

## CAHIER DES CHARGES

### CONSULTATION D'ACCOMPAGNEMENT - E-MARKETING 2027

#### PROCEDURE ADAPTEE OUVERTE

**Maître d'ouvrage** : Comité Départemental du Tourisme de la Dordogne

**Date de diffusion de l'appel d'offre** : mercredi 01 juillet 2026

**Date de retour des propositions** : mercredi 30 septembre 2026

**Sélection du prestataire** : lundi 02 novembre 2026



*Dordogne-Périgord, un condensé de ce que la France a de plus beau à offrir. - © Guillaume Saramito*

### COMITE DEPARTEMENTAL DU TOURISME DE LA DORDOGNE - POLE MARKETING ET GRC

25 Rue Wilson - BP 40032 - 24002 PERIGUEUX CEDEX

Responsable du marché : Christophe Gravier, Directeur - [direction@tourismeperigord.com](mailto:direction@tourismeperigord.com)

Chef de projet : Hugo Curtil, Responsable GRC, Réseaux Sociaux, Production de contenus -  
[hugo@tourismeperigord.com](mailto:hugo@tourismeperigord.com)

## I / CONTEXTE ET OBJET DE LA CONSULTATION

Le Comité Départemental du Tourisme de la Dordogne (Dordogne Périgord Tourisme) œuvre à la promotion et à la valorisation de la destination Dordogne-Périgord, à l'échelle locale, nationale et internationale.

Dans un contexte d'évolution des usages digitaux et de structuration de son écosystème touristique, le CDT engage une nouvelle stratégie e-marketing à partir de 2027, articulée autour de trois clubs professionnels structurants :

- Club GRC : réseau des Offices de Tourisme du territoire
- Club Incontournables : sites culturels et patrimoniaux (châteaux, grottes, musées...)
- Club Iconiques : acteurs de la gastronomie et de l'hébergement (hôtels, restaurants, producteurs...)

Cette nouvelle organisation vise à renforcer :

- la performance marketing globale de la destination
- la visibilité des acteurs du territoire
- la conversion touristique (priorité stratégique) et commerciale
- l'image et la notoriété du Périgord

La présente consultation a pour objet de sélectionner un prestataire chargé d'accompagner le CDT dans la définition, la mise en œuvre et l'optimisation de sa stratégie e-marketing et GRC, en lien étroit avec ses équipes pour une durée d'un an (1 AN) renouvelable.

L'accompagnement attendu couvre à la fois :

- une dimension stratégique et de conseils
- une dimension opérationnelle
- une dimension productionnelle

Le prestataire interviendra en partenariat avec le CDT, qui conserve une capacité de production interne (contenus, vidéos, animation).

## II / OBJECTIFS STRATÉGIQUES

Les objectifs du dispositif sont les suivants :

Objectif principal : Augmenter la conversion touristique (séjours, visites, consommation sur place) et commerciale des offres des partenaires et prestataires associés

Objectifs complémentaires :

- Développer l'acquisition de prospects qualifiés
- Renforcer l'engagement des publics et les interactions avec les prospects et clients fidèles
- Fidéliser les clientèles
- Valoriser les acteurs du territoire
- Renforcer l'image et la notoriété de la destination (offres et expériences touristiques)

### 3/ ACCOMPAGNEMENT DE 3 CLUBS REUNISSANT DES PROFESSIONNELS DU TOURISME

Le prestataire devra adapter ses actions à chaque club, selon leurs spécificités :

#### **1/ Club GRC (Offices de Tourisme) :**

- **Positionnement** : Club institutionnel et collaboratif
- **Objectif** : Mutualiser et structurer la communication grand public

#### **Attendus :**

- Co-animation du réseau avec le chef de projet
- Production de contenus mutualisés pour le collectif
- Newsletters collectives (cible grand public et cible locale)
- Harmonisation des pratiques marketing, des outils et du positionnement marketing
- Accompagnement et montée en compétences des équipes

#### **2/ Club des Incontournables :** <https://www.dordogne-perigord-tourisme.fr/sinspirer/les-incontournables/les-sites-les-plus-visites/>

- **Positionnement** : Club premium autour du patrimoine et de la culture (châteaux, grottes, musées, etc.)
- **Objectif** : Générer du trafic et des visites

#### **Attendus :**

- Mise en avant des sites partenaires
- Création de contenus inspirationnels pour diffusion notamment via des newsletters dédiées FR + UK + brochures commerciales TO's - DMC's et grand public
- Activation marketing (SEO, campagnes, social media)
- Participation aux campagnes de conversion et de recrutement dont coregistration

#### **3/ Club des Iconiques :** <https://www.dordogne-perigord-tourisme.fr/sinspirer/les-incontournables/les-iconiques-du-perigord/>

- **Positionnement** : Club premium autour de la gastronomie (hôtels, restaurants, producteurs)
- **Objectif** : Générer du trafic, des visites, de la conversion commerciale = consommation et chiffre d'affaires pour les prestataires

#### **Attendus :**

- Valorisation de l'offre gastronomique et hôtelière (4 et 5 étoiles)
- Production de contenus émotionnels et immersifs et de brochures à vocation commerciale
- Ciblage affinitaire (clientèles premium) FR + UK
- Activation marketing (SEO, campagnes, social media) + Newsletters

## IV / DESCRIPTION DÉTAILLÉE DES PRESTATIONS ATTENDUES

Le prestataire retenu devra assurer un accompagnement global du CDT, intégrant à la fois une dimension stratégique, opérationnelle et de production. Les prestations devront être adaptées aux cibles spécifiques des trois clubs (GRC, Incontournables, Iconiques) et s'inscrire dans une logique de performance et de retour sur investissement.

