner une structuration de l'offre touristique par la mise en réseau des acteurs, le développement d'une « démarche de progrès » auprès des acteurs du tourisme et l'accompagnement d'une réflexion sur la conception de produits touristiques.

Depuis 2010, cette stratégie de développement touristique s'oriente sur un positionnement « Nature » fondé sur les principes de tourisme durable ; positionnement capable de renforcer l'attractivité du Pays, et surtout de rechercher de véritables synergies touristiques entre les différents pôles du territoire.

En effet, le Pays Adour Landes Océanes regroupe quatre formes d'écosystèmes: le fleuve l'Adour, les zones humides (Barthes et zone rétro-littorale), la forêt et l'océan.

Ce riche milieu naturel, dont 15% classé en zone Natura 2000 et bénéficiant de la présence de 4 réserves naturelles, s'avère sous exploité. Alors qu'une demande existe sur la découverte de ces espaces, ces derniers ne sont pas ou peu accessibles et organisés.

Ainsi, pour répondre aux nouvelles tendances, à différentes initiatives (privées ou publiques, individuelles ou collectives) et aux défis environnementaux, l'enjeu pour le Pays est de fédérer les acteurs autour d'un positionnement « Nature », d'encourager et de développer des offres thématiques se fondant sur les principes et les pratiques du tourisme durable. Cette démarche s'appuie sur la Convention d'Organisation Touristique et territoriale, sur le Programme Local de Formation Interfilière et l'initiative Ecotourisme du Pays de Seignanx, en lien avec les orientations stratégiques du Département, en particulier via le Club « Tourisme de Nature ».

Le projet de développement touristique du Pays Adour Landes Océanes a pour objectif de tendre Vers et Pour une ADEQUATION entre:

- ⇒ **Le TERRITOIRE et ses espaces naturels (l'image Nature du territoire, le décor)**
- ⇒ **Les ACTEURS par leurs pratiques et leurs savoir-faire au sein des structures**
- ⇒ **Les OFFRES et PRODUITS touristiques proposés, à proposer, à mettre en scène...**

◆ C/ Les Projets principaux dans le cadre du Projet touristique :

La Convention d'Organisation Touristique et Territoriale :

Document présentant le contexte territorial et le projet touristique qui pourra être transmis sur demande

Afin d'accompagner et de soutenir l'animation et la mise en œuvre du Projet de développement touristique, le Pays Adour Landes Océanes a signé en 2011 en partenariat avec la région Aquitaine et le département des Landes une Convention d'Organisation Touristique et Territoriale s'échelonnant de 2011 à 2013.

Cette convention a pour objet de formaliser les axes de la stratégie touristique du Pays Adour Landes Océanes, soutenus par la Région Aquitaine et le Département des Landes.

2 enjeux principaux :

- Améliorer et optimiser l'organisation et la structuration touristique du territoire
- Renforcer l'attractivité du territoire par le développement d'une offre touristique structurée et qualifiée autour de la thématique « Nature » et des valeurs du tourisme durable

Les axes d'intervention prioritaires du territoire :

Améliorer et optimiser l'Organisation touristique par :

- La Mise en réseau des acteurs du tourisme :
 - Soutenir les démarches d'organisation et de mutualisation des Offices de Tourisme
 - Fédérer et Professionnaliser les acteurs du tourisme face aux nouveaux enjeux et au positionnement du territoire: Tourisme Durable, E-Tourisme
- Optimisation des Ressources du territoire

Structurer une Offre autour du positionnement « Nature », en se fondant sur le «Tourisme Durable », autour de 3 thèmes :

- **Le « Tourisme de Nature »:**
 - Favoriser l'accessibilité, la compréhension, la découverte et la valorisation des espaces naturels et des écosystèmes
 - Valoriser l'itinérance douce
- **La Filière « Pêche »:**
 - Consolider le Produit « Pêche en mer »
 - Développer et Structurer un Produit « Pêche » sur le territoire intérieur
- **La « Gastronomie »:**
 - Valoriser les produits locaux, dans une logique de développement des circuits courts, en lien avec l'animation des « Marques de pays » (Assiette de Pays)

Le Programme Local de Formation Interfilère (PLFI):

Document présentant les axes et le programme de 2011 à 2013 qui pourra être transmis sur demande

PLF de 2007 à 2009 :

De 2007 à 2009, la MOPA et le Pays Adour Landes Océanes ont animé un PLF au profit de près de 40 salariés des 13 offices de tourisme, en partenariat avec les Communautés de communes ayant la compétence tourisme.

