



**CREATION IDENTITE VISUELLE
POUR L'OFFICE DE TOURISME DU PAYS DU VAL
D'ADOUR**

CAHIER DES CHARGES

SOMMAIRE

1 – Présentation du projet	3
A – Contexte historique	3
B – Missions de l’Office de Tourisme	3
C – Présentation de la destination	4
D – Contexte départemental	5
E – Les publics visés	6
F- Objectifs	7
2 – Objet de la consultation	7
A – La création de l’identité visuelle pour l’Office de Tourisme du Pays du Val d’Adour	7
B – La déclinaison de la charte graphique	8
C - La conception et le maquetage du guide 2019	8
D – Option : la déclinaison de l’identité visuelle pour le Pays du Val d’Adour	8
3 – Procédure	8
4 – Cession des droits	9

PREALABLE

Un Office de Tourisme a été créé à l'échelle du Pays du Val d'Adour à compter du 1^{er} Janvier 2018. Dans ce cadre, l'ensemble de la communication doit être repensée.

Afin de donner une lisibilité à cette nouvelle destination, un nom (une signature) et une identité visuelle doivent être créés.

1 – PRESENTATION DU PROJET

A – Contexte historique

Depuis le **1^{er} janvier 2018**, les établissements publics de coopération intercommunale suivants :

- Communauté de communes Adour Madiran
- Communauté de communes Bastides et Vallons du Gers
- Communauté de communes Armagnac Adour

Ont transféré la compétence « promotion du tourisme » au Pays du Val d'Adour qui a donc créé un nouvel Office de Tourisme adapté à cette nouvelle échelle territoriale.

Il s'agit d'un Office de Tourisme associatif, régie par la loi 1901, qui reprend les missions de service public pour l'accueil, l'information, la promotion et la commercialisation des anciennes structures à savoir :

- Office de Tourisme de Marciac(*Gers*)
- Office de Tourisme de Plaisance(*Gers*)
- Office de Tourisme de Riscle (*Gers*)
- Office de Tourisme d'Aignan (*Gers*)
- Office de Tourisme de Maubourguet(*Hautes-Pyrénées*)
- Office de Tourisme de Vic en Bigorre(*Hautes-Pyrénées*)

B - Missions de l'Office de Tourisme du Pays du Val d'Adour

- Assurer l'accueil et l'information des touristes sur le territoire du Val d'Adour
- Assurer la promotion touristique du territoire
- Commercialiser des prestations de services touristiques sur le territoire
- Contribuer à coordonner les interventions des divers partenaires du développement touristique local
- Elaborer et mettre en œuvre la politique locale du tourisme et des programmes locaux de développement touristique
- Créer des sites d'information touristique au sein du territoire, antenne déconcentrée de l'Office de Tourisme
- Grâce à son immatriculation au Registre National des Opérateurs de Voyages et de Séjours, vendre des offres de séjours packagés.

C – Présentation de la destination

Le Pays du Val d'Adour se situe au carrefour de 3 départements (**Hautes Pyrénées, Gers, Pyrénées Atlantiques**) et 2 régions (**Nouvelle Aquitaine et Occitanie**).

Le Pays du Val d'Adour regroupe 127 communes et compte près de 50 000 habitants ; il se caractérise par l'absence de grands pôles urbains (aucune ville de plus de 6 000 habitants, les pôles urbains les plus proches (Tarbes, Pau, Auch et Mont de Marsan) sont à 45 minutes de route, Bordeaux et Toulouse à deux heures.

Un territoire structuré autour :

- Des têtes de ponts caractérisées par :
 - **La musique à Marciac**
 - **Le vin à Madiran et Saint-Mont**, ainsi que les châteaux accueillant le public
- Des deux vignobles principaux :
 - **AOP Madiran - Pacherenc Vic de Bilh**
 - **AOP Saint Mont**
 - Mais aussi AOP Côtes de Gascogne, Armagnac, Floc de Gascogne, Vins de Bigorre et Comté Tolosan
- Le patrimoine médiéval à Montaner et Termes d'Armagnac
- Le patrimoine religieux à Saint-Sever de Rustan
- L'Adour (Maison de l'Eau) et l'Arros
- Un territoire encadré par deux voies du **chemin de St-Jacques de Compostelle**, avec une connexion sur Lourdes via le GR 101, variante de la voie d'Arles
- Un pôle qui rayonne sur le territoire : **Marciac, Grand Site Occitanie**. Pendant la durée du **festival Jazz in Marciac** (240 000 visiteurs du 27 juillet au 15 août) mais aussi en raison d'équipements culturels (L' Astrada , salle de spectacles de 500 places) et touristiques
- La proximité de poids lourds comme Lourdes, Gavarnie, le Pic du Midi, Auch, autres Grands Sites Occitanie.

