

Consultation :

Réalisation d'une enquête de proximité week-end et court séjour printemps Toulouse / Montpellier

I. Présentation du contexte :

Le département de l'Aveyron se situe dans la région Occitanie. Il est une destination touristique de tourisme vert qui s'appuie sur 60 888 lits touristiques marchands et auxquels s'ajoutent 138 498 lits privés.

En 2018, le tourisme aveyronnais a enregistré plus de 11,1 millions de nuitées touristiques, pèse 359 millions d'euros de chiffre d'affaires et compte plus de 4 700 emplois salariés.

Des sites majeurs contribuent à faire de l'Aveyron une destination touristique reconnue : Conques, Viaduc de Millau, Musée Soulages, Caves de Roquefort, Coutelleries de Laguiole, ... C'est aussi un département à la dimension pleine nature avérée (randonnée avec notamment l'emblématique Chemin de St Jacques, VTT, trail, pêche, nautisme, vol libre, ...), dimension qui se retrouve aussi avec des manifestations sportives reconnues : Natural Games de Millau, Festival des Templiers, 100 kms de Millau, Roc Laissagais, Course du Viaduc, ...

Fort de la richesse touristique et du vécu touristique de l'Aveyron, l'Agence de Développement Touristique de l'Aveyron, service associé du Conseil Départemental en charge de l'application de sa politique touristique, souhaite mener une réflexion sur son positionnement stratégique de demain.

L'enquête de notoriété et sémantique web « Quel regard les Français portent-ils sur l'Aveyron ? » menée début 2019 a conduit à mettre en avant 4 grands challenges à relever dont celui de la proximité.

Ce dernier met en avant que l'Aveyron a la chance de disposer d'un bassin potentiel de clientèle d'environ 2 millions de personnes situées dans un rayon de 2h00-2h30 (chiffre en progression constante). Ce n'est pas le cas pour tous les territoires et c'est une vraie opportunité pour l'Aveyron.

Cette même enquête a aussi souligné deux points importants à noter :

- L'Aveyron est souvent associé à la «montagne», à une météo difficile, à l'enclavement et à l'éloignement,
- L'Aveyron n'est pas naturellement associé à une destination adaptée pour un week-end ou un court séjour

Suite à ces constats, l'Agence de développement touristique de l'Aveyron va engager en 2020 une action forte auprès de la clientèle Toulouse et Montpellier. Elle vise à améliorer l'image de l'Aveyron auprès de cette clientèle et à faire en sorte de devenir une destination identifiée pour les week-ends ou courts séjours.

II. Cadre général de la mission :

Le cadre général dans lequel doit se dérouler l'élaboration de cette mission a été défini autour des points clés suivants :

- Effectuer une enquête « quanti » auprès de la clientèle de proximité Toulouse et Montpellier sur la question des week-ends et courts séjours,
- Réaliser un focus « quali ».

III. Objet de la consultation :

La présente consultation a pour objet d'accompagner l'Agence de Développement Touristique de l'Aveyron dans la réalisation d'une enquête de proximité sur Toulouse et Montpellier et dans le traitement et l'analyse des résultats.

Il s'agit de réaliser une photographie « dynamique » de la perception que se font les habitants des bassins de vie de Toulouse et de Montpellier concernant leurs vacances notamment en week-ends et courts séjours au printemps.

• « Enquête de proximité - week-end et court séjour printemps »

L'Agence de Développement Touristique de l'Aveyron demande au prestataire de réaliser une étude « quali / quanti » sur les attentes de la clientèle en terme de week-end et courts séjours.

Pour cela, 2 zones de clientèle ont été identifiées :

- Toulouse
- Montpellier

Le profil de la clientèle est le suivant : Urbains actifs de moins de 50 ans.

L'Agence de Développement Touristique de l'Aveyron souhaite savoir quelles sont les attentes que les habitants des bassins de vie de Toulouse et de Montpellier ont en terme de week-end ou court séjour au printemps.

Exemples : Si je vous dis « Vacances en week-end et court séjour au printemps », quel est selon vous le scénario, l'expérience idéale ?

