
**Consultation pour une prestation de conseil,
de création de supports et de mise en œuvre
d'une campagne de communication pour la
collection de produits souvenirs « Ateliers de
la Manche »**



**ATELIERS
DE LA
MANCHE**

1. Contexte et ambition

Lancée en 2017 à l'initiative du Département de la Manche, l'agence d'attractivité Attitude Manche a pour raison d'être de « Porter une démarche d'attractivité et d'hospitalité singulière et ambitieuse, impliquant tous les acteurs du département autour de valeurs et d'actions communes, pour favoriser des équilibres démographiques et économiques durables, et un bien vivre dans la Manche ». A ce titre, Attitude Manche fédère les forces vives du département (chefs d'entreprises, élus, responsables d'associations, etc) autour d'une stratégie marketing ciblée pour faire rayonner la Manche, son cadre de vie, et sa dynamique économique pour attirer nouveaux talents et touristes.

Au quotidien, elle promeut des valeurs d'hospitalité et d'ouverture, et se mobilise pour apporter des solutions pragmatiques aux problématiques de ses adhérents comme de ses prospects pour faire de la Manche un territoire où il fait bon vivre ou séjourner partout et toute l'année.

La stratégie de développement touristique équilibré

Renforcer l'attractivité touristique constitue un objectif majeur du département et de l'agence d'attractivité. La stratégie de développement touristique fait l'objet d'un plan marketing pour la période 2022-2028 ; celui-ci prône un développement touristique raisonné et respectueux des habitants en accord avec l'ADN de La Manche.

Ce plan marketing touristique repose sur 4 piliers :

- Faire de la Manche une destination durable et respectueuse
- Faire de la manche une destination de loisirs nature
- Poursuivre le développement de la notoriété du territoire
- Renforcer la stratégie de mise en réseau des partenaires et prestataires

Le plan marketing complet est à retrouver via ce lien : <https://pro.attitude-manche.fr/wp-content/uploads/2022/03/Strategie-collective-de-marketing-touristique-2022-2007.pdf>

La démarche Equinoxe

Matérialisant l'axe 1 du plan marketing touristique, la démarche Equinoxe propose de développer un modèle d'hospitalité qui va au-delà des pratiques habituelles. Son objectif consiste à veiller à ce que le magnétisme du territoire perdure, à ce qu'il continue d'offrir des expériences inoubliables aux visiteurs, le tout en faisant vivre durablement l'état d'esprit manchois. Equinoxe invite les visiteurs à réfléchir à l'empreinte qu'ils laissent sur le territoire et propose aux habitants de se faire les relais et prescripteurs de ces comportements vertueux.

Il s'agit d'un engagement réciproque en faveur de la Manche et de ce qui fait son attractivité.

Toutes les infos sur la démarche Equinoxe : <https://www.equinoxe-manche.fr/>

Les produits et savoir-faire au cœur de l'expérience visiteur

A la suite d'un constat partagé avec les acteurs, appuyé d'études de marché, nous remarquons que l'offre de produits souvenirs de la Manche n'est ni structurée, ni représentative de l'engagement durable du territoire, ni en cohérence avec nos cibles en quête d'authenticité.

Attitude Manche souhaite donc développer une collection exclusive, innovante et fédératrice de produits souvenirs, en partenariat avec les entreprises locales, les acteurs du tourisme et les institutions culturelles du département.

Cette démarche a pour objectifs :

- De fédérer les acteurs publics et privés autour d'une offre identitaire commune,
- De créer de la valeur économique locale et soutenir les filières artisanales et industrielles,
- D'améliorer l'expérience touristique par des produits authentiques et durables,
- De renforcer l'image de marque du territoire à travers une offre cohérente et qualitative.

En parallèle de cette démarche, Attitude Manche valorise les produits et savoir-faire locaux dans sa boutique M'Fabrik, au cœur de la ville de Saint-Lô. Cette boutique accueille un public local, en quête d'idées cadeaux locales et éthiques. Une partie de la gamme de produits de la M'Fabrik est proposée à la vente sur une e-boutique : <https://boutique-manche.fr/> afin de toucher un public attaché au territoire.

2. Le projet

2.1. La collection Ateliers de la Manche

Pensée pour répondre aux attentes des cibles présentées ci-dessous et s'inscrivant dans la [démarche Équinoxe](#), une collection de produits souvenirs visant à valoriser la production locale, les savoir-faire manchois, le patrimoine culturel et naturel du territoire, ainsi qu'à renforcer les synergies entre acteurs économiques et touristiques a été développée.

Pour ce projet, Attitude Manche bénéficie de financements du fonds européen Leader pour le volet développement de l'économie locale.

