

# ATOUT FRANCE

AGENCE DE DÉVELOPPEMENT  
TOURISTIQUE DE LA FRANCE



## CAHIER DES CHARGES

SENSIBILITES ET IMAGES

18 novembre 2016

En partenariat : OTCP, CRT Ile de France, Atout France

# CAHIER DES CHARGES

## SENSIBILITES ET IMAGES DESTINATION PARIS REGION

En partenariat : OTCP, CRT Ile de France, Atout France

### Sommaire

1/ CONTEXTE ET OBJECTIFS.....	3
2/ ECLAIRAGES ATTENDUS .....	3
3/ LIVRABLES.....	5
4/ CRITERES DE CHOIX.....	5
5/ MAÎTRISE D'OUVRAGE .....	6
6/ REGLEMENT DE LA CONSULTATION .....	6
7/ DELAI DE VALIDITE DES OFFRES.....	7
8/ PROPRIETE INTELLECTUELLE .....	7
9/ DIVERS.....	7
10/ CALENDRIER ET BUDGET .....	8

# 1/ CONTEXTE ET OBJECTIFS

Suite à un enchaînement de facteurs négatifs successifs avec les attentats à Paris en 2015 et à Nice en 2016, les événements sociaux et grèves multiples, les inondations au printemps dernier, la région Ile de France et Paris ont subi en 2016 une baisse d'attractivité de la clientèle internationale qui perdure. Cette rupture s'est faite dans un contexte plus structurel où depuis plusieurs années les flux extra-européens tiraient la croissance internationale, alors que les marchés européens étaient moins dynamiques, voire en retrait pour certains d'entre eux.

Les acteurs institutionnels Etat (par le biais de son agence nationale), la Région Ile de France et la ville de Paris ont besoin d'identifier très précisément les freins et les leviers propres, de nature conjoncturelle ou plus structurelle, aux différentes clientèles internationales à venir visiter cette destination afin d'en redynamiser les flux. Une étude par marché semble indispensable pour bâtir un plan d'actions ajusté à chacune de ces clientèles en s'appuyant sur des éléments tangibles actualisés.

## 2/ ECLAIRAGES ATTENDUS

### 2.1 Champ de l'étude

Une étude de perception et de mesure des motivations, images, sensibilités, freins et envies de la destination Paris Ile de France sur une douzaine de marchés doit permettre d'obtenir des éléments d'actions **pour reconquérir les clientèles internationales de repeaters venus ou pas depuis les cinq dernières années sur le segment des loisirs (\*) à Paris Ile de France** auprès des marchés suivants :

**La Chine, le Japon, la Corée du Sud, les USA, le Canada, la Grande Bretagne, l'Allemagne, les Pays Bas, la Belgique, la Suisse, l'Espagne, l'Italie et la France.**

Il s'agit de mesurer le niveau des crispations, d'identifier les blocages comme des leviers potentiels à actionner pour susciter leur retour dans la destination Paris Ile de France (moteur du tourisme international de la France). Cette mesure des blocages devra être confrontée à celle des envies d'y séjourner auprès du grand public individuel non ou peu intermédié.

Compte tenu de l'enveloppe budgétaire et de la nécessité de fonder des actions sur une consultation représentative, une enquête quantitative est privilégiée (minimum 500 personnes éligibles(\*) par marché). Il apparaît nécessaire de construire le questionnaire en plusieurs parties qui pourraient être les suivantes :

**Partie 1 Introduire le sujet** : date du dernier séjour à Paris Ile de France, fréquence de venues en séjours loisirs à Paris Ile de France, fréquence des autres voyages loisirs à l'étranger dont en Europe. Concernant le dernier séjour loisirs à Paris Ile de France, connaître la motivation principale, le mode d'hébergement, le lieu d'hébergement, l'appréciation de ce séjour par thèmes (transports, sécurité, accueil,

animation, ambiance, activités, hébergement, prix, rapport qualité-prix...) Images de ce séjour passé par rapport aux images actuelles de la destination.

