

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

**REGLEMENT DE CONSULTATION (RC)**

**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 DIX (10) Feuilles.

## **SOMMAIRE**

<b>ARTICLE 1 - PRESENTATION DE LA COMMANDE ET DU CONTEXTE.....</b>	<b>3</b>
<b>ARTICLE 2- MISSIONS CONFIEES A L'AGENCE .....</b>	<b>4</b>
<b>ARTICLE 3 – FORME DU MARCHE ET PROCEDURE DE PASSATION.....</b>	<b>5</b>
<b>ARTICLE 4 – DATE LIMITE DE RECEPTION DES OFFRES .....</b>	<b>5</b>
<b>ARTICLE 5 – DELAI DE VALIDITE DES OFFRES .....</b>	<b>5</b>
<b>ARTICLE 6 – DUREE DU CONTRAT.....</b>	<b>5</b>
<b>ARTICLE 7 – DOSSIER DE CONSULTATION DES ENTREPRISES .....</b>	<b>6</b>
7.1 MODALITES DE RETRAIT DU DOSSIER DE CONSULTATION .....	6
7.2 CONTENU DU DOSSIER DE CONSULTATION .....	6
7.3 FIN DE LA CONSULTATION .....	6
<b>ARTICLE 8 – MODALITES DE PARTICIPATION DES CANDIDATS .....</b>	<b>6</b>
<b>ARTICLE 9 – CONSTITUTION DU DOSSIER DE CANDIDATURE ET D'OFFRE .....</b>	<b>7</b>
9.1 OFFRE .....	7
<b>ARTICLE 10 – MODALITES DE REMISE DES OFFRES .....</b>	<b>7</b>
<b>ARTICLE 11 – CALENDRIER DE CONSULTATION .....</b>	<b>8</b>
<b>ARTICLE 12 – EXAMEN DES CANDIDATURES ET DES OFFRES.....</b>	<b>8</b>
12.1 EXAMEN DES CANDIDATURES .....	8
12.2 INFORMATION DES CANDIDATS ELIMINES.....	8
12.3 EXAMEN DES OFFRES .....	8
<b>ARTICLE 13 – NEGOCIATIONS.....</b>	<b>9</b>
<b>ARTICLE 14 – RESULTATS DE LA CONSULTATION.....</b>	<b>9</b>
<b>ARTICLE 15 – ATTRIBUTION DU MARCHE .....</b>	<b>9</b>
<b>ARTICLE 16 – SIGNATURE DU PRESTATAIRE.....</b>	<b>10</b>

## **ARTICLE 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](http://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](mailto: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 porte sur un accompagnement stratégique et opérationnel en relations presse et influence sur trois (3) ans. Il comprend le conseil, la planification, le pilotage, la rédaction et diffusion de dossiers et communiqués, l'organisation des accueils presse/influenceurs, le suivi/reporting, ainsi que la conception et la livraison éditoriale du dossier de presse annuel. Ces missions se feront dans une logique de réputation à la fois touristique et d'attractivité territoriale, en valorisant la destination Jura, ses actualités et initiatives, ses filières d'excellence et son attractivité globale.**

Le titulaire précisera, dans ses bilans, la nature des collaborations d'influence (gratuite/bénévole ou rémunérée), leur portée et leur résultat.

Les actions et livrables doivent répondre à la fois aux objectifs médias nationaux, spécialisés, et locaux/régionaux pour valoriser les initiatives de proximité du territoire.

#### **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

#### **ARTICLE 2- MISSIONS CONFIEES A L'AGENCE**

La présente consultation vise à confier à l'agence recrutée l'accompagnement de Jura Tourisme & Attractivité sur les volets principaux suivants :

- Élaboration et mise en œuvre de la stratégie de relations presse et d'influence, à l'échelle nationale, régionale et spécialisée, au service du tourisme, de l'attractivité territoriale, de l'accueil de nouveaux habitants, talents ou investisseurs. La couverture média doit impérativement viser aussi bien les cibles nationales, spécialisées, que les acteurs médiatiques locaux et régionaux, sur l'ensemble des sujets de proximité et d'intérêt territorial.
- Conseil rédactionnel, storytelling, recommandations d'angles, planification des actions, veille sectorielle, montage et suivi de voyages de presse et accueils spécifiques.

