

# Dossier de Consultation

## Relations Presse et Influenceurs

**Phase 1 : Sept. 2020-Sept. 2021**

**Phase 2 : Oct. 2021-Déc. 2022**

**Clôture des candidatures : vendredi 3 juillet 2020**

### **VAL D'OISE TOURISME**

Agence de développement touristique du Val d'Oise

Immeuble Jacques Lemercier

5 avenue de La Palette

95000 PONTOISE

[www.valdoise-tourisme.com](http://www.valdoise-tourisme.com) / <https://pro.valdoise-tourisme.com/>



## 1. Présentation de Val d'Oise Tourisme

Val d'Oise Tourisme, association loi 1901, est l'Agence de Développement Touristique (ADT) du département du Val d'Oise au service du développement de l'Economie par le Tourisme. Après une phase de repositionnement en passe de s'achever, Val d'Oise Tourisme articule son action autour de la mise en œuvre de la stratégie départementale validée par l'Assemblée départementale en décembre 2017.

L'Agence organise désormais son activité autour des missions suivantes :

- Prendre appui sur les « archipels » touristiques : les **Destinations infra départementales** (Vexin, Vallée de l'Oise, Rives de Seine Forêt de Montmorency, Roissy-Carnelle, + Auvers-sur-Oise comme marque internationale)
- Fédérer les énergies autour de **4 thématiques** (Itinérance, Tourisme fluvial, Numérique et clientèles internationales)
- Accompagnement des acteurs** départementaux
- Faire **converger l'action et les moyens publics**



## 2. Objet de la consultation

Dans le cadre de sa stratégie de marketing territorial et de son plan de communication global, Val d'Oise Tourisme souhaite confier à un prestataire la mission suivante :

Valorisation du Val d'Oise, de ses destinations et de ses acteurs touristiques auprès des médias  
presse traditionnels et nouveaux influenceurs au niveau national

Budget annuel lié à la mission (proratisé pour 2020) : de 35.000€ TTC à 39.500€ TTC \*

*\*Les frais liés aux accueils presse, aux repérages terrain de l'Agence, à la création graphique et à l'impression des livrables (DP, CP, etc.) sont pris en charge par Val d'Oise Tourisme et font l'objet d'un budget à part.*

### 3. Média attendu par la présente consultation



- Presse écrite (généraliste, spécialisée)
- Radio
- Télévision
- Blogs, réseaux sociaux et plus généralement les média sociaux (YouTube, Dailymotion...)

### 4. Positionnement et filières stratégiques

Val d'Oise Tourisme met en œuvre la stratégie touristique départementale validée en décembre 2017 et couvrant la période 2018-2022. Celle-ci s'articule autour de plusieurs grands axes :

- **L'itinérance** : avec 1900 kilomètres de chemins balisés (pédestre ; cyclo et VTT et équestre), le Val d'Oise offre le maillage le plus dense d'Ile-de-France. Deux grands itinéraires cyclo touristiques : l'Avenue verte London-Paris et la Seine à Vélo
- **Le tourisme fluvial** : plus de 100 kilomètres de voies navigables sur l'Oise et la Seine, la thématique connaît un important potentiel de développement direct et indirect en matière d'équipements et d'activités

- **L'Impressionnisme** : important foyer culturel de ce courant pictural, le Val d'Oise possède de précieux atouts (Auvers-sur-Oise et la Vallée de l'Oise : Pontoise, L'Isle-Adam mais aussi les bords de Seine à Vétheuil et la Roche Guyon) et de belles têtes d'affiches (Van Gogh, Pissarro, Monet, etc.)
- **Les « Archipels »** : définis par la stratégie touristique du département, le Val d'Oise s'organise autour de 4 grandes destinations : le Vexin, La vallée de l'Oise, Rives de Seine-Forêt de Montmorency et Roissy-Carnelle, auxquelles il faut rajouter la marque internationale Auvers-sur-Oise
- **La famille** : développé depuis 2014 par l'Agence, le réseau « Val d'Oise Family » regroupe une trentaine de partenaires et une soixantaine d'activités dédiés à la famille représentant une communauté forte et dynamique.
- **Le tourisme culturel** : le territoire ne nombreux atouts reconnus sur ce segment qu'il convient d'intégrer à la stratégie d'attractivité à destination de la Presse et des influenceurs.

Val d'Oise Tourisme a développé depuis 2019, une ligne éditoriale basée sur :

- l'expérience-client via un **blog « Expériences »** <https://www.valdoise-tourisme.com/experiences/> divisé aujourd'hui en deux sous-parties « pendant confinement » et « hors confinement » en corrélation avec l'actualité de ces derniers mois.
- un **moteur de recherche** « Prêt pour l'aventure ? » <https://www.valdoise-tourisme.com/#popin-experientiel>

#### Sites internet Grand Public, Pro et Cinéma

[www.valdoise-tourisme.com](http://www.valdoise-tourisme.com)

<https://pro.valdoise-tourisme.com/>

<https://valdoise.terredecinema.fr/>

## 5. Actions liées à la mission

Il est attendu du prestataire :

- Un **rôle d'expertise et de conseil** concernant l'approche média, les outils de communication, l'organisation d'évènements et le choix des actions à mener. L'agence attend un véritable accompagnement de la part du prestataire (aide à la mise en place d'un espace Presse dédié par exemple)
- La mise en place d'une **stratégie média** visant à :

- \* valoriser l'offre touristique départementale et ses acteurs,
- \* identifier les tendances qui « fonctionnent » et qui attirent l'attention des journalistes
- \* mettre en avant les actions de l'agence auprès de la presse professionnelle
- La mise à disposition de son réseau de presse et contacts influenceurs sur les réseaux sociaux.
- La co-construction d'**indicateurs de retombées Presse** (veille) permettant de mesurer les retombées des actions menées.
- L'organisation d'un **planning annuel d'actions** Presse également co-construit avec Val d'Oise Tourisme.

