

BRIEF

Réalisation de l'identité visuelle complète pour « La Maison de la Haute Seille » à Château-Chalon

Date : 10/04/2025

Emetteur : Lucile BASSARD

Destinataire : Agences de Communication

CONTEXTE et ENJEUX :

LE COLLECTIF ŒNOTOURISME DU JURA

Le **Collectif Œnotourisme du Jura** est une initiative collaborative réunissant plusieurs acteurs clés du territoire :

- L'Agence Départementale de Tourisme & d'Attractivité (ADTA)
- Le Comité Interprofessionnel des Vins du Jura (CIVJ)
- Les 4 Communautés de Communes du vignoble
- Les 2 Groupes d'Actions Locales (GAL) du Jura.

Les 4 objectifs stratégiques :

Le Collectif œuvre autour de **quatre grands objectifs** :

1. **Renforcer l'attractivité touristique** du vignoble jurassien
2. **Faciliter la mobilité et l'itinérance** des visiteurs à travers le vignoble
3. **Augmenter les retombées économiques** sur le territoire
4. **Allonger la durée des séjours** pour offrir une découverte plus approfondie

Les 5 axes :

Pour atteindre ces objectifs, le Collectif développe 5 axes majeurs :

1. **Commercialisation** → Création d'offres touristiques attractives
2. **Structuration & développement** → Soutien aux professionnels via des formations et des projets dont les **Cités des Vins du Jura**
3. **Mobilité** → Facilitation des déplacements dans le vignoble et attractivité auprès des visiteurs extérieurs (*exemple : développement de voies vertes*)
4. **Animation** → Organisation d'événements fédérateurs (*exemple : Les Trophées de l'Œnotourisme Jurassien*)
5. **Promotion** → Valorisation collective de l'offre œnotouristique (*exemple : campagnes de communication*)

Le collectif rassemble les acteurs œnotouristiques du territoire afin de structurer, promouvoir et développer une offre touristique attractive et cohérente autour des Vins du Jura. Cette démarche s'inscrit dans le cadre du label Vignobles & Découvertes et vise à valoriser le savoir-faire des vigneron·nes ainsi que l'expérience immersive proposée aux visiteurs. Ce projet s'inscrit dans un programme plus large de Cité des Vins avec le Château Pécauld à Arbois et la Caborde à Orbagna.

LE PROJET DES CITÉS DES VINS DU JURA – CHÂTEAU-CHALON

Dans le cadre du développement de l'œnotourisme jurassien, la Maison de la Haute Seille (MHS), située à Château-Chalon, est en phase de repositionnement.

Pourquoi ce repositionnement ?

- Installée dans l'ancienne hostellerie de l'abbaye de Château-Chalon, connu pour son AOC Vin Jaune, la **Maison de la Haute Seille**. Aujourd'hui, les activités de la Maison de la Haute-Seille sont axées sur quatre domaines principaux : l'accueil touristique, pôle œnotouristique (initiations à la dégustation), le musée avec des expositions et des animations culturelles, et enfin une boutique de produits locaux et la vente de produits à consommer sur place (glaces, boissons fraîches, café, etc.)
- Le village de Château-Chalon attire **130 000 visiteurs par an**. En 2023, la **Maison de la Haute-Seille** a accueilli **13 000 visiteurs payants**, mais son identité et son offre doivent être repensées pour mieux répondre aux attentes du public et aux ambitions œnotouristiques du territoire.

Un nouveau positionnement : la Cité des Vins de Château-Chalon

Ce lieu **doit devenir une référence incontournable** pour la découverte des **Vins du Jura et du terroir local**, tout en conservant ses fonctions essentielles :

- **Accueil et information touristique** : Cet espace doit être accueillant et informatif, offrant aux visiteurs des informations sur les attractions locales, les événements, ...
- **Espace de dégustation** : Cet espace est à la fois en intérieur, sur la terrasse et dans le jardin.
- **Boutique** : Elle est dédiée principalement aux produits viticoles, incluant la vente de vins (Macvin, Vin de Paille et Vin Jaune), de verres et de produits dérivés. Elle propose également une sélection de produits labellisés « Made in Jura », ainsi que des livres et autres articles liés à la viticulture et au patrimoine local.

Elle mettra en avant **trois vins emblématiques** du vignoble (le Vin Jaune, le Macvin et le Vin de Paille) et offrira **une expérience immersive**, à travers :

- **Un centre d'interprétation** mettant en valeur les paysages, le patrimoine local (AOC Château-Chalon et AOC L'Étoile), ainsi que les 3 vins emblématiques.