- **Partie 2 Mesurer les appréhensions à revenir en séjour loisirs à Paris Ile de France** : mesurer sur une échelle le poids des freins entrant dans la décision (échelle de 0 à 10) pour les éléments suivants : sécurité, propreté, prix, concurrence, attractivité, animation, ... Pour la **sécurité mesurer la contribution des différents éléments** qui pèsent dans la décision de ne pas venir actuellement en séjour loisirs à Paris Ile de France (mendicité, petite délinquance (vols à la tire), agressions, attentats, inondations, grèves et mouvements sociaux, état d'urgence, immigration) autres ....
- Pour le thème **concernant la concurrence** il faudra prévoir une question ouverte pour connaître les autres destinations urbaines fréquentées ou qui suscitent de l'intérêt, et une question fermée sur les items précédents (sécurité, prix, accueil, animation, ...) pour comparaison des composantes de l'attractivité de Paris avec les autres destinations urbaines citées (leurs points forts et leurs points faibles)..
- Une question ouverte sur le temps de résilience nécessaire avant d'envisager de revenir à Paris Ile de France sera posée, en même temps que sera apprécié leur intérêt à venir dans d'autres régions françaises, voire sites ou destinations à préciser.
- **Partie 3 Identifier les leviers déclencheurs et leurs seuils de sensibilité** pour revenir en séjour loisirs à Paris Ile de France (en questions ouverte et fermée). Les leviers déclencheurs pouvant être la présence d'une police municipale ou touristique, la proposition de rendez vous événementiels exceptionnels et rares, des animations nocturnes nouvelles, des promotions tarifaires, des témoignages de séjours récemment réussis, des nouveaux produits de visites confidentielles de Paris, ou combinés pour les clientèles repeaters en particulier à la découverte plus approfondie de l'Ile de France et d'autres destinations.
- **Partie 4 Tester des actions par familles de leviers en hiérarchisant leurs impacts dans les facteurs de décision pour revenir en séjour loisirs à Paris Ile de France.** Pour chaque levier déclencheur des tests d'actions pourraient être proposés afin de mesurer ou non les effets leviers qui pourraient être attendus (faible, moyen, fort) en les hiérarchisant entre eux. Les services concernés feront des propositions concrètes à introduire dans le questionnaire d'ici la mise en œuvre de l'enquête.
- **Partie 5 : Connaître les canaux d'informations des personnes interrogées utilisés pour connaître l'état de la situation de la destination Paris Île de France.** En quoi ceux-ci ont contribué et continuent de contribuer aux images négatives ou positives de la destination Paris Ile de France.

Le bureau d'études est libre de proposer d'autres alternatives de contenus et de méthodologies lui semblant plus pertinentes à satisfaire l'objectif ici présenté.

### 3/ LIVRABLES

Les livrables finaux devront avoir **la forme de fiches synthétiques de profils de situation et de fiches de recommandations actions par marché**. Elles préciseront les identifications de profils les moins résistants à revenir à court terme, les images et représentations véhiculées, les attentes vis-à-vis de la destination de Paris Ile de France, les éléments qui pourraient susciter le déclic pour venir ou revenir en séjour à Paris Ile de France.

Ces éléments pourront servir **de boîte à outils** pour les marchés les plus intermédiés, pour les professionnels, les acteurs du tourisme, les bureaux d'Atout France, les entreprises du B to C.

Les enquêtes quantitatives en ligne donneront lieu à la remise d'un rapport de synthèse des principaux résultats (d'une base de données et des tableaux issus des traitements d'enquête pour chacun des marchés) **en langue française et anglaise**. Le plan de traitement sera validé par le Copil.

Le questionnaire sera élaboré en étroite collaboration avec les techniciens du Comité de pilotage ici défini (CRT Ile de France, OTCP, Atout France)

Le rapport final de l'étude avec ses recommandations sera réalisé sous formes de fiches de synthèses et de fiches actions **en français et en anglais**.

### 4/ CRITERES DE CHOIX

La proposition sera jugée à l'aune des critères suivants :

- la bonne compréhension de la problématique et du niveau de résultats attendus pour être opérationnel,
- la pertinence du questionnaire proposé, et la qualité méthodologique
- la réalisation de la proposition dans un calendrier le plus court possible,
- le détail explicité des différentes phases de l'étude,
- les références du consultant et de son équipe,
- **le coût optimisé de la proposition**

Pour répondre à la présente mise en concurrence les bureaux d'études pourront s'associer. Il devra donc être précisé dans l'offre si le bureau d'études se présente seul ou en groupement.

## 5/ MAITRISE D'OUVRAGE

La maîtrise d'ouvrage est assurée par ATOUT FRANCE.

Un comité de pilotage est constitué de ATOUT FRANCE, de l'OTCP, et du CRT Ile de France. Ce comité de pilotage se réunira au lancement de l'étude, à l'issue du terrain d'enquête et de son analyse, lors de la présentation du rapport final (fiches de synthèses et d'actions recommandées par marché).

## 6/ REGLEMENT DE LA CONSULTATION

### 6.1 Déroulé de la procédure et dépôt des offres

Les propositions relatives à la présente consultation doivent parvenir en version électronique, au plus tard **le 16 décembre 2016 à 17h00** par mail aux adresses suivantes :

sophie.lacressonniere@atout-france.fr  
philippe.maudhui@atout-france.fr

La possibilité d'une présentation orale pour finaliser le choix du candidat est prévue **le 20 décembre 2016**. La décision d'attribution du marché par le comité de pilotage parviendra aux candidats, par mail, **avant le 22 décembre 2016**. La remise du rapport final est attendue **au plus tard pour la fin du mois de février 2017**. Les détails de mise en œuvre de la prestation seront précisés dans le contrat.

