

MISSION DE PRESTATIONS INTELLECTUELLES

**PROPOSITION D'UNE PRESTATION
AXEE SUR L'AMELIORATION DE L'ACCUEIL TOURISTIQUE
EN GRAND LIBOURNAIS**



Cahier des charges

Pouvoir Adjudicateur :

Pôle d'Equilibre Territorial et Rural du Grand Libournais
1 place Maurice Druon 33570 LES ARTIGUES-DE-LUSSAC

Représenté par Monsieur Marcel BERTHOME

Date limite de remise des offres : le 28 juin 2019 à 12h

1. OBJET DE LA CONSULTATION

Le présent marché porte sur la réalisation d'une prestation composée de 2 volets qui devront être traitées de façon successive, et dont la finalité est l'amélioration de la qualité d'accueil des structures touristiques du Grand Libournais.

Volet 1 : Diagnostic des pratiques d'accueil :

Il s'agit de la réalisation d'un audit qualité, selon une liste de critères prédéfinis, dans l'ensemble des établissements engagés dans le volet 2 de l'opération,

Volet 2 : Formation en anglais :

La réalisation d'une formation permettant à 40 professionnels du tourisme d'accueillir les visiteurs étrangers en anglais, d'acquérir des rudiments de vocabulaire, de comprendre et de prendre en compte les demandes des touristes.

2. CONTEXTE LOCAL – PRESENTATION DU TERRITOIRE

2.1. Localisation



Le Grand Libournais se situe au Nord-Est du département de la Gironde, à la jonction de 4 départements (Charente Maritime et Charente au Nord, Dordogne à l'Est et Lot-et-Garonne au Sud), entre les agglomérations de Bordeaux à l'Ouest et de Bergerac à l'Est.

La proximité de l'agglomération bordelaise offre au Grand Libournais une situation enviable, en plaçant ses habitants à une distance réduite du cœur économique de la Région Nouvelle Aquitaine.

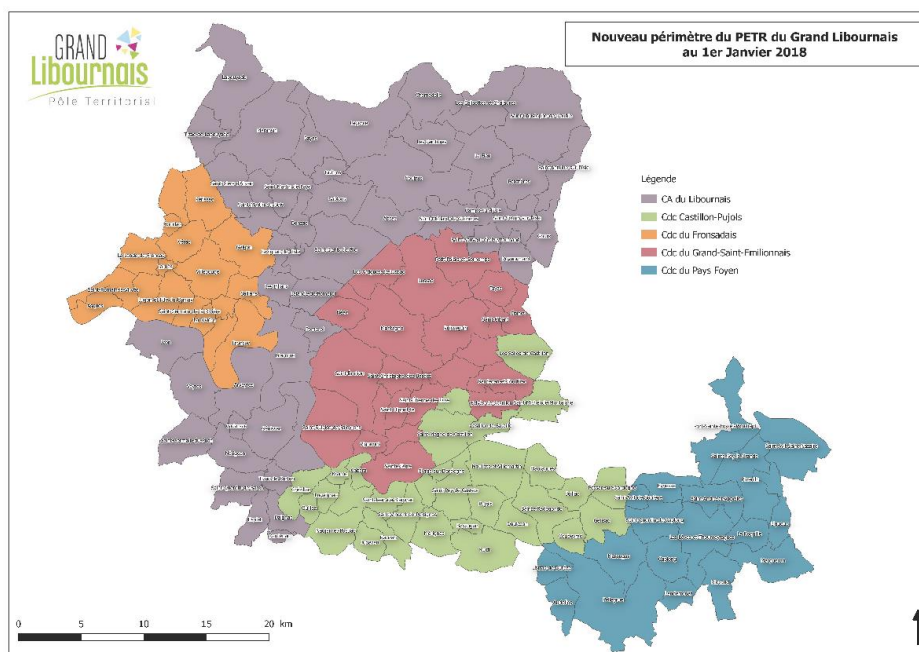
2.2. Portrait

Le territoire de projet du Grand Libournais a été créé en décembre 2001. C'est un territoire cohérent sur les plans géographique, culturel, économique et social, ainsi qu'une communauté d'intérêts entre collectivités et acteurs socio-économiques, regroupés au sein d'un pays devenu Pôle d'Equilibre Territorial et Rural (PETR) en 2015.