La musique et le vin sont les thèmes sur lesquels se construit la promesse.

Le patrimoine, l'itinérance, l'art de vivre, l'Adour et la nature sont des déclinaisons pour des offres plus larges.



D - Contexte départemental

Le Gers situé au cœur de la **Gascogne** et du **Sud-Ouest** de la France est un département rural qui dispose d'une offre culturelle et patrimoniale riche et diversifiée, les termes qui définissent le Gers :

- Nature et ruralité (calme, beauté des paysages, campagne, nature et relief)
- L'art du « bien-vivre » (la gastronomie, l'accueil, la convivialité, la qualité de vie)
- Le patrimoine (sa richesse, sa beauté, sa dimension historique)

Le comité départemental du tourisme du Gers organise son attractivité autour de 4 valeurs :

- Slow tourisme
- Oenotourisme
- Tourisme en famille
- Tourisme friendly

Les Hautes –Pyrénées sont constituées de montagnes et vallées (50 % du territoire des Hautes-Pyrénées est protégé,) mais aussi de côteaux et plaine.

Le comité départemental du tourisme des Hautes -Pyrénées communique sur quelques points forts :

- Des sites de renommée mondiale (Grands paysages, grands Sites)
- La présence de l'eau sous toutes ses formes (Thermalisme)
- Accueil, convivialité et chaleur du Sud-Ouest
- Le ski et la neige
- La montagne l'été
- Le grand tourisme
- Les breaks bien-être toute l'année
- Le tourisme spirituel

Les Hautes-Pyrénées ont choisi de communiquer avec des produits, cette communication sert d'autres objectifs que la vente : la notoriété, l'image et l'acte d'achat sur les circuits de vente disponibles choisis par les clients (Abritel, Booking, etc...) y compris ceux des hébergeurs en direct.

Les Hautes-Pyrénées mettent en avant les éléments d'attraction (ceux qui font venir, la vitrine) et non pas les éléments d'animation (ceux que l'on trouve sur place et qui font circuler)

Les Pyrénées Atlantiques se situent à l'extrême sud-ouest dans la région Nouvelle Aquitaine, une toute petite partie du Val d'Adour se situe dans le Béarn.

E - Les publics visés

Publics prioritaires :

- Festivaliers et publics des manifestations culturelles (couples principalement) à la recherche de prestations de découverte et de services
- Les familles, françaises et étrangères qui séjournent sur le territoire et dans la proximité et sont à la recherche d'activités spécifiques et qualifiées pour une pratique en famille
- Couples résidant dans les agglomérations de proximité, à la recherche d'excursions, de courts séjours, notamment sur des thématiques oenophiles

Publics complémentaires :

- Groupes enfants et adultes (autocaristes)
- Groupes associatifs de proximité
- Curistes
- Cheminants (Saint Jacques)
- Camping-caristes

F – Objectifs

La création d'une nouvelle identité, d'une charte graphique, d'une signature répond à la nécessité de donner une visibilité dédiée à la destination Pays du Val d'Adour.

Les objectifs sont donc :

- Affirmer le positionnement de la destination qui repose sur :
 - La dynamique artistique et le vin
 - Le patrimoine, l'itinérance, la nature et l'art de vivre.
- Valoriser l'image du Val d'Adour par les atouts majeurs de la destination et se démarquer des autres destinations concurrentes
- Donner une image globale et positive de l'ensemble du territoire et de ses spécificités
- Trouver une signature représentative de ce territoire (au carrefour de trois départements et deux régions) qui permette au plus grand nombre de l'identifier.

2 – OBJET DE LA CONSULTATION

La présente consultation porte sur les éléments suivants :

A - La création d'une identité visuelle pour l'Office de Tourisme du Pays du Val d'Adour : logo, signature, charte graphique print et digitale

- **Le logo** devra être simple, l'univers graphique sobre et épuré, la gamme chromatique devra refléter notre territoire. Il figurera sur l'ensemble des documents à usage interne ou externe. Il devra pouvoir s'adapter à tous les types de supports, quel que soit leur format
- **Le slogan** devra être assez court pour être pertinent, facilement mémorisable et facilement traduisible en anglais
- **La charte graphique** devra définir :
 - Le logotype : ses couleurs (valeurs Pantone, CMJN, RVB de chaque couleur), ses règles d'utilisation, ses déclinaisons sur des fonds blancs et de couleurs
 - Les polices de caractère utilisées dans les documents qui devront assurer un bon confort de lecture. Elles devront être compatibles PC et Mac..
 - L'utilisation d'éléments graphiques tels que filigranes, bandeau, pictogramme, bannière web, marge de document, pagination

La charte graphique devra pouvoir être utilisée :

- En interne avec les logiciels classiques de bureautique et les principaux logiciels de graphisme (Adobe Photoshop, InDesign, Illustrator).
- En externe par différents prestataires chargés d'assurer la réalisation de documents de communication.

