

**MARCHE DE PRESTATIONS DE SERVICES
ET DE FOURNITURES**

CAHIER DES CLAUSES TECHNIQUES PARTICULIERES (CCTP)

Autorité adjudicatrice

JURA TOURISME & ATTRACTIVITE / Agence Départementale du Tourisme et de l'Attractivité

Objet du contrat

**Recrutement d'une agence de Relations Médias (journalistes et influenceurs) 2025 - 2027
Accompagnement stratégique et opérationnel des relations presse et d'influence sur la durée du
marché (3 ans)**

Date limite de réception des offres

Le vendredi 14 novembre 2025 à 12h au plus tard

Le présent document comporte NEUF (9) Feuilles.

SOMMAIRE

1 – PRESENTATION DE LA COMMANDE ET DU CONTEXTE	3
2 – MISSIONS CONFIEES A L'AGENCE.....	4
3 – ELEMENTS DE REPONSE A FOURNIR	8
4 – DELAIS.....	8
5 – DISPOSITIONS SPECIFIQUES	8
6 – SIGNATURE DU PRESTATAIRE.....	9

1 – PRESENTATION DE LA COMMANDE ET DU CONTEXTE

Le présent marché est passé selon une procédure adaptée (MAPA), conformément aux articles L2123-1 et suivants du Code de la commande publique.

Le présent marché concerne la stratégie, la mise en œuvre et le pilotage des relations presse et des actions d'influence menées pour le compte de JURA TOURISME & ATTRACTIVITÉ, Agence Départementale du Tourisme et de l'Attractivité du Jura.

Identification du commanditaire

Autorité adjudicatrice :

JURA TOURISME & ATTRACTIVITÉ – Agence Départementale du Tourisme et de l'Attractivité

17 rue Rouget de Lisle – BP 80950

39009 Lons-le-Saunier Cedex

www.jura-tourism.com

Tél. : 03 84 87 08 77

Contact référent :

Mélissa CHARRIERE, Chargée de communication tourisme & attractivité

03 84 87 08 72 / 06 35 03 60 67 – melissa.charriere@jura-tourism.com

Présentation de Jura Tourisme & Attractivité

L'Agence Départementale du Tourisme et de l'Attractivité du Jura (ADTA) est une association Loi 1901 créée à l'initiative du Conseil départemental, regroupant élus locaux et acteurs socioprofessionnels. Elle assure la promotion, le développement et la visibilité du Jura à la fois comme destination touristique et comme territoire attractif : résidentiel, économique, entrepreneurial et événementiel. Son action vise à renforcer la capacité du Jura à accueillir visiteurs, nouveaux habitants, porteurs de projets et talents, tout en valorisant le cadre de vie et l'innovation locale en synergie avec les professionnels et collectivités.

Son fonctionnement repose sur :

- Une Assemblée Générale (collectivités, réseaux socioprofessionnels et institutionnels) ;
- Un Conseil d'Administration ;
- Un Bureau exécutif (élus et socioprofessionnels) dans un fonctionnement collégial.
 - o **Présidente** : Sandra HÄHLEN
 - o **Directeur** : Jean-Pascal CHOPARD

Le service Communication/Promotion est composé de 5 personnes managées par Florian SPICHER. Dans ce service, c'est Mélissa CHARRIERE, chargée de communication tourisme et attractivité, qui est la référente Relations Médias en soutien de l'agence qui sera recrutée (pas d'attachée de presse en interne).

Contexte du marché :

Depuis 2008, l'ADTA du Jura déploie une stratégie "relations médias" élargie : presse, influence, ambassadeurs du territoire, communication digitale multi-supports. La visibilité du Jura s'appuie sur une présence croissante dans les médias nationaux, régionaux et digitaux, atteignant les 198 000 abonnés sur ses réseaux sociaux (Facebook, Instagram et TikTok confondus). Cette stratégie contribue à positionner le Jura comme une référence en matière de tourisme responsable, d'art de vivre, d'économie territoriale et d'attractivité résidentielle.

Dans le cadre de sa stratégie tourisme et attractivité, Jura Tourisme & Attractivité construit et déploie chaque année des plans d'action de relations presse et d'influence afin de :

- Promouvoir le Jura et ses atouts (nature, patrimoine, gastronomie, savoir-faire, événements, art de

vivre, etc.), autant en tant que destination touristique qu'en tant que territoire attractif pour les nouveaux résidents, investisseurs et porteurs de projets.