L'offre sera complétée par :

- Un parcours extérieur dans le village (belvédère, vigne conservatoire, école d'autrefois, ...)
- La visite 3D de l'abbaye

L'objectif est de repositionner la MHS sous une nouvelle identité, afin de clarifier son offre, renforcer son attractivité et en faire un lieu incontournable pour les amateurs de vins, les touristes et les habitants du territoire.

OBJECTIFS DE LA MISSION :

Nous souhaitons confier à une agence de communication les missions suivantes :

- En s'appuyant sur l'étude de l'agence Présence et de la stratégie de communication de la filière œnotourisme Jura, **précisez le positionnement marketing.**
- **Un nouveau nom** : impactant, évocateur du territoire et de son offre, en cohérence avec les marques Jura, Vins du Jura, Jura Tourisme & Attractivité et JurAbsolu.
- **Une Baseline/slogan** : courte et mémorable, traduisant la promesse faite aux visiteurs qui se rendent sur ce lieu.
- **Un logo et une identité graphique** : comprenant les couleurs, la typographie et l'univers visuel en cohérence avec la destination Jura et l'offre œnotouristique.
- **Des recommandations pour l'application de l'identité visuelle** : déclinaisons sur supports print, web et signalétique.

CONTRAINTES ORIENTATIONS

et

LIVRABLES ATTENDUS

- L'identité doit être moderne, élégante et évocatrice du Jura et du vin.
- La nouvelle dénomination, en remplacement de la Maison de la Haute-Seille, doit être facile à retenir et évocatrice de l'univers viticole et patrimonial de Château-Chalon.
- L'identité visuelle devra être cohérente avec les Cités des Vins tout en affirmant une singularité propre à Château-Chalon.

L'agence retenue devra proposer :

- **Une synthèse de positionnement** exprimer en axes principaux évoquant les univers de communication.
- **Au moins 5 propositions de noms et de baselines**, chacune accompagnée d'une argumentation sur les choix stratégiques, sémantiques et différenciants.
- **Au moins 5 pistes créatives pour le logo et l'identité visuelle**, avec une explication des choix graphiques et sémantiques. Chaque proposition devra inclure :
 - Le logo principal
 - Des déclinaisons (monochrome, versions simplifiées...)
- **Une charte graphique** détailler précisant :
 - **L'usage des couleurs.**
 - **La typographie.**
 - **Univers graphique et éléments visuels**: des formes spécifiques (arrondies, géométriques, minimalistes...), des icônes et pictogrammes cohérents avec le style du site. Un traitement des images (filtre, saturation, type de visuels...).
 - L'agence devra proposer des **exemples concrets d'application de l'identité visuelle sur différents supports**, notamment :
 - Verres sérigraphiés
 - Habillage vidéo
 - Carte de visite
 - Maquette d'une brochure de présentation de la Cité des Vins
 - Publicité print au format A4
 - Signalétique
 - Maquette de la Home du site internet.
- **A minima, une présentation des concepts devant les commanditaires** (en présentiel), avec ajustements selon les retours.

MODALITÉS DE COLLABORATION :

Remise du Devis : Entre le 10 mars et le 11 avril 2025.

Jury : 29 avril 2025 (Soutenance en visio)

Réunion de lancement avec les parties prenantes pour préciser les attentes et répondre aux questions : Dès validation du projet (27 mai 2025).

Proposition d'un retroplanning détaillant les étapes et les délais.

Livraison finale **du projet avec tous les éléments validés : Avant le 04 août 2025.**



Cession des droits de l'ensemble des livrables pour la reproduction, la modification et la diffusion.

Enveloppe maximale de cette consultation : 10 000€ HT.

Le logo doit être fournis en format : .JPEG, .AI, .PNG ou .EPS.

Les agences intéressées sont invitées à soumettre une proposition détaillée incluant :

- Une présentation de l'agence et de ses références similaires.
- Une note d'orientation, illustrée par trois références similaires.
- Une méthodologie et un rétroplanning prévisionnel.
- Un devis global incluant le détail financier de chaque livrable attendu (Bordereau de Prix Unitaires)

CRITERES DE SÉLECTIONS :

CRITERE 1	PONDÉRATION
Compréhension du projet et pertinence de la proposition	(40%)
CRITERE 2	PONDÉRATION
Expérience et références	(30%)
CRITERE 3	PONDÉRATION
Prix	(30%)

Pour plus d'informations, vous pouvez contacter :

Lucile BASSARD - Chargée de développement œnotourisme
JURA TOURISME & ATTRACTIVITÉ / COMITÉ INTERPROFESSIONNEL DES VINS DU JURA
17 rue Rouget de Lisle – BP 80 958 – 39009 LONS LE SAUNIER Cedex
Tél. 06 74 58 76 26 – lucile.bassard@jura-tourism.com