Faire préciser le temps de trajet maximum, le nombre de jours, le type de séjour (sportif, romantique, en famille, etc ... , le type d'hébergement, le moyen de transport, les activités préférées, etc ...

Le questionnaire devra notamment permettre de connaître les éléments suivants : période et durée du court séjour, type de séjour, temps de trajet, récurrence, accessibilité à l'offre (distribution), moyen d'accès (mobilité, type de transport), ...

Dans le questionnaire, l'Aveyron ne devra pas être mentionné de façon à ne pas orienter ou influencer sur les réponses.

Le questionnaire final est à construire au cours d'une séance de travail avec la Direction et les managers de l'ADT.

> *Travail à effectuer*

- La mesure des attentes que les habitants des bassins de vie de Toulouse et de Montpellier ont en terme de week-end ou court séjour au printemps par le biais d'une interrogation la plus quantitative possible et d'un focus group.

- L'Agence de Développement Touristique de l'Aveyron souhaite que les retours de l'enquête « quanti » et du focus « quali » permettent de dresser le portrait du week-end ou court séjour « idéal » le plus finement possible.

Pour la réalisation de cette enquête, le prestataire pourra s'appuyer sur un cabinet d'étude spécialisé dans le cadre d'une sous-traitance.

> *Livrables attendus*

- Un rapport complet et détaillé présentant les différents résultats obtenus, sous forme numérique et papier,

- Une synthèse des principales conclusions, sous forme numérique et papier.

IV. Modalités de réponse :

Au regard du cahier des charges, le prestataire fera une proposition qui comportera notamment les éléments suivants :

- L'identification et la présentation de tous les consultants mobilisés et de tous les sous-traitants,
- Une présentation d'expériences similaires,
- Une proposition de mission conformément aux prestations attendues,
- Une méthodologie de travail :
 - o Une réunion de préparation sur une journée entière à Rodez sur site avec la Direction et les managers de l'ADT au démarrage de la mission,
 - o Les outils techniques et la méthode de travail utilisés pour mener la mission (Pour le focus « quali », préciser les compétences de ou des personnes qui animeront ainsi que la composition du groupe (nombre de personnes, répartition homme / femme, etc, ...),
 - o La nature et le nombre de documents remis (documents reproductibles, informatisés, ...),
 - o Une réunion de synthèse sur site à Rodez avec la Direction et les managers de l'ADT pour présenter le rapport final.
- Un calendrier prévisionnel détaillé mentionnant les phasages et les restitutions,
- Les coûts de la mission, précisant le montant des honoraires, et frais éventuels annexes et conditions de facturation. Les coûts de l'enquête « quanti » et du focus « quali » seront détaillés séparément.

V. Modalités de réponse :

Les réponses à cette offre de consultation peuvent se faire :

- Soit par courrier à l'adresse suivante :
Agence de Développement Touristique de l'Aveyron,
Rue Louis Blanc - BP 831,
12008 RODEZ Cedex

- Soit par mail à l'adresse suivante :

Christian.sabathier@tourisme-aveyron.com

VI. Calendrier :

- Ouverture de la consultation : le mercredi 25 septembre 2019.
- Date souhaitée de réception de l'offre : avant le dimanche 6 octobre 2019 à minuit.
- Choix du prestataire retenu : le mardi 8 octobre 2019.
- Démarrage de la mission : dès le mercredi 9 octobre 2019
- Restitution du dossier final : au plus tard le vendredi 30 novembre 2019.
- Durée maximale de la mission : 2 mois.

VII. Critères d'attribution :

Les prestataires répondants seront notés selon les critères suivants :

- Valeur technique : 50 %
- Prix : 30 %
- Références : 20 %

VIII. Contact à l'ADT Aveyron :

L'Agence de Développement Touristique de l'Aveyron attend votre appel pour vous apporter d'éventuelles précisions relatives à cette mission. Pour cela, merci de bien vouloir prendre contact avec :

Christian SABATHIER

Tél : 05 65 75 55 85

Christian.sabathier@tourisme-aveyron.com