- Générer des articles, reportages et collaborations valorisantes avec les journalistes, blogueurs, influenceurs et ambassadeurs pertinents, afin de renforcer la notoriété et la désirabilité du Jura.
- Renforcer la visibilité de la destination, stimuler son attractivité globale et valoriser ses filières d'excellence sur les 4 saisons, dans une logique de développement territorial et d'image forte auprès de toutes les clientèles cibles (touristes, prescripteurs, habitants, professionnels, étudiants, entreprises).

Jura Tourisme et Attractivité collabore étroitement avec ses partenaires institutionnels, notamment le **Comité Régional du Tourisme Bourgogne-Franche-Comté (CRT BFC)**, acteur référent de la stratégie touristique et d'attractivité régionale.

Par ailleurs, Jura Tourisme et Attractivité fait partie du collectif **Montagnes du Jura** (marque de destination représentant le massif montagneux du Jura qui s'étend sur les départements de l'Ain, du Doubs et du Jura). Nous devons donc, à travers les relations presse, valoriser la destination Jura, mais aussi la marque Montagnes du Jura, lorsque le collectif le demande où lorsque l'occasion se présente. Dans ce cadre, les collaborations engagées avec le **CRT BFC** et le collectif **Montagnes du Jura** s'inscrivent dans une dynamique partenariale. L'agence recrutée accompagnera également Jura Tourisme et Attractivité dans la mise en œuvre d'actions de relations presse et d'influence mutualisées à la demande des partenaires ou dans le cadre des programmations conjointes.

Le marché est conclu pour une durée ferme de trois (3) ans à compter de sa date de notification.

La présente consultation constitue une mission unique et globale d'accompagnement stratégique et opérationnel en relations presse et influence. Cette mission inclut :

- Le conseil, la planification et le pilotage des actions presse et influence ;
- La rédaction et la diffusion de communiqués et de dossiers de presse ;
- L'organisation des accueils et des voyages de presse et d'influence ;
- Le suivi, la veille et le reporting des retombées ;
- La conception éditoriale, structuration et diffusion du dossier de presse annuel, réalisé chaque année dans la continuité de la stratégie globale de relations médias et d'attractivité territoriale. *(La dimension graphique et la mise en page de ce dossier demeurent assurés en interne par Jura Tourisme et Attractivité).*

Maître d'ouvrage et propriété des données

JURA TOURISME & ATTRACTIVITE – Agence Départementale du Tourisme et de l'Attractivité

17 rue Rouget de Lisle – BP 80950 - 39009 Lons-le-Saunier Cedex

N° Cerfa 49390073039 association déclarée en préfecture du Jura / en date du 28/12/1965 et enregistrée sous le numéro 01138 / N° Siret 77839678800037 / Code APE 8413Z

2 – MISSIONS CONFIEES A L'AGENCE

L'objet du marché est d'accompagner la stratégie de relations presse et d'influence au service à la fois du tourisme (cœur de mission historique) et de l'attractivité globale du Jura (résidentielle, économique, accueil d'actifs, porteurs de projet...), afin de renforcer la notoriété, l'image et la visibilité du département dans les médias nationaux, régionaux et digitaux, auprès des journalistes, influenceurs, ambassadeurs et communautés sensibles à ses spécificités et à ses valeurs.

Objectifs des relations médias :

- Développer la notoriété et l'image de la destination Jura auprès des marchés cibles prioritaires (France métropolitaine, bassins de clientèle, prescripteurs et communautés d'intérêt) en cohérence avec le guide de marque et avec une ambition d'attractivité pour les visiteurs, les entreprises et les

nouveaux habitants.