Sous la marque « Ateliers de la Manche », la collection dispose de sa propre identité graphique avec un logo et une baseline dédiés.

Une gamme de produits thématique et répondant à des critères de prix a été développée. Elle est aujourd'hui proposée en pré-commande à des diffuseurs locaux.

*Annexes : Etude de positionnement d'une gamme de produits souvenirs
 Catalogue de produits en pré-commande
 Code de marque « Ateliers de la Manche »*

Concernant la stratégie de diffusion, Attitude Manche cible deux canaux :

- La vente en boutique dans la Manche et départements limitrophes : boutiques de produits locaux, boutiques de sites touristiques, offices de tourisme, etc
- La vente en ligne : Attitude Manche dispose d'un outil de e-commerce (<https://boutique-manche.fr/>) propulsé par WooCommerce) qu'il conviendra d'auditer pour les besoins de visibilité de la collection « Ateliers de la Manche »)

Attitude Manche a travaillé avec 5 boutiques de produits souvenirs de sites touristiques manchois pour élaborer sa stratégie de diffusion (Musée Christian Dior, La Cité de la Mer, Airborne Museum, EPIC Mont Saint-Michel, Jardin de Vauville) ; l'objectif étant d'atteindre une quarantaine de lieux de vente en 2026.

La collection « Ateliers de la Manche » sera lancée en avril 2026. Pour cette première année d'exercice, Attitude Manche a pour objectif de générer un chiffre d'affaires de 200K€ TTC dont 80% en boutiques physiques et 20% via le digital.

2.2. Ecosystème de marque et outils existants

Bien que possédant sa propre identité graphique et ses propres objectifs de positionnement marketing, la marque « Ateliers de la Manche » s'inscrit dans la stratégie de communication d'Attitude Manche.

Stratégie de marque

Attitude Manche déploie une stratégie de marque affirmée sur l'ensemble de ses supports de communication et auprès de ses cibles.

Les valeurs et les codes graphiques de la marque « Attitude Manche » sont présentées dans un livre de marque et un code de marque à retrouver via ce lien : <https://pro.attitude-manche.fr/strategie-de-marque/marque-attitude-manche/>

Le site portail www.attitude-manche.fr

Lancé fin 2022, le portail digital www.attitude-manche.fr porte la stratégie d'attractivité touristique et résidentielle au travers de parcours clients pensés pour raconter la Manche de manière inspirationnelle, expérientielle et pratique autour des sujets majeurs de l'agence que sont le cadre de vie, le tissu économique, les filières d'excellence, les produits et savoir-faire, l'offre de loisirs nature et culturelle, etc.

Le portail est complété par trois « briques servicielles » répondant à des besoins spécifiques :

emploi.attitude-manche.fr : Pour valoriser les offres d'emploi disponibles et les entreprises qui recrutent dans un contexte de changement de vie

pro.attitude-manche.fr : Pour valoriser la démarche d'attractivité, les services de l'agence, le réseau des adhérents, l'espace presse et l'observatoire touristique auprès des acteurs de la démarche d'attractivité

boutique-manche.fr : Pour valoriser et vendre des produits identitaires du territoire

A noter : Le site Attitude Manche est un des rares sites web de destination en France à avoir été audité 100% conforme au RGAA (Référentiel Général d'Amélioration de l'Accessibilité).

Les réseaux sociaux

Attitude Manche est présente sur les réseaux sociaux Facebook, Instagram et LinkedIn.

L'agence possède également une chaîne Youtube.

La ligne éditoriale propre à chaque réseau repose sur les valeurs de la marque « Attitude Manche » et cible des personnes au début d'un cycle, qualifiées de « Primos » : jeunes manchois expatriés, actifs avec une première expérience professionnelle, touristes, etc.

Liens vers les comptes Attitude Manche :

- <https://www.instagram.com/attitudemanche/?hl=fr>
- https://www.facebook.com/AttitudeManche/?locale=fr_FR
- <https://www.linkedin.com/company/la-manche/posts/?feedView=all>

Annexe : social média brandbook

Les supports print

Attitude Manche édite des documents de valorisation de l'offre touristique (le magazine annuel de destination) où l'offre de produits et savoir-faire locaux a toute sa place.

Ce document est diffusé via le réseau d'offices de tourisme dans la Manche ainsi que sur quelques opérations auxquelles Attitude Manche participe.

Les relations presse

Attitude Manche déploie une stratégie de relations presse et d'influence thématique sur l'ensemble de ses sujets à l'échelle locale et nationale.

L'agence est dotée d'outils de pilotage pour conduire cette mission en autonomie.