L'objet du PLF était d'appuyer la stratégie de développement touristique du Pays afin que chacun des acteurs se l'approprie progressivement et participe à sa mise en œuvre.

Ce programme a ainsi permis de :

- décloisonner les territoires, développer les relations et les interactions entre l'espace littoral, l'espace intérieur et l'espace thermal,
- fédérer les acteurs et de créer un véritable réseau des offices de tourisme autour d'objectifs partagés,
- enclencher et construire de manière partagée des outils et des actions collectives visant la structuration, la mise en valeur de l'offre touristique et d'organiser les fonctions autour des éléments suivants :
 - o Mise en réseau des personnels
 - o Démarche d'inventaire de l'offre touristique
 - o Mise place d'un tableau de bord de suivi de la demande touristique au sein des offices de tourisme
 - o Conception et édition de circuits touristiques : Les Idées Balades en renouvellement chaque année depuis 2009
 - o Organisation de journées d'accueil communes pour le personnel saisonnier des offices de tourisme

Les axes de formation retenus sur la durée du programme 2007-2009 ont été :

Axe 1 : « Marketing du territoire » (connaissance du territoire, de l'offre touristique, démarche marketing... mais aussi meilleure utilisation des TIC ...)

Axe 2 : « Mieux appréhender les clientèles pour adapter l'offre touristique » (observation des clientèles, techniques de conseil en séjour...mais aussi démarche qualité)

Axe 3 : « Mise en tourisme du territoire » (création, organisation d'évènementiel, réflexion sur les produits touristiques...)

Axe 4 : « Formation encadrants / tuteurs de saisonniers »

Un des enjeux poursuivis depuis 2006 était d'ouvrir progressivement cette démarche auprès des prestataires touristiques, ce qui a été favorisé via la mise en œuvre d'un PLFI à partir de 2011.

PLFI de 2011 à 2013 :

Via le PLFI, l'enjeu pour le Pays était et est de **fédérer les acteurs du tourisme autour de cette notion de « Tourisme Durable », de favoriser une culture commune, en vue de définir et développer une stratégie touristique collective et d'inscrire ainsi le développement durable dans une logique de positionnement marketing du territoire, partagée par tous.**

En vue de construire de manière collective la démarche et le contenu de ce PLFI, qui se veut adapter aux attentes des professionnels, des entretiens individuels auprès de prestataires

touristiques « référents », « ressources » ont été menés, puis un groupe de travail a été mis en place, associant :

- Des représentants des intercommunalités ayant la compétence tourisme et des offices de tourisme du territoire : 1 référent par territoire communautaire (soit 5 participants)
- Des prestataires touristiques, des « personnes ressources » du territoire, des « personnes relais » identifiées en fonction des filières touristiques, de la nature de leur activité, de leurs démarches, de leur situation géographique... (16 structures participantes)

Cette concertation menée en 2010 a permis de valider deux thématiques principales sur la durée du programme de 2011 à 2013 :

- **Axe 1 « Le Tourisme Durable » comme logique de positionnement marketing du territoire**, au regard de la nature même du territoire (Zone Natura 2000, les Barthes, les réserves naturelles, l'Adour...etc.), de ses enjeux, des nouvelles attentes mais aussi des projets locaux émergents en matière d'écotourisme (ex : projet écotourisme sur le Pays du Seignanx, initiatives privées...) et pouvant permettre un certain effet levier sur les prestataires et les filières. Cette thématique participe en effet à la mise en œuvre du projet de développement touristique du Pays, orienté sur un positionnement « Nature » - « Tourisme Durable ».
- **Axe 2 « L'Écotourisme », par le développement des e-compétences des professionnels du tourisme dans une logique de réseau et de visibilité sur Internet**, au regard des enjeux en la matière, de l'évolution constante des techniques et technologies, des nouveaux comportements des clientèles, de projets locaux (ex : développement du très haut débit...), départementaux, et des enjeux du territoire en terme d'attractivité.

