

LETTRE DE CONSULTATION

**ETUDE « L'IMAGE ET LA NOTORIETE DU
DEPARTEMENT DE L'AIN »**

Aintourisme

Partie 1 : CCTP

Le contexte

La politique touristique du département, orchestrée par le Livre Blanc du tourisme de l'Ain 2016-2021, en faveur du renforcement de l'attractivité départementale

La majorité départementale a fait du tourisme une de ses priorités. Le Livre Blanc en faveur du tourisme dans l'Ain, travaillé en concertation avec les acteurs publics locaux et les socio-professionnels, est la concrétisation de cette volonté affirmée de développer l'économie du tourisme.

Ce Livre Blanc constitue une véritable rupture avec l'ancien schéma de développement du tourisme, et affiche des objectifs ambitieux, dont le premier constitue à faire de l'Ain, une Destination touristique.

Afin d'être reconnu comme telle dans un secteur très concurrentiel et en perpétuel mouvement, ce Livre Blanc est dédié à renforcer l'attractivité du département : Il s'agit de construire une offre de séjours autour de 4 thématiques identitaires

- Les activités de pleine nature
- La découverte des patrimoines naturels et culturels
- La gastronomie-œnotourisme et produits du terroir
- Le thermalisme et bien-être.

Plusieurs pôles phares sont proposés : le Parc des Oiseaux pour la Dombes, Brou pour la Bresse, Pérouges pour la Plaine de l'Ain, le Pays du Cerdon pour le Bugey et les Montagnes du Jura pour le Pays de Gex et le Pays Bellegardien.

Pour pallier le déficit de notoriété du département de l'Ain, une campagne de communication est activement menée depuis 2017. La volonté est de construire une nouvelle image à travers une stratégie marketing partagée, qui se démarque d'autres destinations possédant une offre comparable, en plaçant le numérique au cœur de cette stratégie.

Le Conseil départemental a confié à Aintourisme la conception et la mise en œuvre de la politique touristique de l'Ain.

Une étude image et notoriété de la destination Ain et de ses composantes a été réalisée en octobre 2016, point de départ de la mesure de l'évolution de cette notoriété.

Les objectifs de l'étude

- **Evaluer la notoriété du département de l'Ain et de ses composantes** après 3 ans du Livre Blanc (T1) auprès des clientèles cibles prioritaires : Métropole de Lyon, départements limitrophes, région Auvergne Rhône-Alpes, Ile de France et Bassin lémanique
- **Cerner l'image que peuvent avoir de la Destination** prospects et clients de ces bassins
- **Etablir la position de l'Ain** vis-à-vis des destinations concurrentes
- **Suivre l'évolution de la notoriété** dans le temps

Le contenu de la mission

Aintourisme souhaite confier à une agence la réalisation d'une étude d'image et de notoriété du département de l'Ain.

L'agence proposera une méthodologie d'étude détaillée et sa réalisation, tenant compte des objectifs fixés et de la précédente étude image et notoriété de 2016.

Aintourisme

La méthodologie présentera plusieurs options, en lien avec les cibles de clientèles définies ci-dessous. En outre, le prestataire retenu et Aintourisme échangerons sur la liste d'items dont la notoriété sera à mesurer pour tenir compte de certaines évolutions depuis 2016.

1. Les cibles

En priorité : un échantillon représentatif des cibles prioritaires de la destination Ain, à savoir :

- la Métropole de Lyon
- les départements de l'ancienne région Rhône-Alpes : 07, 26, 38, 42, 69, 73, 74
- les autres départements limitrophes : 39, 71, 21
- le Bassin lémanique

Option : un échantillon représentatif des autres cibles de clientèles, moins prioritaire :

- Paris-Ile de France
- Région PACA

2. Les items d'étude

L'étude doit comporter plusieurs volets dont

- **La notoriété** :
Notoriété spontanée et assistée de l'Ain, capacité à localiser le département, les vecteurs de notoriété, les sites/événements/territoires spontanément associés à l'Ain, la notoriété assistée de ces sites/événements/territoires
- **L'image** :
Les points forts de la destination, ses points faibles, les traits d'image associés, l'évaluation de son image globale
- **L'attractivité** :
Intentions de séjours, déjà venus, intentions de retours, recommandation

Partie 2 : Règles de la consultation

Conditions de réalisation

- **Maître d'ouvrage**

Le maître d'ouvrage de l'étude est Aintourisme. Vous travaillerez en collaboration avec la personne en charge de l'observatoire, pilote du dossier.

- **Méthode de travail**

Le suivi sera fait par un groupe de travail.

- **Délais de réalisation**

23 octobre	Lancement de la consultation
15 novembre	Clôture de la consultation
20 novembre	Choix du bureau d'étude
25 novembre	Réunion groupe de travail : définition de la méthodologie employée
Décembre	Déroulement de l'étude de notoriété
Début janvier	Rendu de l'étude de notoriété

- **Documents à fournir**

Le fichier comprenant l'ensemble des réponses

Un rapport détaillé de l'étude image et notoriété comprenant la méthodologie employée et les conclusions (papier et supports informatiques)

Une synthèse de l'étude destinée à la communication auprès des institutionnels et acteurs du tourisme du département

Le prestataire choisi s'engage à céder à Aintourisme, à titre exclusif avec l'ensemble des garanties de droit, tous les droits d'auteurs patrimoniaux qu'il détient sur les documents, les visuels, les textes ainsi que sur les maquettes qu'il réalisera dans le cadre de la présente prestation.

Contenu de la candidature

- Une présentation de la société et de l'équipe en charge du travail, comportant les références acquises sur des problématiques proches.
- Un mémoire technique présentant l'offre d'intervention

Contenu de l'offre

Les offres devront mentionner les points suivants :

- Les références du candidat, la composition de l'équipe qui interviendra sur le projet, les moyens matériels et techniques,
- La méthodologie proposée et ses modalités d'exécution.
- Le contenu de la prestation
- Le calendrier prévisionnel du déroulement de l'étude et le nombre de réunions prévues avec le maître d'ouvrage
- Le prix de la prestation avec sa décomposition suivant les différentes phases de la mission et les différentes personnes intervenants sur la mission
- Les justifications des compétences dans le domaine

Conditions d'attribution

Offre économiquement la plus avantageuse, jugée et classée en fonction des critères énoncés ci-dessous avec leur pondération (note totale sur 100) :

- Valeur technique de l'offre : 50% (jugée notamment sur la compréhension de la problématique, méthodologie proposée, compétences des intervenants, délai de réalisation)
- Prix de la prestation : 50% soit (offre la moins disante / offre du candidat) X 50

L'acheteur se réserve la possibilité de négocier par tout moyen à sa convenance et notamment par courriel.

L'attribution du marché sera confirmée au prestataire retenu par le maître d'ouvrage par une lettre de commande ou une convention.

Date limite de réception des offres

La proposition devra parvenir à Aintourisme avant le 15 novembre 12h00 par courrier ou par email à :

Stéphanie LUQUIN, Observatoire et Analyse Marché

34 rue Général Delestraint

CS 90078 – 01002 BOURG-EN-BRESSE cedex

Tél. 04 74 32 83 96

Email : s.luquin@aintourisme.com

Modalités de paiement

30 % à la notification de la commande

70 % à la fin de la prestation

Annexes disponibles sur demande

- Livre Blanc du tourisme de l'Ain
- Etude de notoriété 2016