

Rodez, le 20 octobre 2023



**CAHIER DES CHARGES  
ACCOMPAGNEMENT AGENCE DE RELATIONS PRESSE  
POUR LA DESTINATION AVEYRON**

**Contact**

Aveyron Attractivité Tourisme  
Rue Louis Blanc - BP 831 - 12000 RODEZ  
Audrey Carles – Responsable des relations presse  
[presse@aveyron-attractivite.fr](mailto:presse@aveyron-attractivite.fr)

## Sommaire

|  |          |
|--|----------|
| <b>Article 1. Objet de la mission</b>                  | <b>3</b> |
| Contexte   |          |
| Cadre général de la mission                            |          |
| <b>Article 2. Contenu de la mission</b>                | <b>4</b> |
| <b>Article 3. Délais d'exécution</b>                   | <b>4</b> |
| Calendrier de la consultation                          |          |
| Durée  |          |
| <b>Article 4. Contenu de l'offre</b>                   | <b>5</b> |
| <b>Article 5. Critères de sélection du prestataire</b> | <b>5</b> |

## Article 1. OBJET DE LA MISSION

### Contexte

L'Aveyron est un département français situé dans la région Occitanie, dans le sud-ouest de la France. Il doit son nom à la rivière Aveyron qui le traverse. Il est au centre d'un triangle formé par les villes de Toulouse, Clermont-Ferrand et Montpellier. Avec ses 8 735 km<sup>2</sup> de superficie, c'est le cinquième département le plus grand de France.

L'image de l'Aveyron, est associée à un territoire rural, paisible et préservé, avec une forte présence de patrimoine naturel et culturel. Il est connu pour ses paysages naturels variés, comprenant les montagnes, les gorges, les rivières et les lacs. Il est également reconnu pour son histoire et sa culture, avec de nombreux châteaux et villages médiévaux, ses activités agricoles, en particulier pour la production de viande de qualité supérieure. L'Aveyron, c'est profiter à la fois d'un art de vivre ancré dans l'histoire, la gastronomie, le vin, la nature, et une dynamique territoriale favorisant les découvertes des grands espaces et des loisirs extrêmes ou en famille : événements sportifs, festivals gastronomiques, culturels et musicaux, marchés de plein vent, fête de villages... Jouir d'une palette d'activités de pleine nature, unique en France et profiter d'une offre culturelle diverse et variée dans un cadre d'exception. Enfin, l'Aveyron est considéré comme une destination touristique pour les amateurs de randonnée, de gastronomie et de patrimoine culturel. Même si l'Aveyron jouit d'une certaine notoriété en tant que destination touristique, il reste nécessaire de poursuivre et d'accentuer les efforts en matière de tourisme.

Le tourisme dans l'Aveyron, ce sont... (chiffres 2022)

- 200 000 lits touristiques, dont 30 % en secteur marchand
- 522 millions d'euros de consommation touristique sur le territoire
- 11 millions de nuitées touristiques
- 80 % de Français et 20 % d'étrangers
- 45 % sur la période de juillet à septembre
- 4 400 emplois salariés touristiques
- La 1<sup>ère</sup> destination "campagne" de la région Occitanie

Avec plus de 11,3 millions de nuitées touristiques et plus de 522 millions d'euros de chiffre d'affaires, le tourisme fait partie des composantes majeures de l'économie de l'Aveyron.

### Cadre général de la mission

L'Agence Départementale de l'Attractivité et du Tourisme de l'Aveyron (ADAT) est chargée de la promotion touristique de la destination. L'ADAT souhaite développer la notoriété de l'Aveyron auprès de la presse française, en particulier, et mettre en œuvre un plan d'actions de relations presse.

La mission du prestataire sera de définir et mettre en œuvre une stratégie de relations presse, dans le cadre d'un plan d'actions annuel, ayant pour objectif de faire connaître la destination Aveyron et ses atouts à destination des médias suivants : presse écrite, presse web, radio, télévision, presse tourisme/voyage, presse éco.