De 2011 à 2013, ce Programme a contribué autour de la thématique « Tourisme Durable » à :

- **Une mise en réseau de différents acteurs** du tourisme autour du Tourisme durable
- **La définition et la validation d'une Charte Tourisme Durable**, outil fédérateur, outil d'engagement au travers de 5 thématiques (achat, déchet, eau, énergie, biodiversité) à destination de l'ensemble des acteurs du tourisme, et outil d'animation
- **Une réflexion commune autour de l'Identité Tourisme Durable** et des pistes d'actions collectives
- **Des travaux sur la valorisation de la démarche « Tourisme Durable »** au travers de fiches techniques, thématiques et de guide selon les publics visés. Le contenu a été rédigé mais les supports qui devront intégrer la charte graphique, le logo et le slogan ne sont pas édités.
- **La création d'un Site internet dédié à la démarche Tourisme Durable et sa valorisation**
- **Une réflexion sur l'animation de la démarche** au travers de référents et de la constitution d'un Kit ecoresponsable
- Un travail sur la réalisation d'un guide autour de l'organisation d'évènement ecoresponsable

Certains des travaux menés autour du Tourisme Durable dans le cadre du PLFI pourront être transmis sur demande.

En complément :

En complément de ces cadres structurants en matière d'animation touristique, le Pays Adour Landes océanes initie et développe des actions collectives participant de son projet :

- **La Rencontre des Acteurs du Tourisme visant à sensibiliser les acteurs locaux (élus, socio-professionnels) sur les évolutions et les nouveaux enjeux du tourisme**, en particulier sur le Tourisme Durable et l'Etourisme, mais aussi à communiquer sur la stratégie du Pays et le programme d'actions
- **La réalisation d'un état des lieux numériques** en lien avec les intercommunalités, les offices de tourisme et les prestataires touristiques en vue de définir et mettre en œuvre un programme d'actions autour de l'animation et de l'accompagnement numérique
- En matière de structuration de l'offre touristique, le Pays accompagne la conception et l'édition de **Circuits touristiques chaque année, Les « Idées Balades »** travaillées en partenariat avec les offices de tourisme et destinées à une clientèle familiale autour du positionnement Tourisme de nature et Tourisme durable
- **L'animation de la démarche Marques de pays, en particulier les Assiette de pays**, visant à valoriser les produits locaux et à développer les circuits courts. Un guide dédié est ainsi édité chaque année, et s'inscrit également dans les principes du Tourisme durable.
- L'organisation et la mise en œuvre d'une méthodologie et d'une journée dédiées à l'accueil et l'intégration des **personnels saisonniers** des offices de tourisme
- ...

2/ La Commande du Maître d'Ouvrage :

◆ A / Objet de la Commande :

Il s'agit pour le Pays Adour Landes Océanes de **traduire la démarche « Tourisme Durable »** initiée à l'échelle du territoire en partenariat avec les intercommunalités, les offices de tourisme et les prestataires touristiques privés ayant participé activement aux travaux menés, en particulier dans le cadre du Programme Local de Formation Interfilière.

La traduction de cette démarche collective et volontaire ainsi que du positionnement touristique devra être réalisée au travers de :

- **une charte graphique** évocatrice des valeurs partagées autour du tourisme durable, mises en avant et respectés par le réseau des acteurs locaux partenaires, mais aussi des valeurs autour du Pays Adour Landes Océanes
- **un logo et un slogan**, représentatifs de la démarche tourisme durable et du positionnement choisi.

