



## CAHIER DES CHARGES

### Consultation pour la refonte de l'identité graphique de l'Office de Tourisme des Sources du lac d'Annecy

## 1. Contexte général

### 1.1. Présentation de la structure

L'office de tourisme des Sources du lac d'Annecy (OTSLA) est un Établissement Public à caractère Industriel et Commercial (EPIC), lié par une convention d'objectifs et de moyens à la Communauté de Communes des Sources du lac d'Annecy (CCSLA). Cette dernière regroupe sept communes : Chevaline, Doussard, Faverges-Seythenex, Lathuile, Giez, Saint-Ferréol et Val de Chaise.

Les missions principales de l'office de tourisme sont les suivantes :

- Informer et accueillir les visiteurs en leur offrant une expérience personnalisée ;
- Valoriser les prestataires locaux (hébergements, activités, restaurants, commerces, services) ;
- Promouvoir la destination en France et à l'international ;
- Accompagner les acteurs du territoire dans leur développement touristique.

### 1.2. Un cadre stratégique renouvelé

A l'automne 2025, l'office de tourisme a conduit une démarche stratégique approfondie pour redéfinir son positionnement, sa raison d'être et sa vision à horizon 2030.

Cette réflexion, menée avec l'agence Switch, a donné naissance à une nouvelle plateforme de marque (octobre 2025) qui fixe le cap des prochaines années et traduit l'ambition collective :

*« Entre lac et sommets savoyards, une destination simple et accessible, où l'on vit des expériences actives et naturelles — pour celles et ceux qui veulent sortir du cadre et retrouver du sens. »*

Cette plateforme s'accompagne d'un plan d'actions marketing structuré autour de trois piliers :

1. La création d'une nouvelle charte graphique ;
2. La refonte du site internet ;
3. L'intégration d'un outil CRM pour le suivi et la personnalisation de la relation client.

### 1.3. Enjeux et intentions du projet

Dans ce contexte, l'office de tourisme souhaite faire évoluer son identité graphique afin de :

- Renforcer la cohérence entre son image et sa stratégie de marque ;
- Moderniser les codes visuels de la destination ;
- Affirmer sa singularité dans un environnement touristique concurrentiel ;
- Fédérer les acteurs du territoire autour d'une identité commune et lisible.

Cette refonte s'inscrit dans la continuité de la démarche conduite avec l'agence Switch. Les objectifs sont de renforcer la notoriété de la destination, d'assurer l'uniformité de la communication et de favoriser l'appropriation locale.





#### **1.4. Périmètre et attentes globales**

Le prestataire retenu devra :

- Proposer une recherche créative en lien avec la plateforme de marque existante ;
- Concevoir un logo et ses déclinaisons ;
- Définir une typographie principale et secondaire avec recommandations d'usage ;
- Établir un univers iconographique et graphique cohérent ; pensé pour le numérique, avec une adaptation fluide au print.
- Proposer un chiffrage complémentaire pour les supports numériques (bannières web, visuels newsletter) et les gabarits prêts à l'emploi (réseaux sociaux, supports print).

#### **1.5. Articulation avec le site internet**

La future charte devra donc permettre une continuité entre la communication graphique et l'univers web.

L'agence devra démontrer sa capacité à concevoir une identité cohérente et ergonomique dans le cadre d'un environnement numérique :

- Navigation fluide et hiérarchie claire ;
- Lisibilité optimale (polices, contrastes, taille des caractères) ;
- Confort d'usage et accessibilité universelle.

### **2. Objectifs du projet**

La refonte de l'identité graphique vise à refléter la raison d'être et les valeurs exprimées dans la plateforme de marque : nature, équilibre, sobriété, hospitalité, authenticité et ouverture. Elle doit offrir une image moderne, élégante et durable, renforcer la lisibilité et la cohérence de la communication et créer une identité fédératrice, tout en facilitant les futurs développements numériques (site web, CRM, newsletter, réseaux sociaux).

### **3. Prestations attendues**

Le prestataire devra proposer une refonte complète de l'identité visuelle, articulée autour de :

- Refonte du logo : création d'un nouveau logo ou évolution du logo actuel, déclinaisons horizontale, verticale, monochrome et responsive ;
- Charte graphique : palette colorimétrique, typographies, univers iconographique, pictogrammes, motifs, textures ;
- Déclinaisons : papeterie, éditions print (guide pratique, brochures, flyers), PowerPoint, newsletter, signalétique et objets dérivés ;
- Livrables : formats vectoriels (AI, EPS, PDF) et raster (PNG, JPG), charte graphique en PDF interactif, fichiers sources.

Dans le contexte décrit ci-dessus, le nouveau logo devra permettre de délivrer un message, d'affirmer l'identité en cohérence avec la nouvelle plateforme de marque.

Le logotype et sa charte graphique devront améliorer la notoriété et la visibilité de la l'office de tourisme des Sources du lac d'Annecy, et sa destination.