- Générer des retombées dans les médias traditionnels (presse écrite, radio, TV, web médias) sur des thématiques variées : tourisme 4 saisons, outdoor, patrimoine naturel et culturel, savoir-faire, gastronomie, événementiel, offre familiale, responsable, et potentialités de vie ou d'installation sur le territoire.
- Accroître la couverture médiatique à chaque saison et valoriser l'actualité de l'ADTA du Jura, les initiatives et réussites locales, avec une attention particulière à la mise en avant du site portail www.jura-tourism.com et des opérations institutionnelles et économiques.
- Dynamiser la présence de la destination sur les plateformes digitales : engager les influenceurs (blogueurs, instagrammeurs, tiktokeurs, youtubeurs...) pour produire des contenus inspirants, attractifs, éthiques et d'authenticité garantissant l'adhésion des communautés et générant un trafic qualifié vers les supports de l'ADTA du Jura.
- Travailler la désirabilité du Jura dans une logique de brand content : fournir des contenus éditoriaux et visuels capables de nourrir l'inspiration et le passage à l'acte, améliorer le référencement naturel et renforcer la réputation numérique de la marque territoriale.
- Accompagner les évolutions de la communication : intégrer l'innovation éditoriale et la mesure de l'impact des actions, tout en s'appuyant sur les tendances et nouveaux usages médias/numériques.

L'agence devra s'adapter et intégrer l'ensemble des axes stratégiques de l'ADTA du Jura : prise en compte du guide de marque (en cours de réalisation par l'agence de communication de l'ADTA du Jura), des briefs saisonniers et des priorités marketing/communication ; elle contribuera à la synergie entre communication presse, influence, marketing digital et valorisation des grands événements, temps forts tourisme et attractivité économique, résidentielle et événementielle.

L'agence accompagnera l'ADTA du Jura dans la définition et le déploiement d'une stratégie d'influence globale. Cette stratégie distinguera les actions menées avec les influenceurs bénévoles (micro-influenceurs, ambassadeurs du territoire) des partenariats rémunérés avec créateurs de contenus professionnels. L'agence inclura la veille de profils, la recommandation stratégique, la contractualisation le cas échéant, et le suivi du retour sur investissement.

La stratégie RP comprendra des actions ciblées à destination des médias nationaux spécialisés, mais également des médias locaux et régionaux afin de valoriser les initiatives de proximité.

L'objet du présent marché est d'accompagner la stratégie de relations presse et d'influence du Jura dans son ensemble. Cela inclut la conception, la rédaction, la stratégie éditoriale et la diffusion des dossiers de presse annuels, qui s'inscrivent dans la continuité de l'accompagnement stratégique et opérationnel global.

Les missions sont les suivantes :

- **Conseil stratégique :** formalisation d'avis, recommandations, élaboration d'une vision et d'un plan d'actions RP à l'année, en intégrant la veille sectorielle et les tendances médias/influenceurs (storytelling, contenus immersifs, format vidéo long, valeur d'authenticité), en prenant en compte les attentes des journalistes, et intégration d'une réflexion sur la communication numérique (web 2.0, e-communiqués, pages presse en ligne...).
 - Consultation régulière de l'espace presse : <http://www.cdt-jura.fr/journalistes.html>
 - Accès à l'écosystème réseaux sociaux : <http://www.cdt-jura.fr/promouvoir-le-jura/reseaux-sociaux.html>
- **Rédaction éditoriale :** communiqués et dossiers de presse ponctuels, adaptés à l'actualité, aux saisons et aux dispositifs spéciaux, en lien avec l'actualité du Jura et les priorités du service Communication. L'agence préconisera le rythme et la volumétrie de diffusion. En plus de la recherche d'informations de l'agence, l'équipe de Jura Tourisme & Attractivité fournira les éléments dont elle dispose.