En complément de la Charte Tourisme Durable, référentiel commun et outil fédérateur des acteurs, la Charte graphique, le logo et le slogan doivent contribuer à :

- **valoriser le réseau des acteurs engagés** autour de la démarche « Tourisme Durable », leur donner une lisibilité, une reconnaissance...
- **valoriser cette démarche collective et partagée auprès des partenaires, des professionnels et du grand public**
- **valoriser le positionnement et le territoire dans son ensemble**

Dans le cadre de la construction de cette charte graphique et du logo, il conviendra de tenir compte :

- **des réflexions et des travaux menés collectivement** dans le cadre du Programme Local de Formation Interfilière (ex : documents et synthèses des travaux menés via le PLFI et animé par le CPIE Seignanx et Adour tels que le document mettant en évidence les Forces / Faiblesses / Menaces / Opportunités et les différents scénarios envisagés)
- **du contexte et des spécificités territoriales**
- **l'expérience menée** sur le territoire de la Communauté de Communes du Pays de Seignanx, **Démarche Ecotourisme**, sur laquelle se fonde l'initiative développée à l'échelle du Pays.

Cette démarche autour du « Tourisme Durable » s'inscrit également en complémentarité des démarches menées à l'échelle du département et de la région.

Afin de conforter cette démarche d'appropriation et de construction d'une « Identité Tourisme Durable » sur le territoire, des outils de sensibilisation, d'information et de communication à destination des professionnels du tourisme mais aussi des clientèles touristiques devront être réalisés en 2013 au travers de **différents supports :**

- **Des Affiches sous 2 formats à apposer au sein des structures partenaires engagés** dans la démarche et donc signataires de la charte commune. Ces affiches ont pour objet de sensibiliser, d'informer et d'interpeller les clientèles sur la démarche engagée en matière de Tourisme Durable par le territoire et les prestataires partenaires.

- **Des supports de type « Diplôme » / « Plaque » mettant en avant l'engagement respecté** par les structures signataires afin de valoriser ces établissements et leurs engagements

En complément de ces outils et en vue d'animer au mieux la démarche « Tourisme Durable » sur le territoire via les structures « Référentes » (Offices de Tourisme, EPCI, Pays), deux autres outils de sensibilisation seront réalisés :

- **Un Guide de sensibilisation** à destination des professionnels du tourisme afin qu'ils puissent s'approprier la Charte Tourisme Durable, ses objectifs et sa mise en application effective au sein de leur structure
- **Un Kit écoresponsable**, outil d'accompagnement de la Charte, mise à disposition auprès des prestataires intéressés afin de pouvoir évaluer et mesurer leurs niveaux et leurs démarches de progrès au regard des critères et des engagements à respecter dans le cadre de la Charte. Cet outil ne fait pas partie de la commande.

Ces outils ainsi que leurs déclinaisons devront intégrer les éléments de la Charte graphique, le logo et le slogan qui seront choisis.

L'ensemble de ces outils doivent contribuer à apporter une plus-value, à conforter cette démarche de construction et d'appropriation d'une Identité Tourisme Durable sur le Pays et participer ainsi du développement de la dynamique locale autour du positionnement touristique.

◆ B/ Le Contenu de la commande :

La commande concerne les éléments suivants :

- **Conception de la Charte Graphique**
- **Conception du logo**
- **Déclinaison de la démarche et du positionnement au travers d'une accroche (slogan ou signature)**
- **Déclinaison via des supports (affiches sous format A3 et A2, support de type « Diplôme »/ « Plaque », guide de sensibilisation relatif à la Charte Tourisme Durable)**

Conception de la Charte graphique, du logo et de l'accroche (slogan ou signature) :

Le prestataire devra définir **une identité visuelle ainsi qu'une identité « verbale »** au travers d'une accroche (slogan ou signature) correspondant à la démarche collective et volontaire autour du Tourisme Durable initiée par le Pays Adour Landes Océanes et au positionnement touristique choisie.