3. Cibles

Au travers de ce projet, Attitude Manche s'adresse aux cibles suivantes :

- Touristes en séjour
- Habitants de la Manche
- Manchois expatriés qui pourront acheter des produits de la collection à distance

Un travail sur les persona vient compléter cette liste.

Annexe : fiche persona incluse dans l'étude de positionnement page 4

4. Objet du marché

Le présent appel d'offres a pour objet la recommandation stratégique, la conception de supports de communication, de PLV et la mise en œuvre d'un plan de communication visant à promouvoir la collection de produits souvenirs tout au long de l'année 2026.

Le marché est divisé en 4 lots distincts afin de permettre une réponse globale ou partielle. Le répondant a la possibilité de s'associer à d'autres structures pour une réponse plus complète. Il devra dans ce cas mentionner le(s) sous-traitant(s) et faire preuve de transparence sur le périmètre d'action de chaque structure.

Lot 1 : Fabrication et fourniture du matériel de valorisation des produits

Enveloppe maximale : 16 000€HT

- Un modèle de corner de présentation des produits, déclinable sur les 5 premières boutiques partenaires de la collection sur la base du concept proposé par le directeur artistique : plan, projection d'implantation sur le point de vente.
- Fourniture mobilier, signalétique, marquage, écran.
- Installation et ajustement sur site.
- Livraison conforme aux normes de sécurité et d'accessibilité.

Livrables attendus :

- Plans
- Proposition tarifaire avec précisions techniques pour 1 à 5 corners
- Livraison du nombre de corners montés et prêts à l'emploi suivant commande

Lot 2 : Communication et création de contenu

Enveloppe maximale: 40 000 € HT

Conseil et recommandation stratégique pour la communication

- Définition d'une stratégie de communication multi-supports (print, digital, vidéo, réseaux sociaux).
 - o Répartition des prises de parole entre les diffuseurs, et les marques Attitude Manche et Ateliers de la Manche
 - o Conseil stratégique selon les canaux de vente : physiques ou digitaux
 - o Phasage de déploiement de la campagne sur l'année 2026
 - o Quantification et qualification des besoins en supports
- Recommandation stratégique pour le site e-commerce <https://boutique-manche.fr/>

Création et production de supports

- Conception graphique :
 - Identité graphique selon charte et logo Ateliers de la Manche: visuel avec accroche et déclinaison affiche, flyer, bannières web, etc
 - Création et impression d'un livret de présentation de la collection de 44 pages papier couché quadri. Format : 18x25cm + couverture non couchée rigide 350g, embossage à la marque. Impression 200 exemplaires
 - Création graphique et impression de packaging, étiquetage, PLV, etc (selon recommandations) pour la vente en boutique
- Recommandation stratégique et production de contenus iconographiques et audiovisuels (à affiner selon les recommandations de la stratégie globale de communication), a minima :
 - Packshot photo produits sur fond blanc (45 photos)
 - Création de supports pour valoriser les artisans et les produits (selon recommandation)
 - Création de contenus pour les réseaux sociaux (selon recommandation)

Lot 3 : Diffusion et plan média

Enveloppe maximale: 24 000 € HT

1. Conseil et media planning

- Proposition d'une stratégie média cohérente avec la cible (touristes français et internationaux, résidents, institutions).
- Recommandation sur le mix média (presse, digital, influence).

2. Mise en œuvre du plan média

- Achat d'espaces, production des contenus, animation et mise en œuvre :
 - Médias presse (encarts)
 - Médias digitaux et sociaux (posts organiques et sponsorisés, campagnes ciblées)
 - Médias influence (partenariats, contenus co-crés)

NB : les relations presse n'entrent pas dans le périmètre d'action du répondant.

Livrables attendus :

- Plan média détaillé dans le respect du budget
- Création des supports et mise en œuvre du plan média
- Animation des campagnes web social
- Adaptation et actions correctives selon le déroulement
- Bilans de diffusion et reporting de performance

Lot 4 : Illustration

Enveloppe maximale: 10 000 € HT

Ce lot vise à définir les visuels de la gamme de produits « Souvenirs à écrire » présentés dans le catalogue de pré-vente joint à cette consultation.

1. Création d'une carte de la Manche illustrée (70x100cm - noir et blanc)
→ Usage : version à colorier pour impression et vente dans la collection Ateliers de la Manche.
→ Diffusion : produit à la vente en boutique et en ligne.
→ Quantité minimum annuelle : 1 000 exemplaires.

2. Création d'une carte de la Manche illustrée (40x60 cm - couleur)
→ Usage : création d'un poster illustré de la Manche.
→ Diffusion : produit à la vente en boutique et en ligne.
→ Quantité minimum annuelle : 500 exemplaires.