○ **Dossiers de presse annuels :**

- Rédaction, actualisation, structuration et relecture éditoriale : l'agence a la charge de la conception et de la rédaction de l'ensemble des textes du dossier de presse annuel, en lien étroit avec l'ADTA du Jura, selon les priorités stratégiques, le positionnement et la ligne éditoriale définie.
- L'agence propose un chemin de fer éditorial détaillé, construit autour de thématiques différenciantes et actuelles. Chaque point du sommaire devra mettre en valeur une facette distinctive du territoire. Le chemin de fer et les sujets seront élaborés en intégrant obligatoirement les axes majeurs de la destination, en phase avec le guide de marque.
- L'agence adoptera un ton contemporain, léger et accrocheur : titres impactants, jeux de mots, angles narratifs innovants et un style rédactionnel apte à capter l'attention de journalistes très sollicités.
- Pour chaque section, l'agence recommande des propositions d'illustration (visuels à fournir par l'ADTA du Jura ou à valoriser en interne), pour guider la mise en page et renforcer l'efficacité du contenu auprès des médias.
- **Toute la dimension graphique** (mise en page, création visuelle, choix iconographiques, maquettage, PAO) sera assurée en interne par Jura Tourisme & Attractivité. L'agence fournira ses livrables au format texte (Word ou équivalent), adaptés à l'intégration par le service Communication. Les livrables doivent aussi inclure tous les chapitres, titres, entrées, suggestions d'accroches et d'illustrations, validés en amont avec Jura Tourisme & Attractivité.
- **Le livrable final** reste un dossier de presse, élaboré conjointement, mais le marché ne porte pas sur la prestation graphique.
- **Reporting, diffusion et attentes complémentaires** : l'agence propose une stratégie de diffusion, une liste de destinataires presse et accompagne la préparation du mailing. Le choix du format de diffusion (PDF, format print, nombre d'adresses) fait partie des recommandations. Chaque action de diffusion est validée par le maître d'ouvrage. L'agence veillera à ne pas dupliquer le format des dossiers de presse des années précédentes.

L'agence s'appuiera sur la charte graphique et le guide de marque de la destination Jura.

Des exemples et dossiers de presse antérieurs sont disponibles pour référence, mais il est attendu que l'agence apporte un regard nouveau et évite toute simple reproduction.

Le dossier de presse annuel est consolidé dans la continuité de la stratégie RP du marché global et ne fait pas l'objet d'un devis distinct. Il sera élaboré chaque année selon les priorités fixées par Jura Tourisme & Attractivité, en cohérence avec les grandes orientations éditoriales et les axes de communication touristiques et économiques du Département.

• **Logistique et coordination opérationnelle :**

- Organisation complète des accueils presse (réservations, coordination, suivi terrain), cible d'environ 10 accueils par an. L'accueil physique sera assuré par l'ADTA du Jura, sauf indisponibilité ; dans ce cas et si nécessaire, l'agence pourra prendre le relais.
- Élaboration, planification et suivi d'au moins un grand voyage de presse/blogtrip chaque année, selon la pertinence et la stratégie du territoire. Accompagnement et présence impérative de l'agence.

- **Gestion relationnelle et suivi qualitatif** : relances proactives, réponses aux sollicitations médias, animation et enrichissement du réseau de contacts journalistes/influenceurs, reporting mensuel et semestriel incluant : top retombées, volume, portée, audience, tonalité, engagement, équivalent

publicitaire, compilation et revue de presse semestrielle (tableaux de retombées et synthèses des coupures), transmission d'un bilan à l'ADTA du Jura.

- **Veille et proposition d'angles innovants** : monitoring et veille presse/influence (ex : veille Cision ou équivalent), proposition permanente de sujets en phase avec les attentes des marchés et des communautés, filtrage des actualités, adaptation aux micro-influenceurs et experts de niche, préconisation d'outils/méthodologies de veille, gestion de crise (prise en charge de la stratégie éditoriale et des RP en situation sensible).

Jura Tourisme & Attractivité dispose pour le moment d'un abonnement à Cision pour veiller sur ses retombées presse (budget supplémentaire en charge par l'ADTA du Jura). C'est l'agence qui recevra quotidiennement les alertes emails de Cision et qui les transférera ensuite à Jura Tourisme & Attractivité (avec les indicateurs chiffrés pour les retombées presse émanant des actions RP de Jura Tourisme & Attractivité).

- **Analyse d'impact, bilan des actions** : suivi qualitatif/quantitatif, tableaux de retombées, indicateurs, analyses saisonnières, reporting spécifique post-crise ou événement exceptionnel.

Pour la gestion des contenus visuels, l'agence aura accès à la photothèque en ligne du Jura : <https://phototheque.cdt-jura.fr/CDT39/>

Tous les frais techniques (téléphone, envois, collectes, déplacements pour réunions...), les outils et méthodes proposés doivent être détaillés dans le devis. Toute mission exceptionnelle ou tout surcoût fera l'objet d'un avenant. Les frais d'accueil lors des accueils presse ou voyage de presse (hébergement, restauration, transport, activités) restent hors honoraires agence et sont pris en charge par l'ADTA du Jura.