En outre, Val d'Oise Tourisme, dans son positionnement d'accompagnement de ses territoires et de ses acteurs envisage :

- L'animation d'un **évènement** auprès des acteurs départementaux (type atelier) visant à mieux faire connaître le fonctionnement des relations Presse – exemple : comment bien accueillir un journaliste (format et sujet à définir).

L'agence serait alors amenée à intervenir en sa qualité d'expert.

## 6. Modalités de mise en œuvre de la mission

↳ **Connaître le Val d'Oise** : le prestataire retenu sera amené à parfaire sa connaissance du territoire afin de mener à bien sa mission. L'agence tiendra à sa disposition le matériau nécessaire, des journées d'immersion terrain pourront être menés avec rencontres des prestataires majeurs.

↳ **Un.e référent.e Presse** Val d'Oise Tourisme sera l'interlocuteur privilégiée de l'agence retenue. Des contacts réguliers rythmeront la mission en fonction du calendrier opérationnel défini entre les parties.

↳ **Accueillir les journalistes et influenceurs** : Le candidat retenu pourra être amené en cas de besoin, et en soutien de Val d'Oise Tourisme, à accompagner des journalistes ou influenceurs sur le terrain.

Démarrage de la mission : **1<sup>er</sup> septembre 2020**

## 7. Modalités de la consultation et jugement des offres

Il est attendu du candidat répondant une offre rédigée en français et exprimée en euros comprenant les éléments suivants :

- Une présentation de la société, de l'équipe et des expériences dans le secteur du Tourisme
- Une présentation du parcours (CV), des réalisations (exemples) et des compétences (descriptions) de la ou des personnes dédiées à Val d'Oise Tourisme
- Une proposition de dispositif opérationnel (référénts Clients et plans d'actions prévisionnels)
- Une proposition d'outils en soutien de la mise en œuvre opérationnelle du plan d'actions
- Des indicateurs de suivi et d'évaluation de retombées Presse et influenceurs
- Un exemple de Communiqué de Presse sur une des thématiques fortes du Val d'Oise
- Un devis détaillé poste par poste

**Val d'Oise Tourisme examinera les dossiers reçus et auditionnera les candidats** admis à présenter leur offre en conformité avec l'objet de la présente consultation.

L'attribution du marché sera basée sur les **critères** suivants :

- Compétences, expertise et expériences : 40%
- Pertinence de la proposition : 30%
- Budget : 30%

Chaque critère se verra attribuer une note de 0 à 5 (5 étant la meilleure note)

## 8. Calendrier

Publication de la consultation (site pro et LinkedIn de Val d'Oise Tourisme, etc.) : **lundi 10 juin**

Réception des offres : **vendredi 3 juillet**

Analyse des offres : **semaine 28 de 2020**

Audition des candidats sélectionnés : **Les 9 et 10 juillet à Cergy-Pontoise**

Attribution au candidat retenu : **15 juillet**

Début de la mission : **mardi 1<sup>er</sup> septembre**

Les réponses doivent être adressées pour le vendredi 3 juillet avant 17h par courrier ET par courriel à :

**Joanne GUIRAND MACE**

Val d'Oise Tourisme

Immeuble Jacques Lemercier

5 avenue de la Palette

95000 PONTOISE

[j.guirand@valdoise-tourisme.com](mailto:j.guirand@valdoise-tourisme.com)

## 9. Modalités du Contrat

### Durée

La présente mission s'établit idéalement sur la durée de la stratégie touristique (aujourd'hui – décembre 2022). Elle est proposée en **2 phases consécutives** :

- Une 1ère phase couvrant la période de **septembre 2020 à septembre 2021**,
- Une 2ème phase couvrant la période d'**octobre 2021 à décembre 2022**.

Un contrat reprenant les objectifs et obligations des 2 parties sera rédigé et signé pour ces 2 périodes avec possibilité d'ajustement entre les 2 périodes.

### Règlement

Le paiement s'effectuera mensuellement sur présentation de facture et sous réserve de réalisation des actions mentionnées dans le contrat. Le délai de paiement maximal est de 30 jours fin de mois à compter de l'émission de la facture.

### Droits de propriété

Les prestations intellectuelles en matière de création et de rédaction (outils de relations Presse : communiqué, dossiers...) deviendront la propriété de Val d'Oise Tourisme et pourront être utilisés sur tous les supports de communication. Les contacts générés dans le cadre des actions engagées deviendront également la propriété de Val d'Oise Tourisme.

### Modification, résiliation, cession

Toute modification de la présente consultation fera l'objet d'un avenant.

Toute cession totale ou partielle est interdite.