3. Illustration de cinq personnages associés aux sites majeurs de la Manche (issus de la carte- couleur sur fond blanc)
→ Usage : illustrations destinées à une série de produits dérivés (carte postale, carnet, cerf-volant, gomme).
→ Diffusion : produit à la vente en boutique et en ligne.
→ Quantités minimum annuelles : carte postale 2 000 ex., carnet 100 ex.

4. Illustration d'une série d'objets représentant les ingrédients d'un parfum (couleur sur fond transparent – issus de la carte) ex: rose, ajonc, jument ou âne, vague, à définir
→ Usage : illustrations pour les packagings des produits parfumés (savon, bougie, parfum).
→ Diffusion : produit à la vente en boutique et en ligne.
→ Quantités minimum annuelles : bougie 500 ex., savon 400 ex.

Livrables :

Livraison des illustrations : Fin Janvier 2026

Mise en vente de la collection : mars-avril 2026

Cession de droits :

L'ensemble des créations fera l'objet d'une cession des droits patrimoniaux d'auteur au profit du commanditaire (Attitude Manche pour sa collection Ateliers de la Manche), incluant les droits de reproduction, représentation, adaptation et diffusion, pour les usages commerciaux précisés ci-dessus (produits à la vente, communication, imprimé et digital).

La cession est consentie pour une durée de cinq ans, sur le territoire monde, et pour les seuls usages mentionnés dans le cadre du projet Ateliers de la Manche.

La rémunération de cette cession sera intégrée au montant global du devis.

5. Critères de sélection

Les offres seront analysées selon les critères suivants :

Critères	Pondération
Qualité de la proposition technique (pertinence, créativité, éco-responsabilité)	30%
Cohérence stratégique et compréhension du projet	20%
Expérience et références du candidat	10%
Prix de la prestation	40%

6. Modalités de réponse

Le présent brief est diffusé à partir du 18 novembre 2025

Date limite de réception des offres : **12 décembre 2025**

Les offres devront parvenir par mail avant la date limite de réception des offres indiquée ci-dessus à :

Camille OUGIER

camille.ougier@manche.fr

ATTITUDE MANCHE

Bâtiment Equinoxe

586, rue de l'Exode

50000 SAINT-LÔ

Un accusé de réception vous sera adressé par retour de mail.

Contenu de la réponse attendue :

- une proposition détaillée lot par lot en précisant le numéro du lot
- Un devis détaillant les coûts (en HT et TTC) par lot
- La présentation de votre entreprise
- Des références de réalisations en lien avec la présente consultation

7. Conditions de la consultation

Le présent marché est passé selon une procédure adaptée en application des articles L2123-1 et R2123-1 du Code de la commande publique.

Pouvoir adjudicateur : Attitude Manche, agissant en qualité d'agence d'attractivité du Département de la Manche, Bâtiment Equinoxe, 586, rue de l'Exode, 50000 Saint-Lô.

Tous les éléments fournis par devront être libres de droits, utilisables sous environnement PC et Mac et avec tous les logiciels de création quelles que soient les versions utilisées. L'agence retenue devra gérer les éventuelles questions de droit à l'image et inclure les droits d'auteur.

Le titulaire du marché s'engage à laisser à Attitude Manche, agence d'attractivité et ses partenaires adhérents la jouissance exclusive du concept, des supports et autres créations sans autre contrepartie et à lui céder dans les mêmes conditions les droits exclusifs de reproduction des réalisations effectuées dans le cadre du marché.

Le titulaire du marché ne pourra en aucun cas faire usage de ces réalisations pour d'autres bénéficiaires, que ce soit à titre gratuit ou onéreux, sauf après accord écrit d'Attitude Manche, agence d'attractivité.

Le titulaire du marché devra fournir à Attitude Manche l'ensemble des éléments (objets, plans, polices, éléments graphiques) sous un format qui en permettra l'exploitation sous toutes les formes. Il s'engage par ailleurs à mentionner dans son dossier de candidature tout éventuel usage de l'intelligence artificielle dans le processus créatif.

Attitude Manche se réserve le droit de négocier et d'annuler sa consultation et/ou l'attribution de certains lots en cas de proposition ne donnant pas satisfaction à ses attentes.

8. Calendrier

- 17-23 décembre 2025 : phase de négociation
- Avant le 9 Janvier 2026 : validation des prestataires / réunion(s) de lancement de projet
- Janvier 2026 : lancement des commandes, création des supports de communication
- Février 2026 : fabrication, installation des corners, préparation de la communication
- Avril 2026 : lancement officiel de la collection

Récapitulatif des annexes :

Etude de positionnement d'une gamme de produits souvenirs

Code de marque ateliers de la Manche

Catalogue de produits en pré-commande

Social media brandbook