Si des outils ou actions de relations presse supplémentaires sont demandés à l'agence en cours d'année, ceux-ci feront l'objet d'un avenant au contrat.

L'agence détaillera dans son offre l'argumentation de ses choix d'outils et méthodes, et préconisera ceux qu'elle estime les mieux adaptés au territoire, en précisant d'éventuels surcoûts à intégrer au devis.

Budget et modalités de réponse :

Un budget de référence compris entre **22 000 et 27 000€ TTC/an** est alloué à la prestation d'accompagnement stratégique et opérationnel en relations presse et influence.

Les candidats devront impérativement fournir un devis à tiroirs détaillant les différents postes de la mission, à savoir :

- Honoraires agence
- Rédaction des communiqués et dossiers de presse
- Organisation logistique des accueils presse et voyage de presse/blogtrip
- Revue et reporting des retombées presse/influence
- Frais d'agence

Les frais de gestion (déplacements pour réunions physiques ou éductours, téléphone, envois, outils, expéditions courantes, etc.) devront être explicitement identifiés et chiffrés dans le devis. Tout poste supplémentaire ou spécifique devra être commenté et justifié.

Nota bene :

Calendrier, pagination, format exact du rendu, modalité d'envoi et date butoir seront rappelés dans le CCAP/règlement de consultation.

3 – ELEMENTS DE REPONSE A FOURNIR

L'agence indiquera dans sa proposition un calendrier prévisionnel du travail éditorial, articulé autour des différentes étapes (conception, structuration, rédaction, relectures, soumissions intermédiaires, livraison finale). Ces échéances seront validées d'un commun accord et figureront dans le CCAP.

4 – DELAIS

Délais impératifs
<i>Editorialisation du dossier de presse annuel : 31 janvier 2025</i>

5 – DISPOSITIONS SPECIFIQUES

Engagement RSE

L'ADTA du Jura porte une attention particulière à la responsabilité sociétale et environnementale (RSE) de ses partenaires, tant dans leurs pratiques éditoriales que dans l'organisation de la prestation. L'agence est invitée à :

- Mettre en œuvre ou valoriser toute démarche ou action éco-responsable, sociale ou inclusive (ex : sobriété numérique, diversité des sujets, égalité, limitation des déplacements, certifications ou labellisations RSE).
- Expliciter dans son mémoire technique tout engagement pertinent sur ces axes. Ces éléments pourront être pris en compte lors de l'analyse qualitative des offres.

Reconduction et évaluation annuelle du marché

Le marché est conclu pour trois (3) ans, avec une reconduction annuelle décidée à l'issue d'un bilan partagé entre l'ADTA du Jura et l'agence titulaire.

Ce bilan conjoint permet d'évaluer :

- La qualité globale de la collaboration et la bonne coordination entre les équipes ;
- Les résultats observés sur l'année : retombées presse, influence, portée et audience ;
- Les performances digitales et le niveau d'engagement généré ;
- Les propositions d'amélioration et d'ajustement pour la période suivante.

La reconduction est soumise à une validation expresse de l'ADTA du Jura, sur la base des conclusions de ce bilan partagé. En cas d'insatisfaction, d'objectifs non atteints ou de collaboration jugée non concluante, Jura Tourisme & Attractivité se réserve la possibilité de ne pas reconduire le marché pour l'année suivante.

Propriété intellectuelle et cession de droits

L'agence attributaire du marché cède à Jura Tourisme & Attractivité, gratuitement, l'exclusivité et la totalité des droits de représentation et de reproduction, sur tout support (papier, web, réseaux sociaux, vidéo, audio...), de toutes les prestations réalisées dans le cadre du présent marché (dossiers de presse, communiqués, contenus éditoriaux...), pour une durée de 10 ans et pour le monde entier.

Jura Tourisme & Attractivité pourra utiliser, reproduire, diffuser, modifier ou compléter, sans restriction, tout ou partie des contenus réalisés dans le cadre du présent marché.

6 – SIGNATURE DU PRESTATAIRE

A, le.....

"Lu et approuvé – Bon pour accord"
(mention manuscrite)