### 4.1 STRATÉGIE ET PILOTAGE GLOBAL

Le prestataire devra conseiller, définir, structurer et piloter la stratégie e-marketing globale de la destination Dordogne-Périgord.

À ce titre, il devra :

- Réaliser un diagnostic initial des dispositifs existants (GRC, contenus, acquisition, social media, conversion)
- Définir une stratégie e-marketing annuelle intégrant l'ensemble des leviers digitaux à mettre en œuvre
- Structurer une segmentation des cibles (prospects, visiteurs, clientèles affinitaires) et formaliser les parcours clients associés spécifiques à chaque cible pour chaque club
- Élaborer un plan d'actions détaillé, articulé autour des trois clubs
- Définir des objectifs de performance clairs et mesurables (KPI)
- Assurer la coordination des actions menées sur l'ensemble des leviers
- Piloter la mise en œuvre opérationnelle en lien avec les équipes du CDT
- Formuler des recommandations régulières d'optimisation
- Fournir un rapport annuel de performance et de résultats pour chaque club et dispositif déployé

Le prestataire devra adopter une approche orientée résultats, en intégrant les enjeux de conversion, d'image et de valorisation du territoire.

### 4.2 ANIMATION DES CLUBS

Le prestataire devra accompagner le CDT dans l'animation, la structuration et la montée en compétences des trois clubs et de leurs partenaires (adhérents)

À ce titre, il devra :

- Proposer et mettre en œuvre un dispositif d'animation adapté à chaque club
- Favoriser la coopération entre les acteurs, le partage de bonnes pratiques et des nouvelles tendances
- Accompagner les membres dans la compréhension et l'appropriation des outils e-marketing
- Concevoir et animer des sessions de formation (contenus, réseaux sociaux, publicité, GRC, IA, GEO etc.)
- Apporter un conseil individualisé ou collectif selon les besoins

Une attention particulière sera portée à la capacité du prestataire à mobiliser les acteurs, à fédérer les réseaux et à proposer des formats d'animation adaptés aux différents niveaux de maturité digitale et aux différents profils des partenaires (Offices de tourisme, Chefs d'entreprises et représentants des syndicats professionnels et animateurs des filières associés)

### 4.3 GRC, CRM ET EMAIL MARKETING

Le prestataire devra assurer la gestion, l'optimisation et le développement de la stratégie de gestion de la relation client du CDT et de la marque Dordogne Périgord.

À ce titre, il devra :

- Prendre en main et exploiter l'outil Brevo
- Structurer, qualifier et segmenter la base de données existante
- Mettre en place une stratégie de collecte de données conforme à la réglementation en vigueur (RGPD)
- Concevoir, déployer et optimiser des scénarios automatisés (workflows) pour chaque club
- Développer des parcours clients personnalisés en fonction des profils et des intentions
- Améliorer la qualité des données et leur exploitation marketing
- Assurer la maintenance et l'évolution des dispositifs existants
- Fournir un rapport annuel de performance et de résultat pour chaque dispositif déployé

Le prestataire devra proposer des dispositifs permettant d'améliorer significativement l'engagement, la fidélisation et la conversion des contacts.

### 4.4 NEWSLETTERS

Le prestataire devra concevoir et co-piloter le dispositif d'emailing grand public du CDT.

À ce titre, il devra :

- Concevoir, rédiger et designer :
  - 12 newsletters grand public et 24 newsletters agenda pour le Club GRC
  - 2 newsletters grand public et 2 newsletters pros (tours opérateurs – DMC's et agences de voyage) pour le Club des Incontournables
  - 2 newsletters grand public et 2 newsletters pros (tours opérateurs – DMC's et agences de voyage) pour le Club des Iconiques
- Proposer des lignes éditoriales adaptées aux saisons, aux cibles et aux clubs qui incarnent l'image et les expériences de la marque Dordogne Périgord
- Sélectionner et valoriser les contenus et offres du territoire
- Assurer la planification, le paramétrage et le routage des campagnes
- Mettre en œuvre des tests (A/B testing) afin d'optimiser les performances
- Suivre et analyser les résultats (taux d'ouverture, taux de clic, conversions)
- Proposer des axes d'amélioration continue

Une attention particulière sera portée à la qualité éditoriale, aux rédactions, à la pertinence des contenus et à la performance des campagnes : ton, style, forme, personnalité...etc

### 4.5 ACQUISITION

Le prestataire devra définir et piloter une stratégie d'acquisition visant à développer une audience qualifiée et à alimenter la base de données du CDT.