Afin de travailler sur la Charte graphique, le logotype et l'accroche, le prestataire devra :

- S'appuyer sur les éléments évoqués au paragraphe sur l'objet de la commande
- S'appuyer sur tous les documents issus des travaux de réflexions sur l'Identité Tourisme Durable menés dans le cadre du PLFI
- Analyser les besoins à partir de ces travaux réalisés : Mots clefs fédérateurs, prise en compte et définition des objectifs du logo, de la charte graphique et de l'accroche

- Réaliser plusieurs propositions : choix des images et des illustrations, choix des polices de caractères utilisables et de la mise en page, jeux de couleurs déclinables sur différents supports, choix des mots et des expressions
- Utiliser et décliner la charte graphique, le logo et l'accroche sur différents supports :
 - o Affiches et support de type « Diplôme » / « Plaque » (intégrés dans la commande),
 - o Guide de sensibilisation
 - o Site Internet dédié à la démarche « Tourisme Durable »
 - o Différents supports touristiques du Pays (tel que les Circuits « Idées Balades »), des Offices de Tourisme, des Communautés de communes, vidéos promotionnelles, newsletter, voire papier administratif ...

Dans la mesure où la charte graphique et le logo seront intégrés sur les documents du Pays et pourront apparaître sur les documents touristiques des intercommunalités adhérentes, il conviendra qu'elle soit cohérente avec les chartes graphiques existantes.

Déclinaison de la Charte graphique, du logo et de l'accroche via la création et l'édition de supports de type affiches sous format A3 et A2 en 200 exemplaires chacun

Le prestataire devra décliner les éléments de la charte graphique, du logotype et de l'accroche validés au travers de deux formats d'affiches (A3 et A2). Les textes de base ainsi que les photos ou illustrations nécessaires à la conception de la maquette des affiches seront fournis par le Pays.

Déclinaison de la Charte graphique, du logo et de l'accroche via la réalisation et la livraison de support de type « Diplôme »/ « Plaque » en 80 exemplaires

Le prestataire devra décliner les éléments de la charte graphique, du logotype et de l'accroche validés au travers d'un support de type « Diplôme » / « Plaque ». Les textes de base ainsi que les photos ou illustrations nécessaires à la conception de la maquette de ce support seront fournis par le Pays.

Les Conditions d'utilisation :

La Charte graphique et le logo devront pouvoir être utilisés à la fois en interne avec les différents logiciels « classiques » (Word, Power Point, logiciel de messagerie dans le cadre d'une signature personnalisée...), mais également en externe par différents prestataires et partenaires en charge de la communication et de la promotion touristique.

Une attention sera portée à la lisibilité du logotype en absence d'information coloré. Le logo doit pouvoir être reproduit en garantissant une qualité optimum.

Le prestataire devra réaliser le cahier des charges de cette charte graphique en vue de son intégration et de son respect dans le cadre de consultation ultérieure.

Les attentes du Maître d’Ouvrage :

La réussite du projet réside dans le fait que le prestataire intégrera dans sa réalisation les éléments suivants :

4 enjeux aujourd’hui :

- Maintenir et Développer la dynamique collective en consolidant le réseau des acteurs autour du Tourisme Durable
- Renforcer la démarche et le positionnement
- Donner de la lisibilité à la démarche
- Inscrire cette dynamique dans une logique de développement local (vers une adéquation entre « Territoire », « Acteurs » et pratiques, Offres et produits touristiques, vers une logique de filière intégrée, cohérente, lisible et pérenne)

3 objectifs prioritaires :

- **Valoriser le réseau** des acteurs engagés, leurs valeurs, leurs engagements partagés et leur donner une lisibilité
- **Faire connaître et reconnaître** cette démarche auprès des partenaires, des professionnels, des acteurs locaux, des clientèles touristiques et du grand public
- **Mettre en valeur** le positionnement du territoire dans sa globalité;

Des orientations:

La charte graphique, le logo et leur déclinaison :

- Un outil de création, de consolidation et de développement du réseau d’acteurs autour de la démarche « Tourisme Durable »
- Un outil d’information et de sensibilisation auprès des partenaires,
- Un outil de valorisation, de communication et de promotion

