



Etude de benchmarking
en matière de prix, d'accueil et de qualité
de la destination Paris Île-de-France

CAHIER DES CHARGES

DATE LIMITE DE REMISE DES PROPOSITIONS :

22 septembre 2017

CAHIER DES CHARGES

A. Éléments de contexte

Paris Île-de-France est aujourd'hui l'une des premières destinations du tourisme mondial avec près de 45 millions de séjours touristiques en 2016. Les retombées économiques du secteur concernent plus de 500 000 emplois.

Dans un univers concurrentiel, exigeant et en constante mutation, la mission du CRT Paris-Île-de-France est de mettre en place une stratégie permettant de maintenir et de renforcer la place de la destination.

Le Comité Régional du Tourisme Paris Île-de-France, par son action auprès des acteurs du tourisme et des visiteurs, assure la promotion et le développement de la destination Paris Île-de-France. Il met en place les ressources, les outils, l'accompagnement et le réseau permettant aux professionnels du tourisme francilien de développer et de distribuer une offre qualitative, innovante et adaptée.

Les objectifs du CRT Paris Île-de-France : le développement d'une offre exigeante et qualitative, le renforcement de l'attractivité de la destination, la fidélisation des visiteurs, l'entretien de la vitalité économique du secteur et son inscription dans une dynamique durable.

Le CRT Paris Île-de-France souhaite analyser le positionnement de Paris Île-de-France vis-à-vis de ses principales concurrentes (Londres, Berlin, Rome, New-York, Amsterdam et Barcelone) à travers une étude de benchmarking afin d'identifier les forces, les faiblesses et les points d'optimisation de la destination notamment en matière de prix, d'accueil et de qualité.

Le CRT Paris Île-de-France dispose d'informations sur ces aspects grâce à ses dispositifs permanents d'enquêtes dans les aéroports, les trains, sur les aires d'autoroutes et dans les gares routières mais aussi à travers une étude récurrente sur les attentes et la satisfaction des visiteurs ainsi qu'à travers un dispositif de visite mystère. Toutefois, ces éléments ne permettent pas de disposer d'une vision d'ensemble. Cette étude de benchmarking apportera une vision complémentaire permettant d'identifier le positionnement de la destination dans son univers concurrentiel et ainsi de définir de nouvelles pistes de développement et de communication de l'offre touristique de la destination.

B. Présentation du Pôle Etudes et Observation

Le rôle du Pôle Etudes et Observation est de mettre en œuvre et d'exploiter des dispositifs d'enquêtes ainsi que de réaliser des analyses à forte valeur opérationnelle pour apporter aux professionnels du tourisme des éléments de connaissance leur permettant de mieux comprendre les pratiques des visiteurs de la destination, d'anticiper l'évolution de la

demande et d'élaborer des stratégies marketing et commerciales pertinentes. Ces données sont complétées par des études thématiques permettant d'approfondir les connaissances des acteurs du secteur du tourisme sur des clientèles ciblées, des sites ou activités précis, ou encore des modes de consommation de services touristiques.

C. Objet du marché

Le CRT, par la présente consultation, cherche à réaliser une étude de benchmarking en matière de prix, d'accueil et de qualité de la destination Paris Île-de-France par rapport à ses principales concurrentes : Berlin, Londres, Rome, New-York, Amsterdam et Barcelone.

