

# Cahier des Charges GESTION DES RELATIONS PRESSE



## **Prestation de relations presse dédiées à l'Avenue Verte London-Paris®**

Pour le compte du collectif :

**Seine-Maritime Attractivité**

Contact :

**Chloé Villain**

Chargée de mission développement touristique

Tél. : 02 35 12 10 10

E-mail : [chloe.villain@sma76.fr](mailto:chloe.villain@sma76.fr)

Pièce du dossier :

- Cahier des charges : gestion des Relations  
Presse

Date et heure limites de réception des offres : 10 décembre 2021



## Sommaire du Cahier des Charges – Gestion des relations Presse de l’Avenue Verte London-Paris

---

Objet de la consultation	3
Durée du contrat	3
Contexte	3
Périmètre de la prestation	5
Budget	6
Modalité de la consultation	6
Calendrier de la consultation	6



### I. Objet de la consultation

C'est en amont des Jeux Olympiques de Londres que l'Avenue Verte London-Paris® a été inaugurée, le **23 juin 2012 à Paris**. Elle est l'un des premiers itinéraires de tourisme à vélo structuré en France et inscrit au Schéma national des véloroutes et voies vertes.

Afin de communiquer sur les 10 ans de l'itinéraire en 2022, l'Association souhaite passer un marché avec une agence de relations presse pour gagner en efficacité et apporter de la visibilité à l'Avenue Verte London-Paris® dans l'ensemble des médias français : presse papier, TV, radio, online.

En collaboration avec un référent dédié, il s'agira pour l'agence :

- D'annoncer les 10 ans de l'itinéraire et accroître la notoriété médiatique de l'Avenue Verte London-Paris®
- De conseiller l'Association dans son positionnement presse et influenceurs
- De dresser un bilan quantitatif et qualitatif de la campagne RP

### II. Durée du contrat

Ce marché porte sur une durée d'un an à partir de mi-janvier 2022.

### III. Contexte

Cet itinéraire cyclable de 406 km pour la variante la plus courte et de 476 km pour la variante la plus longue emprunte à la fois des voies vertes et des routes partagées. L'Avenue Verte London-Paris relie deux des plus belles capitales européennes, à travers une mosaïque de paysages ponctués de châteaux, cathédrales, cités remarquables, jolis villages et d'une culture remarquable. C'est un itinéraire idéal pour prendre le temps de découvrir à vélo des lieux façonnés avec art depuis des siècles par l'humain.

Du départ, au pied de Notre-Dame, les cyclotouristes cheminent le long des canaux franciliens, découvrent la Basilique de Saint-Denis et la Batellerie à Conflans-Sainte-Honorine. Sensibilisés à l'art de vivre au bord de l'eau, deux options sont proposées : un itinéraire par l'Oise qui les emmène à la rencontre d'éléments d'architectures religieuses et princières ; et un itinéraire plus naturel par la Vallée de l'Epte, traversant les paysages préservés du Vexin, des sites remarquables de Giverny, Gisors ou encore Saint-Clair-sur-Epte. Ces deux tracés se retrouvent en Pays de Bray où terroir et gastronomie ont la part belle, avant de s'engager vers la station balnéaire de Dieppe, et de quitter la Côte d'Albâtre pour rejoindre la portion britannique de l'itinéraire en ferry. Big Ben n'est plus très loin, et c'est le charme des paysages verdoyants du Sud de l'Angleterre qui rythment ces derniers kilomètres.



En tout ce sont 8 départements français qui sont traversés par l'Avenue Verte London-Paris : Paris, la Seine-Saint-Denis, les Hauts-de-Seine, les Yvelines, l'Eure, le Val d'Oise, l'Oise et la Seine-Maritime.

L'Association française pour le développement et la promotion de l'Avenue Verte London-Paris, présidée par Alain Bazille, Vice-Président de la Seine-Maritime, porte cet itinéraire. Elle est aujourd'hui composée de 8 collectivités territoriales : la Ville de Paris, la Région Normandie, les Départements de l'Oise, du Val d'Oise, de l'Eure, des Yvelines, des Hauts-de-Seine et de la Seine-Maritime et de trois membres associés constitués des associations Réseau Vélo 78, les Amis de la Nature, le Parc Naturel Régional du Vexin et l'Office de Tourisme de Plaine Commune Grand Paris.

Deux groupes, mis en place par les techniciens des différentes collectivités, se réunissent à plusieurs reprises pour mener à bien le projet :

- le groupe « infrastructures », afin de mettre en œuvre le schéma de jalonnement des itinéraires provisoires et définitifs.
- le groupe « marketing », qui développe et met en place de outils de valorisation de l'itinéraire : carte touristique, reportage photo, réseaux sociaux, site internet...

L'itinéraire repose sur des valeurs sûres et des tendances de consommation actuelles : la quête de sens, la remise en forme et le bien-être, l'épanouissement personnel.

Avec le contexte sanitaire actuel, le vélo s'impose comme la nouvelle grande tendance avec une fréquentation cyclable en France qui s'envole (+30% de fréquentation en 2020 par rapport à 2019, hors période de confinement). Accélérateur de fréquentation pour les territoires, le vélo répond aux nouvelles aspirations du grand public et contribue fortement à l'attractivité touristique. Dans une offre de plus en plus concurrentielle, l'Avenue Verte London-Paris s'inscrit sur un marché porteur : celui de l'écotourisme et de l'itinérance à vélo, et souhaite se démarquer à l'occasion de ses 10 ans.