À ce titre, il devra :

- Définir une stratégie d'acquisition multi-canal cohérente avec les objectifs du CDT (renouvellement des prospects – contacts)
- Mettre en œuvre des campagnes de coregistration pour recruter des contacts opt-in
- Concevoir, paramétrer et piloter des campagnes publicitaires (Meta Ads, Google Ads)
- Définir les cibles, les messages et les formats adaptés
- Optimiser les performances des campagnes (coût par acquisition, qualité des leads, taux de conversion)
- Assurer un suivi rigoureux des résultats et le pilotage de la performance globale des campagnes et dispositifs déployés

Le prestataire devra être en mesure de démontrer sa capacité à générer un trafic qualifié et des contacts à forte valeur.

#### 4.6 CONTENUS ET RÉFÉRENCIEMENT NATUREL (SEO)

Le prestataire devra accompagner le CDT dans la production et l'optimisation de contenus à forte valeur ajoutée.

À ce titre, il devra :

- Identifier les opportunités éditoriales en fonction des recherches utilisateurs (marchés FR et Européens : Anglais et Néerlandais)
- Produire des contenus optimisés pour le référencement naturel
- Mettre à jour et améliorer les contenus existants
- Proposer des formats éditoriaux innovants et adaptés aux usages
- Optimiser les contenus selon les bonnes pratiques SEO (balises, maillage interne, structuration)
- Intégrer les contenus dans le site WordPress
- Assurer une cohérence avec la ligne éditoriale du CDT

Le prestataire devra veiller à concilier performance SEO et qualité éditoriale, en privilégiant des contenus utiles, inspirants et engageants.

#### 4.7 CONVERSION ET COMMERCIALISATION

Le prestataire devra contribuer à l'amélioration de la performance commerciale des dispositifs digitaux du CDT.

À ce titre, il devra :

- Analyser les parcours utilisateurs sur le site du CDT
- Identifier les points de friction et proposer des axes d'amélioration
- Optimiser les tunnels de conversion
- Concevoir et optimiser des pages d'atterrissage
- Formuler des recommandations en matière d'expérience utilisateur (UX)
- Contribuer à l'augmentation du taux de transformation

Le prestataire devra intégrer une approche orientée “performance” et proposer des solutions concrètes pour améliorer les résultats.

#### 4.8 REPORTING ET ANALYSE

Le prestataire devra assurer un suivi régulier et détaillé des actions menées.

À ce titre, il devra :

- Mettre en place des tableaux de bord mensuels
- Suivre les indicateurs de performance définis
- Analyser les résultats des actions menées
- Identifier les leviers d’optimisation
- Produire des bilans trimestriels et annuels
- Formuler des recommandations stratégiques

Les reportings devront être clairs, pédagogiques et adaptés à une lecture par des interlocuteurs techniques et non techniques.

#### V / DUREE DE LA MISSION

Le contrat sera établi à partir du 1<sup>er</sup> janvier 2027 pour 1 an. Un nouvel appel d’offre sera réalisé au cours du second semestre 2027 pour le contrat 2028.

#### VI / CRITERES DE SELECTION DES OFFRES SUR 100 POINTS

- |  |           |
|--|-----------|
| ▪ Coût de la prestation  | 40 points |
| ▪ Compétences et expertise : moyens humains et techniques mis en œuvre | 25 points |
| ▪ Compréhension de la problématique et créativité                      | 25 points |
| ▪ Références dans l’industrie, le commerce ou le tourisme              | 10 points |

#### VII / ENVELOPPE BUDGETAIRE DE LA PRESTATION :

Le CDT dispose d’une enveloppe de 50 000 à 70 000€ HT afin de réaliser l’ensemble de ces prestations.

#### VIII / CLAUSE DE CONFIDENTIALITE

En participant à la présente soumission restreinte, les agences candidates s’engagent à **respecter une confidentialité absolue** en ce qui concerne l’objet et le contenu de la soumission restreinte.

#### IX / MODALITES DE FACTURATION

Le paiement sera effectué à l’issue de chaque prestation, sur service fait, selon un échéancier défini sur le bon de commande afférent. Le délai global de paiement est de 60 jours à compter de la date de réception de la facture et après vérification de la conformité de la prestation fournie (justificatifs).

## X / INFOS, RENSEIGNEMENTS ET MODALITES DE REPONSE

Les agences non retenues ne seront pas indemnisées pour leur participation à cette consultation.

Toute demande de renseignements relative à la présente consultation doit être formulée par mail à l'adresse suivante : [direction@tourismeperigord.com](mailto:direction@tourismeperigord.com)

**Date limite de réception des offres :** **mercredi 30 septembre 2026**

**Date de publication :** **mercredi 1er juillet 2026**

Les offres datées et signées doivent parvenir par courriel /mail avant la date limite de réception des offres indiquée ci-dessus : [direction@tourismeperigord.com](mailto:direction@tourismeperigord.com)

**COMITE DEPARTEMENTAL DU TOURISME DE LA DORDOGNE** - 25 Rue Wilson - BP 40032  
24002 – PERIGUEUX CEDEX / *Mail* : [direction@tourismeperigord.com](mailto:direction@tourismeperigord.com)