La charte devra comprendre l'ensemble des règles fondamentales d'utilisation du logo dans son environnement :

- Position du logo sur différents documents ;
- Les typographies du logo : utilisation des polices de caractères et polices associées : typographie, leurs tailles, leurs aspects... simple à utiliser et trouver pour éviter les problèmes de polices « non chartées » ;
- Intégration éventuelle de la baseline « 4 saisons 1000 émotions » ou de notion d'Ambassadeur, de Partenaires... ;
- Usages sur les fonds de couleurs ;
- Autres éléments identitaires : frise, formes géométriques, symbole... ;
- Et la charte graphique pourra également proposer l'utilisation d'éléments graphiques associés.

L'office de tourisme a déposé la marque « Sources du lac d'Annecy » permettant de développer la notoriété de la destination et de ses partenaires. Des produits locaux sont ainsi estampillés « Sources du lac d'Annecy ». La nouvelle charte devra proposer la déclinaison du logotype pour les produits de la marque afin que les producteurs et artisans puissent identifier la gamme labélisée en cohérence avec l'identité de la destination.

#### **4. Contraintes et attentes**

Respect strict de la plateforme de marque, style sobre, élégant, contemporain et respectueux de l'environnement.

Compatibilité avec les futurs outils numériques (site web et CRM). Simplicité d'usage et accessibilité visuelle garanties sur tous supports.

#### **5. Les livrables**

Remise de l'ensemble des éléments graphiques en version numérique (sous formats couramment utilisés : Suite Office, Photoshop, Indesign...) ainsi qu'un tirage papier sous forme de charte.

#### **6. Les aspects juridiques**

Cession des droits sans limitation dans le temps : l'office de tourisme des Sources du lac d'Annecy sera la seule propriétaire des créations.

INPI : le prestataire s'engage à déposer la création auprès de l'INPI et d'attester du dépôt à l'office de tourisme des Sources du lac d'Annecy.

#### **7. Budget et droits**

Le budget global devra inclure la conception, les échanges, la production des livrables et la cession complète des droits d'utilisation et d'exploitation.

#### **8. Modalités de consultation**

La consultation s'adresse à des agences, studios ou graphistes expérimentés en identité territoriale et tourisme.

Les candidats fourniront :

- une note d'intention ;
- un devis détaillé ;





- des références visuelles ;
- un calendrier prévisionnel.

## 9. Critères de sélection

Critère d'évaluation	Description	Pondération (%)
1. Compréhension du projet et de la marque	Pertinence de l'analyse du contexte, appropriation de la plateforme de marque, compréhension des enjeux du territoire et de la stratégie de positionnement.	20
2. Qualité de la démarche créative proposée	Originalité, cohérence esthétique, pertinence des intentions graphiques, adéquation avec les valeurs (nature, équilibre, sobriété, authenticité, hospitalité).	25
3. Références et expérience	Réalisations antérieures comparables (identité touristique, institutionnelle, territoriale) et qualité du portfolio.	15
4. Méthodologie et accompagnement	Clarté du déroulé proposé (brief, pistes, validation, livrables), capacité à collaborer avec l'équipe de l'OT et respect des délais annoncés.	15
5. Qualité des livrables annoncés	Pertinence et exhaustivité des livrables proposés (charte, déclinaisons, formats, gabarits, ergonomie numérique).	10
6. Dimension technique et écoresponsable	Prise en compte de l'accessibilité numérique, sobriété graphique, optimisation technique, et sensibilité à la durabilité des productions.	5
7. Offre financière	Cohérence du budget proposé au regard de la prestation, transparence du devis, rapport qualité/prix global.	10
	TOTAL	100

## 10. Articulation avec les projets à venir

L'office de tourisme prévoit une refonte du site internet (2026) et le développement d'un CRM. Les prestataires pourront se positionner sur ces projets pour assurer une cohérence globale de marque.

## 11. Calendrier prévisionnel

- Lancement : octobre 2025
- Réception des candidatures : 14 novembre 2025
- Sélection du prestataire : 24 novembre 2025
- Présentation des pistes créatives : entre les 5 et 10 décembre 2025
- Livraison finale : 20 décembre 2025

## 12. Gouvernance du projet

Maîtrise d'ouvrage : office de tourisme des Sources du Lac d'Annecy

Référente projet : directrice de l'office de tourisme

Suivi : réunions de lancement, présentation intermédiaire et validation finale.





### 13. Documents remis aux candidats

- Plateforme de marque et vision stratégique à [télécharger ici](#).
- Logo et charte graphique actuels à [télécharger ici](#).
- Exemples de supports existants : brochures, guide pratique, papeterie, etc. à [télécharger ici](#).

### 14. Modalités de candidature

Les offres devront être transmises avant le 14/11/2025 par voie électronique à :

✉ Direction@sources-lac-annecy.com

✉ Laure Chappaz

📞 06 62 43 96 53

Office de tourisme des Sources du lac d'Annecy  
Place Marcel Piquand, 74210 Faverges-Seythenex