## Article 2. CONTENU DE LA MISSION

La mission du prestataire sera d'accompagner l'Agence Départementale de l'Attractivité et du Tourisme de l'Aveyron (ADAT) dans :

- La définition de la stratégie de relations presse nationale, au vu du contexte et de l'environnement
- La définition d'un plan d'actions annuel planifié, au bénéfice de la stratégie.
- Le conseil

Dans ce plan d'actions, l'ADAT souhaite mandater le titulaire pour notamment :

### Écriture de supports presse

- Rédaction d'un dossier de presse « Tourisme » (sur la base d'un 28 pages). Les photos seront fournies par l'ADAT et ses partenaires. La mise en page sera faite par le/la graphiste de l'ADAT ou sera externalisée.
- Rédaction de communiqués de presse, de mini-dossiers de presse thématiques, de newsjackings et de brèves, à partir d'informations transmises par l'ADAT et d'informations recherchées. Les photos seront fournies par l'ADAT et ses partenaires.

### Sensibilisation et convictions des rédactions et des journalistes

- Envoi de communiqués et dossiers de presse à la presse grand-public et spécialisée, radio et audiovisuelle, on-line et off line
- Démarchage proactif et lobby auprès des journalistes.
- Déclenchement d'accueil presse et influenceurs de qualité et aide à l'organisation du programme (voyage de presse, blogtrip ou accueils individuels).

L'agence proposera en sus toute action qu'elle jugera opportune pour renforcer la visibilité de l'Aveyron dans les médias, en matière touristique, mais aussi dans les domaines de l'économie et de l'attractivité résidentielle.

### Suivi des actions amorcées et engagées

- Suivi et relance auprès des journalistes
- Gestion et le suivi de la surveillance presse. L'ADAT s'engage à souscrire un abonnement de type « argus de la presse ».

### Reporting

- Établissement d'un bilan annuel quantitatif et qualitatif (réalisation d'un book-presse annuel), reporting trimestriel de type « état des travaux », envoi mensuel des retombées presse avec indicateurs
- Réunion de bilan en fin d'année (en présentiel ou en visioconférence) avec présentation du bilan détaillé incluant des indicateurs de mesure de la médiatisation (nombre d'articles, occasions d'être vue, audiences, tonalité) qui devra aussi comprendre des éléments d'analyse des performances en lien avec la stratégie globale de l'ADAT.

## Article 3. DELAIS D'EXECUTION

### Calendrier de la consultation

Vendredi 20 octobre : Envoi du cahier des charges  
Lundi 13 novembre : Réception des offres  
Mardi 14 novembre : Étude des offres reçues  
Jeudi 15 novembre : Notification et début de la mission.

### Durée

Le contrat est conclu pour une durée de 1 an à compter de la date de début de la mission. En novembre 2024, l'agence établira un bilan de son activité adressé à l'ADAT et fera l'objet d'un échange avant un possible renouvellement de contrat.

## Article 4. CONTENU DE L'OFFRE

Le candidat remettra une offre pour le lundi 13 novembre 2023 à 12h00, à l'adresse suivante : [presse@aveyron-attractivite.fr](mailto:presse@aveyron-attractivite.fr)

Éléments à fournir pour la réponse :

- une proposition chiffrée, détaillée action par action, incluant les honoraires, les frais de rédaction et autres frais,
- des références de prestations de nature comparable,
- une présentation de l'équipe qui serait dédiée à la mission, ainsi que le nom de l'interlocuteur privilégié.

## Article 5. LES CRITERES DE SELECTION DU PRESTATAIRE

L'analyse des offres reçues sera effectuée selon le barème ci-dessous :

- Adéquation de la prestation avec les besoins de l'ADAT : 50%
- Prix de la prestation : 25%
- Références : 15%
- Démarche RSE/Engagement durable de l'entreprise : 10%

### **Renseignements et contact :**

Aveyron Attractivité Tourisme  
Rue Louis Blanc - BP 831 - 12000 RODEZ  
Audrey Carles – Responsable des relations presse  
Tél. 05 65 75 55 81  
[presse@aveyron-attractivite.fr](mailto:presse@aveyron-attractivite.fr)