D. Objectifs

- **Segment prix** : la destination Paris Île-de-France est-elle plus onéreuse que ses concurrentes en matière d'hébergement (le prix du logement, de la chambre, les services proposés...), de restauration (restauration rapide, gastronomique, les services proposés...), de transport (au sein de la destination : transports en commun, taxi/VTC, location de voiture...) ou encore en matière de loisirs (le prix d'une entrée dans des musées et monuments, d'une exposition temporaire, d'une sortie dans un bar/nightclub, du shopping...) ?
- **Segment qualité** : la qualité en matière d'hébergement (la qualité du logement, des chambres, des services proposés, le rapport qualité/prix, la qualité de l'information fournie par les professionnels...), de restauration (la qualité des services proposés, le rapport qualité/prix, la qualité de l'information fournie par les professionnels...), de transport (l'accessibilité, le maillage de la destination, l'accès à l'information...) ou encore de loisirs (la qualité de l'information fournie par les professionnels, l'accessibilité aux sites...) de la destination Paris Île-de-France est-elle supérieure/équivalente/inférieure à celle de ses concurrentes ?
- **Segment accueil** : l'accueil des professionnels à Paris Île-de-France est-il de meilleure qualité que celui de ses concurrents en matière d'hébergement, de restauration, de transport ou encore en matière de sorties (gestion de l'attente, attitude du personnel, équipements, expertise métier...) ? Qu'en est-il également de l'accueil des habitants de la région ?

E. Prestations souhaitées

La méthodologie proposée doit répondre aux objectifs exposés ci-dessus. Elle devra faire l'objet d'une présentation détaillant l'approche envisagée, le mode de recueil retenu et le dimensionnement du dispositif.

- **La population cible**

Le dispositif doit permettre d'interroger les touristes internationaux s'étant d'une part récemment rendus à Paris Île-de-France dans le cadre d'un voyage individuel et d'autre part ayant visité au minimum deux de ces villes : Londres, Berlin, Rome, New-York, Amsterdam et Barcelone.

Les nationalités entrant dans le périmètre de l'étude sont les suivantes : Britanniques, Américains, Espagnols, Italiens, Belges, Allemands, Chinois, Néerlandais, Australiens et Suisses.

- **L'échantillon**

L'échantillon devra être suffisamment important pour pouvoir effectuer des comparatifs fiables entre Paris Île-de-France et les autres destinations étudiées et éventuellement de disposer des résultats par nationalité.

- **Le planning du terrain**

Le terrain devra être effectué au début du 4^{ème} trimestre 2017, dans le but de fournir des résultats fin 2017.

- **Le déroulement et les livrables**

Le candidat retenu devra dans sa proposition être en capacité de répondre aux éléments suivants :

- La conduite du terrain auprès de la population-cible
- Le traitement et l'analyse des résultats
- La mise en place de points terrain réguliers
- La transmission au CRT des résultats complets au format PPT dans la charte graphique du CRT, d'une synthèse PPT et d'une synthèse Word
- La mise à disposition d'un fichier Excel avec les tris à plats et les tris croisés
- La présentation des résultats aux membres du CRT ainsi qu'à ses partenaires

Par ailleurs, les rapports devront comporter une partie consacrée aux préconisations marketing tirées des résultats obtenus. Si le dispositif présente une partie qualitative, le CRT souhaite en outre que lui soit communiqué l'ensemble des comptes rendus d'entretiens (vidéos, verbatim...).

- **Le budget**

Le budget prévisionnel est plafonné à 45 000€ HT.

F. Propriété des résultats

Le titulaire du marché cède, à titre exclusif, l'intégralité des droits ou titres de toute nature afférents aux résultats permettant au pouvoir adjudicateur de les exploiter librement.

Dans l'hypothèse où des résultats seraient protégés par un droit d'auteur, le titulaire du marché cède les droits d'exploitation sur les résultats au CRT à titre exclusif dans les conditions suivantes :

- Droit de reproduction sur tout support ;
- Droit de représentation par tout moyen de diffusion.

Ladite cession étant consentie pour tout usage, pour le monde entier et pour toute la durée légale de protection des droits d'auteur.

En toute circonstance, le titulaire du marché reste seul responsable à l'égard de ses salariés et des tiers intervenants pour son compte.

*

Pour toutes informations complémentaires vous pouvez joindre

Monsieur Mathieu Belliard : mbelliard@visitparisregion.com

Cette consultation n'est pas rémunérée.