- Rédaction, production, diffusion et suivi de dossiers/communiqués de presse et de newsletters journalistes.
- Pilotage des relations avec les réseaux médias, influenceurs, ambassadeurs, animation et enrichissement du réseau, reporting quantitatif et qualitatif des retombées, revue de presse. La stratégie d'influence devra être différenciée selon le type d'acteurs mobilisés (profils gratuits/bénévoles et influenceurs partenaires rémunérés), avec une méthodologie adaptée proposée par l'agence.
- Réalisation annuelle d'un dossier de presse dédié à l'actualité du Jura et de ses filières d'excellence, structuration éditoriale, identification des thématiques distinctives, prise en compte de la stratégie éditoriale et du guide de marque (en cours de réalisation par l'agence de communication de Jura Tourisme & Attractivité), validation des contenus avec l'ADTA du Jura.
- Préconisation d'innovations en matière de formats, plateformes, méthodes de diffusion et mesure d'impact.
- Respect des engagements de responsabilité sociétale, d'inclusion, de valorisation des initiatives co-responsables et d'accessibilité.

L'exécution des prestations devra impérativement être conforme au Cahier des Clauses Techniques Particulières (CCTP) et au Cahier des Clauses Administratives Particulières (CCAP).

### **ARTICLE 3 – FORME DU MARCHE ET PROCEDURE DE PASSATION**

**Le présent marché est un marché unique à prix forfaitaire global**, conformément aux articles L2123-1 et suivants du Code de la commande publique.

Chaque candidat s'engage à réaliser l'ensemble des prestations décrites dans le dossier de consultation, en parfaite adéquation avec le Cahier des Clauses Techniques Particulières (CCTP) et le Cahier des Clauses Administratives Particulières (CCAP).

La procédure de passation retenue est la procédure adaptée (MAPA), conformément à l'article L2123-1 et suivants du Code de la commande publique.

Toute modification d'une pièce constitutive du marché, notamment des spécifications techniques figurant au CCTP ou au CCAP, devra impérativement être justifiée et fera l'objet d'un avenant soumis à l'approbation préalable du maître d'ouvrage.

### **ARTICLE 4 – DATE LIMITE DE RECEPTION DES OFFRES**

La date limite de réception des offres est fixée au **vendredi 17 novembre 2025 à 12 heures précises**.

### **ARTICLE 5 – DELAI DE VALIDITE DES OFFRES**

Le délai est fixé à 90 jours à compter de la date limite de réception des offres.

### **ARTICLE 6 – DUREE DU CONTRAT**

L'exécution du présent contrat débutera à compter de la date de notification du marché au titulaire.

Le marché est conclu pour une durée ferme de trois (3) ans. Il prendra fin automatiquement à l'issue de la période contractuelle, sous réserve de la livraison complète de l'ensemble des prestations prévues dans le Cahier des Clauses Techniques Particulières (CCTP), dont les délais de réalisation sont explicitement détaillés dans ledit document.

Aucune reconduction ni prolongation tacite n'est prévue, sauf cas exceptionnels expressément définis par avenant dûment motivé et accepté par les deux parties.

## **ARTICLE 7 – DOSSIER DE CONSULTATION DES ENTREPRISES**

### **7.1 MODALITES DE RETRAIT DU DOSSIER DE CONSULTATION**

Le Dossier de Consultation des Entreprises (DCE) est mis gratuitement à disposition des opérateurs économiques jusqu'à la date et l'heure limites de réception des offres, comme indiqué en page de garde du présent règlement.

**Le DCE peut être téléchargé à partir du site : [www.cdt-jura.fr](http://www.cdt-jura.fr)**

Sur demande, il peut également être transmis par courriel, sous réserve de la capacité de réception (maximum 6 Mo), en s'adressant à :

**Madame Mélissa CHARRIERE, Chargée de communication tourisme et attractivité**  
**JURA TOURISME & ATTRACTIVITÉ – Agence Départementale du Tourisme et de l'Attractivité**  
**Courriel : [melissa.charriere@jura-tourism.com](mailto:melissa.charriere@jura-tourism.com)**

Il est de la responsabilité des candidats de s'assurer que l'adresse électronique communiquée permet la bonne réception du dossier complet.

### **7.2 CONTENU DU DOSSIER DE CONSULTATION**

Le Dossier de Consultation remis aux candidats comprend notamment :

- Le présent Règlement de Consultation (RC)
- L'Acte d'Engagement (AE)
- Le Cahier des Clauses Administratives Particulières (CCAP)
- Le Cahier des Clauses Techniques Particulières (CCTP)
- La Décomposition du Prix Global et Forfaitaire (DPGF)

Tout document complémentaire utile pour répondre à la consultation pourra être communiqué ou précisé dans le dossier ou sur demande.

### **7.3 FIN DE LA CONSULTATION**

En cas de non-suite pour motif d'intérêt général, Jura Tourisme & Attractivité informera l'ensemble des candidats ayant téléchargé ou retiré un Dossier de Consultation, par voie électronique, de l'abandon de la procédure de consultation.

