
Consultation

Conception des nouvelles éditions tourisme et bien-vivre d'Attitude Manche

I- Présentation générale & contexte

1) Présentation de l'agence

Attitude Manche est l'agence d'attractivité du département de la Manche. Il s'agit d'une association à but non lucratif qui compte à ce jour plus de 450 adhérents du secteur privé et public. Créée à l'initiative du Conseil départemental de la Manche en 2017, l'agence a pour mission de déployer une stratégie de marketing territorial à l'échelle du département. Cette stratégie s'appuie sur une raison d'être :

« 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 ».

2) Stratégie touristique & bien-vivre

Le tourisme constitue l'un des grands leviers d'action pour l'agence. Le plan marketing touristique 2022–2027 structure cette stratégie autour de quatre objectifs :

- Faire de la Manche une destination durable et respectueuse
- Positionner la Manche comme une destination de loisirs nature
- Développer la notoriété du territoire
- Renforcer la mise en réseau des acteurs touristiques

Au cœur de cette stratégie, la démarche Équinoxe porte une vision d'un tourisme plus équilibré et plus respectueux du territoire, de ses habitants et de ses ressources. Elle invite les visiteurs à adopter des comportements plus responsables, tout en mobilisant les habitants et les professionnels du tourisme comme ambassadeurs de ces bonnes pratiques. Portée par Attitude Manche, cette démarche s'inscrit dans une dynamique collective associant les offices de tourisme et de nombreux acteurs locaux.

Attitude Manche développe également une approche globale fondée sur la notion de "bien-vivre". Ce positionnement repose sur l'idée que l'attractivité du territoire ne tient pas à l'exceptionnel, mais relève de l'essentiel : le temps retrouvé, la richesse des liens, la sincérité des expériences et la proximité avec la nature. La campagne "La Manche, extra dans l'ordinaire"* menée récemment traduit ce positionnement en mettant en lumière des moments de vie singuliers (un café en terrasse, une baignade, un marché, un terrain de sport) qui prennent ici une résonance particulière.

Dans la continuité de cette stratégie, Attitude Manche fait aujourd'hui évoluer son approche du tourisme pour mieux l'articuler avec les enjeux d'attractivité du territoire, mais aussi pour faire évoluer les publics auxquels elle s'adresse. L'objectif est notamment de renouveler et de rajeunir les cibles, en portant une attention particulière aux 25-40 ans, tout en s'adressant plus largement à des visiteurs en quête d'expériences, de nature, de pratiques outdoor et de découvertes plus authentiques du territoire.

Cette évolution doit également se traduire dans les outils de communication, et notamment les supports print. Une réflexion stratégique, éditoriale et créative préalable a été menée au cours de l'été 2026 avec une agence. Elle a permis de préciser les ambitions des futurs supports et d'identifier plusieurs orientations qui constituent le cadre de cette consultation.

II- Objet de la consultation

1) Le projet

À l'issue de la réflexion menée au cours de l'été 2026, Attitude Manche souhaite engager la refonte opérationnelle de ses éditions print. L'objectif de cette consultation est de sélectionner un prestataire capable de traduire les orientations définies en deux supports éditoriaux cohérents et attractifs.

A noter que les deux supports devront être pensés comme faisant partie d'une même collection et devront notamment partager des marqueurs graphiques communs : typographies, principes de mise en page, traitement de l'image, illustrations, couleurs, iconographie... Cette cohérence devra permettre à Attitude Manche de faire évoluer progressivement l'ensemble de ses documents prints.

Les deux supports devront être conçus dans une logique de pérennité, afin de rester pertinents et attractifs sur une durée de deux ans.

2) Les supports concernés

Le carnet d'exploration

Le magazine de destination actuel doit évoluer vers un véritable carnet d'exploration. L'ambition est de créer un compagnon d'aventure, pratique et instructif, qui donne envie d'explorer, d'observer et de comprendre le territoire. Il ne s'agit donc plus uniquement d'un support d'inspiration, mais d'un véritable outil de terrain, que le visiteur peut consulter pendant son séjour et qui contribue à enrichir son expérience de découverte de la Manche.

Le carnet devra notamment :

- adopter un format compact et facilement transportable (format de poche, taille définitive à valider au début de la collaboration).
- prévoir une pagination de 60 pages minimum (pagination indicative, prévoir l'ajout éventuel de cahiers supplémentaires de 4 pages dans le devis. Validation définitive suite à la définition du chemin de fer)
- proposer une approche graphique permettant de valoriser des contenus immersifs, pratiques, pédagogiques et expérientiels
- faire davantage de place aux savoirs connexes, anecdotes et détails qui permettent de comprendre le territoire
- intégrer des schémas explicatifs et illustrations pédagogiques autour de la faune, de la flore, du patrimoine ou encore des pratiques sportives
- intégrer les notions de bien-vivre et de tourisme plus responsable dans les contenus et les expériences proposées.

La cartographie

La carte doit devenir le prolongement du carnet d'exploration, tout en conservant sa fonction première : guider, orienter et permettre au visiteur d'avoir une vision concrète du territoire. L'objectif est de créer une véritable logique de collection, avec des supports identifiés comme appartenant à la même famille.

La carte actuelle constitue un outil indispensable pour les offices de tourisme et un repère pour les visiteurs. Le principe retenu est donc de conserver la carte existante au recto, tout en laissant une marge de proposition au prestataire sur son évolution : travail de la direction artistique et de la lisibilité, allègement de certains éléments si cela permet d'améliorer son efficacité et sa compréhension.