B - La déclinaison de la charte graphique sur différents supports

C - La conception et le maquetage du guide des vacances 2019 et de la carte touristique 2019

Pour information une consultation sera lancée prochainement pour la création du Site Internet.

D – Option : Une déclinaison de cette identité visuelle pour le Pays du Val d’Adour, établissement public regroupant les trois communautés de communes citées en première partie. Devant permettre d’assurer une cohérence visuelle et de communication entre les deux entités (Pays et Office de Tourisme), cette déclinaison devra tenir compte de la dimension plus institutionnelle de l’établissement public.

Détail des prestations attendues : Cf. Annexe 1

L’agence retenue devra émettre des recommandations (préconisations de formats et de papiers) pour l’optimisation des coûts et suivi de fabrication sur l’ensemble des outils print.

3 – PROCEDURE

1^{ère} phase : diffusion de la consultation à compter du 17 septembre 2018

Remise du cahier des charges aux candidats. Le présent dossier sera remis à 4 candidats pré - sélectionnés

Les candidats sont invités à produire un mémoire technique comprenant :

- Une présentation du candidat
- Un portfolio détaillé présentant des créations antérieures
- Des références sur une prestation comparable à celle de l’objet du cahier des charges
- Une note d’intention dans laquelle le candidat exprimera sa perception des enjeux
- Une proposition financière pour l’ensemble de la prestation
- Une proposition technique (esquisse de la charte graphique et de l’identité visuelle)
- Maquette du guide de destination
- Phasage détaillé de réalisation du projet

Date limite de remise des offres : 31 octobre 2018

2^{ème} phase : sélection du candidat : Mardi 13 novembre 2018

Critères et sélection des offres :

- 60 % sur le critère technique :
 - Esthétique, qualité, pertinence des prestations présentées (40 %)
 - Délais d'exécution (20 %)
- 40 % sur le critère de prix

Modalités d'exécution de la prestation :

Le délai maximum de réalisation de la mission est fixé à 2 mois à compter de la date de sélection du candidat.

Rétro-planning :

- Choix du prestataire : 13 novembre 2018
- Création du projet et mise au point du projet retenu : 15 janvier 2019
- Validation finale : 01 février 2019

4 - CESSION DE DROITS D'EXPLOITATION ET DE REPRODUCTION

Le prestataire cède au Pays du Val d'Adour, à titre exclusif, l'intégralité des droits d'exploitation, de reproduction et d'adaptation sur le logotype et la charte graphique sans limitation de temps, de lieu, d'étendue et de destination.

Merci de communiquer par courriel votre dossier de candidature à :
directiontourisme@val-adour.com et pays.val.adour@wanadoo.fr
en indiquant « Pays du Val d'Adour : offre prestation logotype et charte graphique de l'office de tourisme » dans l'objet du mail.
AVANT LE 31 OCTOBRE 2018

Renseignements complémentaires :

Sylvie CHAPON, directrice de l'Office de Tourisme du Pays du Val d'Adour

Tél. 07 89 73 76 04 - directiontourisme@val-adour.com

ANNEXE 1

SUPPORTS	OFFICE DE TOURISME			PAYS DU VAL D'ADOUR (option)		
		Prix H.T	Prix T.T.C		Prix H.T	Prix T.T.C
Supports institutionnels						
Signature	x					
Logotype	x			x		
Charte graphique	x			x		
Bureautique						
Carte de visite	x			x		
Tête de lettre	x			x		
Carte de correspondance	x			x		
Enveloppe	x			x		
Signature d'email	x			x		
Communiqué et dossier de presse	x			x		
Chemise à rabat	x					
Evènementiel						
Visuel grand format (roll up, voile drapeau, banque)	x					
Supports promotionnels papier						
Guide de la destination	x					
Carte touristique	x					
Supports habillage site Internet, multimédias et réseaux sociaux						
Habillage site Internet (cahier des charges en cours de création)	x					
Visuels habillage de compte de réseaux sociaux (covers Facebook, Twitter, Instagram, Youtube)	x					
Display web fixe : base JPEG/PDF. Format standard Google (pavé, bannière, habillage de page)	x					
Display web animé : base gif/ 3 à 4 écrans maximum . Format standard Google (pavé, bannière, habillage de page)	x					
Display web : mise au format technique selon demande spéciale	x					