## **ARTICLE 8 – MODALITES DE PARTICIPATION DES CANDIDATS**

Le présent marché étant global et non alloti, il sera attribué à un seul titulaire responsable de l'exécution intégrale des prestations.

La sous-traitance est admise, sous réserve d'en informer le pouvoir adjudicateur et d'obtenir une acceptation préalable écrite de Jura Tourisme & Attractivité pour chaque mission concernée. Les missions principales, relatives au conseil stratégique, à l'élaboration de la stratégie de relations presse et influence, à la rédaction et à l'organisation d'accueil de médias, devront être réalisées principalement par le titulaire, sauf accord exprès pour des prestations ponctuelles (ex : rédaction, stratégie d'influence, logistique événementielle...).

Le titulaire reste responsable de la bonne exécution de l'ensemble des prestations, y compris celles exécutées par les sous-traitants agréés. Les obligations déontologiques et administratives s'appliquent à tous les intervenants du marché.

## **ARTICLE 9 – CONSTITUTION DU DOSSIER DE CANDIDATURE ET D'OFFRE**

Le dossier de chaque candidat devra comporter deux (2) parties, la première relative à la candidature et la seconde, à l'offre.

**Il est expressément demandé aux candidats de remplir et de compléter intégralement les documents mis à leur disposition. Tout manquement ou dossier incomplet est susceptible d'entraîner le rejet de leur offre.**

### **9.1 OFFRE**

Le candidat fournira, dûment remplis, visés/paraphés chaque page et signés :

- **L'Acte d'Engagement (AE)**
- **La Décomposition du Prix Global et Forfaitaire (DPGF), en hors taxe (HT) et toutes taxes comprises (TTC)**
- **Le Cahier des Clauses Administratives Particulières (CCAP)**
- **Le Cahier des Clauses Techniques Particulières (CCTP)**
- **Le présent Règlement de Consultation (RC)**
- **Une présentation de l'agence, de ses principales références (de moins de 3 ans avec détails des actions mises en place), compétences et certifications**
- **Le planning annuel des actions RP**
- **Une note stratégique détaillant le parti pris de l'agence pour l'exécution de ses missions.**

Chaque candidat peut joindre tout document jugé utile à l'appréciation de la valeur de son offre au regard des objectifs du marché.

Le candidat s'engage à garantir le respect du Règlement Général sur la Protection des Données (RGPD) pour tout traitement et conservation des données personnelles auxquels donne lieu l'exécution du contrat.

## **ARTICLE 10 – MODALITES DE REMISE DES OFFRES**

**Les dossiers de candidature et d'offre devront impérativement être transmis par voie électronique aux adresses suivante :**

**[melissa.charriere@jura-tourism.com](mailto:melissa.charriere@jura-tourism.com) – Tél. 06 07 41 15 16**

**[florian.spicher@jura-tourism.com](mailto:florian.spicher@jura-tourism.com) – Tél. 07 57 42 62 26**

**Les offres devront parvenir à Jura Tourisme & Attractivité avant la date et l'heure limites précisées à l'article 4 et rappelées en page de garde du présent Règlement de Consultation.**

**Toute offre arrivée hors délai, ou transmise sous une forme non conforme, sera considérée comme irrégulière et ne pourra être analysée.**

La transmission d'une offre sur support papier ou sur support électronique physique (clé USB, CD, etc.) n'est pas autorisée, sauf dans le cas spécifique d'une copie de sauvegarde.

Jusqu'à la date et l'heure limites de réception, chaque candidat pourra modifier, compléter ou préciser le contenu de son offre par la même voie électronique. Seule la dernière version reçue sera prise en compte pour l'analyse.

## **ARTICLE 11 – CALENDRIER DE CONSULTATION**

Le déroulement prévisionnel de la procédure est le suivant :

- **Envoi de l'avis d'appel d'offres : vendredi 24 octobre 2025**
- **Date limite de réception des offres : vendredi 17 novembre 2025 à 12h**
- **Analyse et étude des offres : semaine 48**
- **Jury de pré-sélection : semaine 48**
- **Jury de sélection finale orale : mercredi 10 décembre 2025**
- **Attribution du marché : semaine 51**

Ce calendrier est donné à titre indicatif. Il pourra, le cas échéant, être actualisé, sous réserve d'une information à l'ensemble des candidats concernés et dans le respect des règles de procédure applicables.

## **ARTICLE 12 – EXAMEN DES CANDIDATURES ET DES OFFRES**

### **12.1 EXAMEN DES CANDIDATURES**

Seuls seront examinés les dossiers complets comprenant l'ensemble des documents et renseignements d'ordre juridique, administratif et technique requis dans le présent règlement de consultation.