Contribuant à :

- **Encourager une culture touristique commune** autour d’un même positionnement (appropriation, reconnaissance des acteurs dans la démarche et le visuel, renforcer la mise en réseau...)
- **Rendre lisible, visible et compréhensible** cette démarche auprès des acteurs locaux mais aussi et surtout des clientèles touristiques existantes et potentielles au travers de marqueurs, de messages communs, récurrents...
- **Valoriser les acteurs impliqués** dans la démarche, les structures, leurs engagements...
- **Valoriser et promouvoir les offres touristiques** s’inscrivant dans cette démarche et Renforcer l’attractivité du territoire via une gamme d’offres thématiques et qualifiées correspondants aux attentes des clientèles
- **Développer une identité touristique et une image porteuse et lisible** pour l’ensemble des acteurs intéressés (résidents, touristes, prestataires, collectivités).
- **Mettre en valeur la démarche « Tourisme Durable »** et le territoire dans sa globalité.

Le logo doit refléter l’état d’esprit de la démarche, les valeurs portées et partagées par le réseau d’acteurs, mais aussi une identité « Tourisme durable » commune, moderne et dynamique.

Dans le cadre des travaux, le prestataire devra prendre en compte le contexte et l'environnement de cette démarche (tels que les démarches complémentaires initiées sur le territoire...).

Il pourra se rapprocher des différents partenaires du Pays.

Il conviendra de s'accorder sur les modalités techniques d'intégration de chaque élément les uns des autres.

Le prestataire devra intégrer dans le choix des matériaux utilisés une logique de durabilité et d'éco-gestes, en particulier dans le cadre des différents supports demandés (affiches, plaque).

3/ Etapes de travail

◆ A/ Déroulé :

1^{ère} phase : Réception des dossiers de candidatures

2^{ème} phase : choix du prestataire en fonction de critères choisis au préalable

Une fois le choix effectué par le Comité technique, la méthodologie de travail sera la suivante :

- Une première réunion de cadrage au lancement de la mission avec le Comité de Pilotage afin de fixer les objectifs et les attentes
- Des réunions intermédiaires avec le Comité technique et un groupe de travail dédié
- Une réunion de fin d'étude avec la présentation des différents travaux et des maquettes au Comité de Pilotage sur la Charte graphique, le logo et les déclinaisons (Présentation de trois à quatre projets d'esquisses différents, soumis à validation)

3^{ème} phase : finalisation des travaux et des maquettes proposées

Suivi de la prestation :

1 interlocuteur : Claire Rouchaléou, chargée de mission tourisme du Pays qui coordonne

1 comité technique : offices de tourisme et intercommunalités qui oriente et fait des propositions

1 groupe de travail : offices de tourisme et prestataires touristiques impliqués dans la démarche « Tourisme Durable »

1 comité de pilotage : techniciens et élus qui décide et valide

◆ **B/ Présentation des différentes versions du logo, de la charte graphique, du slogan et des déclinaisons :**

Qualités techniques :

- Version couleur pantone, quadrichromie, monochrome
- Version couleur pantone et quadrichromie pour les fonds foncés et composés de photos
- Version monochrome noir et monochrome en réserve pour marquage produits
- Fourniture des fichiers de chaque version du logo des points précédents sur CD pour PC et Mac sous formats numériques : illustrateur, eps, psd, jpg (72 et 300 DPI) pour toutes exploitations
- Fourniture de chacun des éléments présentés ci-après sous format papier et numérique

Présentation du logo et de la charte graphique :

- Présentation des différentes versions de la charte graphique et du logo
- Présentation des différentes déclinaisons sur chaque support défini préalablement
- Présentation du logotype en couleur selon la nature du fond et photo et logotype en noir et blanc selon la nature du fond

Présentation du slogan :

- Présentation des différentes versions et déclinaisons du slogan, en fonction de la charte graphique et du logo et des supports définis préalablement (couleur et noir et blanc, selon la nature du fond et des supports)

Présentation des déclinaisons sous des supports :

- Présentation des différentes versions et déclinaisons sous deux supports à minima : affiches sous deux formats (A3 et A2) et support de type « Diplôme » / « Plaque »

La présentation devra être réalisé sous la forme d'un dossier relatif à ces 4 éléments définis (dossier sous la forme d'un livret A4, livraison sous format papier et numérique, de fichier PDF haute résolution, CD).