### **La promotion de l'Avenue Verte London-Paris s'appuie sur différents outils de communication et de promotion :**

- Le site internet [www.avenuevertelondonparis.com](http://www.avenuevertelondonparis.com) mis en ligne en 2012 en même temps que le lancement officiel de la véloroute, présente l'itinéraire dans son ensemble, les prestataires adhérant à la marque Accueil vélo, des idées de parcours, le téléchargement des tracés GPX,... Il a été totalement refondu en 2019 et fera l'objet d'une communication spécifique pour les 10 ans en 2022 ;
- Le site est intégré dans le portail national [www.francevelotourisme.com](http://www.francevelotourisme.com) et bénéficie d'une visibilité nationale et internationale aux côtés des autres grands itinéraires cyclables en France ;
- Des topoguides décrivant l'itinéraire en détail sont édités et diffusés dans un réseau national ;
- Une carte touristique de l'itinéraire dans son intégralité. Cette carte fera également l'objet d'une mise à jour et d'un « relooking » spécial 10 ans pour 2022 ;
- Une communication institutionnelle à destination des partenaires touristiques le long de l'itinéraire a été engagée avant la saison 2012.



La structuration de l'itinéraire se poursuit par l'adhésion des prestataires touristiques à la marque de référence nationale Accueil Vélo, le développement de services adaptés le long de l'itinéraire et la mise en marché de la véloroute.

### **Bilan des actions presse**

Lors de l'Assemblée Générale d'octobre 2018, le choix a été fait de contractualiser avec une agence de relations presse. Après consultation l'agence Airpur a été sélectionnée.

L'objectif était de professionnaliser les relations presses pour la première fois sur l'itinéraire :

- Réalisation de DP/CP afin de présenter l'itinéraire et susciter l'intérêt chez les journalistes, blogueurs, influenceurs et évaluer les retombées presse,
- Organisation d'un blogtrip avec 7 blogueurs/influenceurs français au printemps 2019 de Paris à Londres,
- Répondre aux demandes des journalistes et déclencher des articles spontanément.

Suite à la crise sanitaire, le Voyage Presse, prévu initialement en mai 2020 par l'Agence AiRPur, sera reporté à avril 2022.

### **IV. Périmètre de la prestation**

→ Conseiller l'Avenue Verte London-Paris dans le positionnement de sa communication touristique d'influence (hors achat d'espaces et hors événements), et dans la médiatisation de cette dernière :

- Analyser le périmètre,
- Définir les éléments de langage adaptés aux différents médias et publics cibles

→ Elaborer une stratégie média d'influence pour communiquer sur les 10 ans de l'itinéraire :

- Créer et diffuser un dossier de presse
- Rédiger et diffuser les communiqués de presse
- Organiser des accueils individualisés presse et influenceurs en lien avec l'Association en corrélation avec le budget défini
- Répondre aux demandes des journalistes,
- Entretenir des contacts réguliers avec la presse.

→ Assurer le suivi des actions menées :

- S'assurer de la diffusion de l'information auprès des journalistes, les relancer et évaluer les actions mises en place,
- Mesurer les retombées (indicateurs quantitatifs et qualitatifs) : une fois par mois,
- Réaliser une veille active,

→ Créer une collaboration étroite avec le référent presse de l'Avenue Verte London-Paris afin de répondre au mieux aux besoins du commanditaire :

- Construire une équipe dédiée,
- Identifier un interlocuteur unique,
- Organiser des contacts réguliers et permanents avec l'équipe presse



### V. Budget

Le budget dédié aux Relations Presse et relatif à la présente consultation est de 10 000 € TTC.

### VI. Modalités de la consultation

Les postulants devront remettre un dossier de présentation stratégique détaillant la méthodologie proposée pour la mission avec leurs préconisations et expertises, références, et budget détaillé.

Les prestataires seront évalués sur la qualité de leur préconisation stratégique portant sur les points suivants :

- Capacité à communiquer sur la valeur ajoutée de l'Avenue Verte London-Paris en valorisant des arguments la différenciant des Véloroutes déjà installées dans l'offre touristique française, notamment dans le grand ouest ;
- Capacité à susciter la curiosité des journalistes en s'appuyant sur les valeurs portées par l'Avenue Verte London-Paris ;
- Capacité à proposer des actions pour mettre en valeur les 10 ans de l'itinéraire
- Respect de l'enveloppe budgétaire ;
- Capacité à travailler en mode projet impliquant les différents partenaires ;
- Références et expérience sur le lancement de produits touristiques loisirs nature.

### VII. Calendrier de la consultation :

Date limite de réception des offres : **10 décembre 2021**

Les offres sont reçues par mail uniquement à l'adresse suivante :

[chloe.villain@sma76.fr](mailto:chloe.villain@sma76.fr) ; [tduffourc@hauts-de-seine.fr](mailto:tduffourc@hauts-de-seine.fr)

Les questions complémentaires doivent être adressées sur ces adresses mail.