### 6.2 Structure des offres

Sur le devis qui sera transmis par le bureau d'études, les informations suivantes devront être mentionnées :

- la nature détaillée des prestations, leur nombre et leur coût unitaire (journée....)
- le montant total hors taxes (HT) et le montant TTC
- les frais de déplacement seront inclus dans le prix à la journée.

### 6.3 Information des candidats

Pour tous renseignements complémentaires relatifs à la présente consultation, vous pouvez vous adresser à :

Anne Coutière  
[anne.coutiere@atout-france.fr](mailto:anne.coutiere@atout-france.fr)  
01 42 96 74 54

## **7/ DELAI DE VALIDITE DES OFFRES**

Les prix proposés devront être fermes pour la durée du marché et ses éventuelles prorogations ou reconductions.

## **8/ PROPRIETE INTELLECTUELLE**

L'ensemble des documents remis par le bureau d'études sélectionné par ATOUT FRANCE dans le cadre de la réalisation de la présente étude seront la copropriété d'ATOUT FRANCE et de ses partenaires OTCP et CRT Ile de France dans le cadre du présent projet.

Ainsi, ATOUT FRANCE et ses partenaires pourront :

- Utiliser sur tout support les documents, même partiels, à titre gratuit ou onéreux, réalisés dans le cadre de l'étude,
- Communiquer à des tiers les documents, même partiels, à titre gratuit ou onéreux, réalisés dans le cadre de l'étude,
- Publier sur tout support, les documents, même partiels, à titre gratuit ou onéreux.

Les modalités juridiques seront précisées dans le contrat qui sera conclu entre le bureau d'études retenu et ATOUT FRANCE.

## **9/ DIVERS**

Le non-respect des formalités et procédures décrites ci-dessus par un candidat pourra entraîner le rejet définitif de son dossier par ATOUT FRANCE.

Les candidats s'engagent, à titre de clause de confidentialité, pendant une durée de 5 (cinq) ans à compter de la date de réception du présent dossier de consultation, à ne pas divulguer sans l'accord préalable et exprès d'ATOUT FRANCE, directement ou indirectement, les informations, connaissances ou savoir faire que ce soient concernant le présent projet, ATOUT FRANCE et ses modalités de fonctionnement, auxquels ils auraient pu avoir accès dans le cadre de la présente consultation, à moins que les dites informations, connaissances ou savoir faire ne soient tombés dans le domaine public ou que leur divulgation soit rendue nécessaire en vertu d'un règlement particulier ou d'une injonction administrative ou judiciaire. Les candidats s'engagent également à l'égard d'ATOUT FRANCE à exiger de la part de ses préposés la même obligation de confidentialité.

ATOUT FRANCE pourra être amené en cas de besoin à demander aux candidats de produire tous documents ou renseignements complémentaires à la bonne compréhension de leurs offres. Le candidat sera tenu de faire droit à ces requêtes dans les délais indiqués par ATOUT FRANCE, sous peine de rejet définitif de son dossier par ATOUT FRANCE.

La présente procédure n'implique pas l'obligation pour ATOUT FRANCE d'attribuer le marché.

Aucune indemnité financière ne sera versée aux candidats ayant répondu à cette consultation.

ATOUT FRANCE se réserve le droit à tout moment de mettre fin de manière anticipée à la consultation décrite par le présent cahier des charges au cours ou à l'issue de la procédure.

La présente consultation est soumise au droit français.

Tout litige né de l'interprétation ou de l'application des règles et procédures de la présente consultation fera l'objet d'une tentative de règlement à l'amiable. ATOUT FRANCE et le prestataire désigneront conjointement un représentant chargé, pendant une durée de trente jours au plus à compter de la notification du litige, de proposer un règlement à l'amiable. En cas d'échec de la tentative de règlement à l'amiable, les juridictions du ressort de la Cour d'Appel de Paris seront seules compétentes pour juger de tout litige résultant de la mise en œuvre de la procédure.

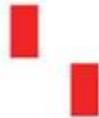
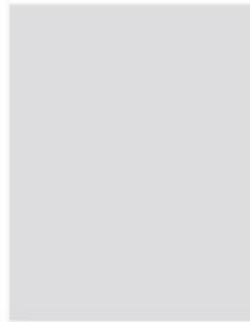
## 10/ CALENDRIER ET BUDGET

L'étude devra être réalisée durant les mois de janvier et février 2017 pour une remise au plus tard du **rapport final à la fin février 2017**.

Le budget ne devra pas dépasser 100 000 € HT.



ATOUT  
FRANCE



79-81 rue de Clichy  
75009 PARIS  
Tél. : +33 (0)1 42 96 70 00  
Fax : +33 (0)1 42 96 70 11