Le verso doit en revanche évoluer plus fortement. L'objectif est de proposer une seconde lecture du territoire, plus sensible et expérientielle. Il ne s'agit pas de reproduire une carte exhaustive ou strictement à l'échelle, mais de construire une représentation graphique qui assume des choix et hiérarchise certains éléments pour mettre en avant une sélection de paysages, de milieux, de lieux, d'espèces, de pratiques ou d'autres caractéristiques du territoire. Une approche illustrative est attendue, avec un traitement graphique simple, esthétique et facilement compréhensible. Le prestataire devra proposer les principes graphiques et les modalités de réalisation de cette nouvelle cartographie, et préciser les éventuels partenaires ou illustrateurs qu'il envisage de mobiliser.

Complémentarités

Les supports print devront être pensés en complémentarité avec l'écosystème digital d'Attitude Manche. L'agence devra notamment proposer des principes permettant de créer des passerelles entre les contenus imprimés et le site internet (Qr codes, renvois vers urls). L'objectif est d'éviter la duplication des informations et de penser la complémentarité entre les supports : le print comme porte d'entrée vers certains contenus et expériences, et le digital comme espace permettant d'approfondir et d'actualiser l'information.

III- Prestations attendues

1) Périmètre

L'agence retenue sera notamment attendue sur :

- la conception de la direction artistique et sa déclinaison sur les deux supports dans le respect du brandbook d'Attitude Manche (qui sera fourni au début de la collaboration*)
- la conception des maquettes et la mise en page des contenus fournis par Attitude Manche
- la conception des illustrations et éléments graphiques nécessaires
- la finalisation des supports et la préparation des fichiers pour impression
- la coordination des éventuels partenaires ou prestataires mobilisés dans le cadre du projet

La rédaction des contenus sera assurée par Attitude Manche.

** Le brandbook est actuellement en cours de refonte. Cette évolution vise notamment à renouveler les codes graphiques actuels de la marque et à construire un univers plus affirmé, avec une volonté de rupture par rapport aux codes actuels.*

2) Calendrier

L'objectif est de pouvoir disposer des BAT avant le 15 février. Les prestataires devront donc proposer un planning détaillé permettant de respecter cette échéance. Les candidats proposeront également les délais qu'ils prévoient pour les différentes phases du projet.

IV - Conditions de la consultation

1) Modalités de réponse

Cette consultation est diffusée à partir du 30 septembre 2026. Les réponses sont attendues avant le 19 octobre 2026 à 12h. Les offres devront parvenir par mail avant la date limite de réception des offres indiquée ci-dessus à :

Lydie Lemaitre
ATTITUDE MANCHE
586 rue de l'exode
50000 SAINT-LÔ
lydie.lemaitre@manche.fr

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

Les propositions devront comporter :

- Un devis détaillé (HT et TTC) comprenant l'achat d'art et d'illustrations
- Une note de compréhension des enjeux et d'intention créative
- La présentation de l'agence
- La méthodologie proposée
- L'organisation de l'équipe et les moyens mobilisés + éventuels partenaires mobilisés
- Un planning prévisionnel
- Des références de réalisations similaires

2) Budget & conditions

L'enveloppe budgétaire dédiée à la réalisation de ces deux supports est comprise entre 40 000€ et 50 000€ TTC.

Le prestataire s'engage à laisser à Attitude Manche la jouissance exclusive des supports 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.

L'agence devra fournir à Attitude Manche l'ensemble des éléments (polices, éléments graphiques, fichiers d'impression, fichiers web, fichiers sources) sous un format qui en permettra l'exploitation sous toutes les formes.

Attitude Manche se réserve le droit d'annuler sa consultation en cas de proposition ne donnant pas satisfaction à ses attentes.

Le prestataire s'engage à faire preuve de transparence s'il utilise l'intelligence artificielle dans son processus créatif.

3) Critères de sélection

- 50% sur le critère technique dont :
 - 30% sur la qualité et pertinence de la prestation : compréhension des enjeux, qualité de l'intention créative, méthodologie et pertinence du calendrier proposé
 - 20% sur les moyens techniques et humains internes à l'agence et des éventuels sous-traitants
- 40% sur le critère de prix : coût des prestations et réalisations demandées
- 10% sur le critère RSE : détail des actions mises en œuvre et de leur prise en compte dans le processus créatif

4) Calendrier

- Envoi de la consultation : 30 septembre 2026
- Réception des propositions : 19 octobre 2026, au plus tard à 12h.
- Analyse des offres et validation : 23 octobre 2026
- BAT : 15 février 2027

ANNEXES - LIENS UTILES

Brochures Attitude Manche

- [Le magazine de destination en Français 2026](#)
- [Le magazine de destination en Anglais 2026](#)
- [La carte touristique 2026](#)
- [Le magazine Ma nouvelle vie dans la Manche](#)
- [Brochure de présentation du service d'accompagnement](#)

Ecosystème web Attitude Manche

- [Site portail](#)
- [Site emplois](#)
- [Site pro](#)
- [Site boutique](#)
- [Site Equinoxe](#)

Autres documents

- [Plan marketing touristique 2022–2027](#)
- [Communiqué de presse - La Manche, extra dans l'ordinaire](#)
- [Les derniers dossiers de presse](#)