Une attention particulière devra être portée à la charte d'utilisation du logo, du slogan et de la charte graphique dans les différents outils de communication.

Ces éléments seront propriété du Pays Adour Landes Océanes. Le prestataire devra fournir les éléments permettant de sécuriser cette propriété (INPI, droit d'utilisation, de diffusion...).

Les supports (affiches A3 et A2) une fois validés devront être édités et livrés en 200 exemplaires chacun, impression quadrichromie sur papier PEFC. Le Support de type « Diplôme » / « Plaque », une fois validé, devra être livré en 80 exemplaires.

Les candidats devront proposer des **pistes créatives**, en s'appuyant sur les documents et éléments remis par le Pays, et devront expliquer leurs justifications stratégiques. Le maître d'ouvrage se réserve le droit de faire modifier les pistes créatives proposées.

4/ Modalités :

Le Pays met à la disposition du titulaire du marché tous les documents en sa possession, nécessaire à la réalisation de la mission et sur demande du titulaire.

Il est impératif de prendre en compte le calendrier du Pays : à partir de la date du choix du prestataire, ce dernier devra travailler dans un délai très rapide afin de pouvoir présenter ces éléments pour septembre 2013 et de les intégrer lors de la préparation des documents touristiques de 2014 par les partenaires.

Le prestataire retenu devra travailler en étroite collaboration avec l'ensemble des partenaires du territoire (intercommunalités, offices de tourisme, prestataires touristiques impliqués, autres partenaires intervenant dans le cadre de la démarche Tourisme Durable).

5/ Définition de la prestation et règlement de la consultation :

◆ A/ Pièces et Eléments à produire :

Les candidats devront fournir les informations, références et éléments suivants :

- Présentation de la société et ou du graphiste : métier, stratégie
- Références sur une prestation comparable à celle de l'objet du marché
- Tarif de la prestation dans son ensemble en tarif HT et TTC (les montants doivent être exprimés en euros et toutes charges comprises) : charte graphique + logo + slogan + déclinaison via des supports affiches sous deux formats et un support type « diplôme/plaque »
- Afin de mieux appréhender la manière dont le prestataire envisage la réalisation de cette prestation, il devra fournir un texte synthétique expliquant sa vision de la démarche et du réseau, et la manière dont il envisage de réaliser ce travail (15 à 20 lignes).
- Le Pays Adour Landes Océanes ne demande pas à ce stade de réalisation d'esquisses.

◆ B/ Critères de sélection des offres :

La sélection de l'offre se fera sur les critères suivants :

- Coût de la prestation
- Qualité du prestataire : compétences et références sur des prestations similaires
- Délai d'exécution

Une attention particulière sera portée sur l'intégration du développement durable par le prestataire.

◆ C/ Modalités de réponse :

Les offres datées et signées devront parvenir par courrier ou courriel avant : **Mardi 25 juin 2013.**

◆ **D/ Rétroplanning :**

Date de remise des offres : 25 juin 2013

Validité de l'offre : 90 jours

Date prévisionnelle de commencement de l'opération : Juillet 2013

Date de fin de l'opération : 30 septembre

6/ Maître d'ouvrage du marché :

Pays Adour Landes Océanes

Grand Tourren – Allée des magnolias

40 230 Saint Vincent de Tyrosse

Pour tout renseignement complémentaire relatif à la présente consultation, s'adresser à :

Claire Rouchaléou, Chargée de mission Tourisme

Pays Adour Landes Océanes

Grand Tourren – Allée des magnolias

40 230 Saint Vincent de Tyrosse

Tél : 05 58 57 41 44

Email : claire@pays-adour-landes-oceanes.com