### **12.2 INFORMATION DES CANDIDATS ELIMINES**

Les candidatures jugées incomplètes ou non conformes seront éliminées. Les candidats non retenus seront informés du rejet de leur candidature par courriel. À leur demande écrite, les éléments transmis dans leur dossier pourront leur être retournés.

### **12.3 EXAMEN DES OFFRES**

Le jugement des offres sera assuré par un jury de pré-sélection (écrit) et de sélection (oral) composé de Jean-Pascal CHOPARD, Directeur de Jura Tourisme & Attractivité, Florian SPICHER, Chef de pôle communication tourisme & attractivité, Mélissa CHARRIERE, Chargée de communication tourisme & attractivité, la décision finale relevant de la Présidente, Madame Sandra HÄHLEN.

**Les offres seront analysées sur la base des critères suivants, appliqués avec la pondération indiquée :**

Critère principal	Sous-critères	Pondération principale	Pondération sous-critères
<b>Prix</b>	DPGF détaillé, justification, cohérence des coûts	30%	
<b>Valeur technique/qualité/RSE</b>	Organisation des projets, méthodologie de suivi, gestion et reporting, articulation RP/dossier de presse Conseil éditorial, stratégie de valorisation RP (plan d'action, cohérence messages) Storytelling et angles différenciants (propositions thématiques, récit de marque) Qualité éditoriale (niveau de rédaction, adaptation au ton, pertinence des contenus) Compréhension des enjeux du Jura Créativité/innovation	40%	Organisation & méthodologie : 2% Conseil/stratégie/storytelling : 17% Qualité éditoriale : 10% Compréhension du besoin : 4% Créativité/innovation : 7%
<b>Références/équipe</b>	Réalisations comparables dans le tourisme, attractivité, influence ; expertise des intervenants, équipe	15%	Références (de moins de 3 ans & actions mises en place) : 12%



	dédiée		Equipe dédiée : 3%
<b>Délais et réactivité</b>	Rétroplanning, anticipation des jalons, capacité à traiter les urgences et accompagner les adaptations	15%	

**La note du prix sera calculée selon la formule suivante :**

Note prix = 30 x Prix de l'offre la moins chère / Prix de l'offre évaluée

**La note finale globale sera calculée selon la formule suivante :**

Note finale globale = Note Prix (sur 30) + Note Technique (sur 40) + Note Références/Equipe (sur 15) + Note Délais/Réactivité (sur 15)

La note finale globale attribuée à chaque offre sera la somme des notes obtenues sur chaque critère principal, notés et pondérés selon le tableau ci-dessus (sur 100 points au total).

Pour chaque critère, l'évaluation prendra en compte les sous-critères indiqués, chacun étant noté et pondéré au sein de la note technique globale.

L'offre ayant obtenu la meilleure note finale globale (sur 100) sera retenue après analyse des critères et sous-critères définis dans la grille de notation.

Les candidats doivent remplir intégralement, poste par poste, les documents financiers exigés (ex : acte d'engagement, bordereau de prix ou tout document assimilé).

Des précisions ou compléments pourront être demandés aux candidats, soit pour clarifier leur offre, soit pour expliciter une offre qui paraîtrait anormalement basse. En l'absence d'éléments explicatifs jugés suffisants, l'offre pourra être rejetée conformément à la réglementation applicable aux marchés publics.

### **ARTICLE 13 – NEGOCIATIONS**

**Jura Tourisme & Attractivité se réserve le droit de conduire une phase de négociation avec un ou plusieurs candidats retenus à l'issue d'une première analyse des offres.**

La négociation pourra porter sur tout ou partie des éléments suivants :

- Modalités de réalisation des prestations
- Prix des prestations proposées
- Délais de réalisation
- Prestations complémentaires éventuelles proposées par le candidat

La négociation pourra être réalisée par échange électronique, visioconférence, ou entretien physique, selon la modalité retenue par Jura Tourisme & Attractivité. La version finale de l'offre, transmise à l'issue de la négociation, fera seule foi pour l'attribution du marché. Toutes les évolutions du marché résultant de la négociation devront respecter les besoins initiaux et les principes d'égalité de traitement entre les candidats.

### **ARTICLE 14 – RESULTATS DE LA CONSULTATION**

Tous les documents de communication et de notification (information aux candidats non retenus, lettre positive, notification...) s'effectueront par voie dématérialisée.

### **ARTICLE 15 – ATTRIBUTION DU MARCHE**

**Le candidat qui aura fait la meilleure offre au regard des critères ci-dessus détaillés, se verra attribuer le marché.**

## **ARTICLE 16 – SIGNATURE DU PRESTATAIRE**

A ....., le.....

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