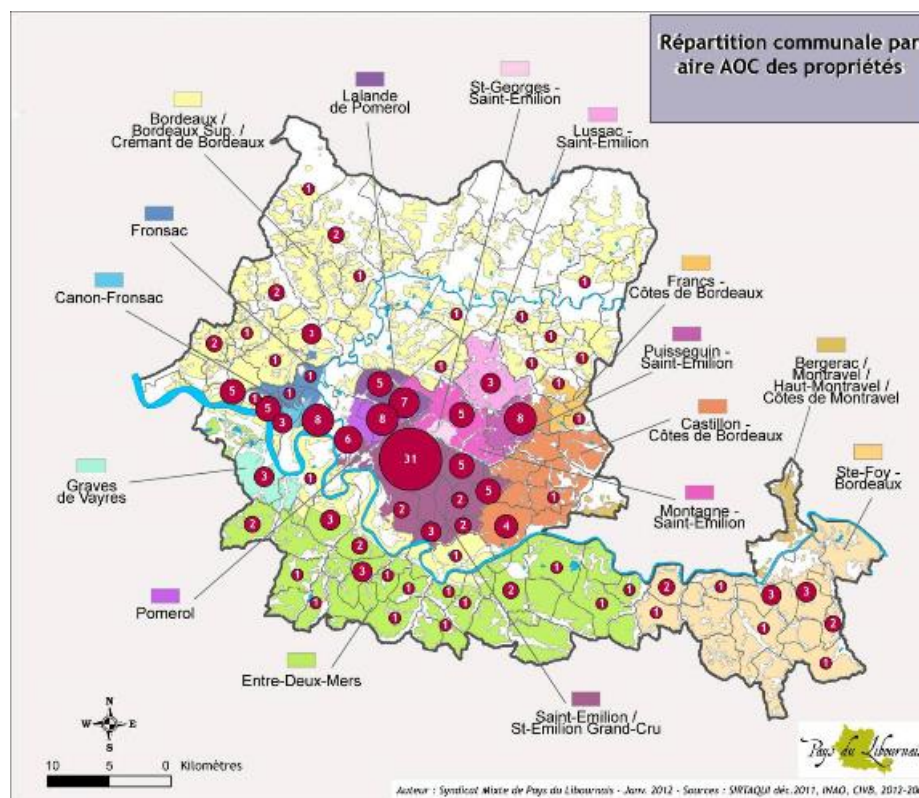
Un Conseil de Développement territorial (émanation de la société civile) accompagne les élus dans la mise en œuvre du projet de territoire.

Administrativement, le périmètre du Grand Libournais reprend, à quelques communes près, le périmètre de l'arrondissement de Libourne.

Il regroupe en son sein 5 EPCI-FP (une communauté d'agglomération et 4 communautés de communes plus rurales), soit 136 communes : 134 du département de la Gironde dont la ville centre Libourne et 2 de Dordogne (Saint-Michel-de-Montaigne et Port-Sainte-Foy-et-Ponchapt), pour une population totale de près de 160.000 habitants (INSEE 2019).



Sur les quelques 1.400 km² que représente le Grand Libournais, près de la moitié de cette superficie est consacrée à un usage agricole, majoritairement viticole (446 km²). 405 km² sont boisés (forêts, bois, taillis, haies), et 42 km² correspondent à des surfaces en eau (rivières, étangs).



Le territoire est fortement empreint par la viticulture, en dehors peut-être des zones boisées des massifs de la Double (au Nord) et du Landais (à l'Est). Au total, le Grand Libournais se caractérise par la présence de 22 Appellations d'Origine Contrôlée (AOC) viticoles, dont certaines sont de renommées mondiale (Saint-Emilion, Pomerol, Fronsac).

2.3. L'offre touristique

- Œnotourisme : Le Grand Libournais est un terroir viticole de qualité reconnu mondialement. L'œnotourisme, basé sur la découverte des régions viticoles et leurs productions, est une des principales activités touristiques, faisant partie intégrante du tourisme rural.
- Tourisme fluvial : La Dordogne, l'Isle et la Dronne constituent de formidables atouts au développement du tourisme fluvial et du tourisme « nature ». On y retrouve d'ailleurs quelques clubs proposant la location de canoës/kayaks durant la saison estivale. Il n'existe pas à ce jour de produits packagés et combinés ou spécifiques à cette activité. Le tourisme fluvial en Grand Libournais, c'est aussi des croisières au départ de Bordeaux. Aujourd'hui plusieurs compagnies accostent à Libourne pour faire découvrir la cité médiévale de Saint-Emilion auréolée du label UNESCO « Patrimoine mondial » et située à quelques encablures (8 km).
- Itinérances douces : Le Grand Libournais dispose de différents circuits de randonnée (pédestre, équestre, cyclotourisme), aux niveaux de développement très hétérogène. Les circuits de randonnée pédestre, de loin les plus développés, sont assez bien répartis sur l'ensemble du territoire. En parcourant l'offre proposée par les seuls offices de tourisme, on dénombre plus d'une cinquantaine d'itinéraires. En ce qui concerne la randonnée équestre, quelques initiatives isolées existent comme en Grand Saint-Emilionnais. Cependant, ces produits sont rares et manquent de promotion. S'agissant du cyclotourisme, le Grand Libournais ne dispose que de peu d'itinéraires Véloroutes-Voies Vertes. Le schéma régional en prévoit pourtant 3 :
 - l' EV.3 d'intérêt européen,
 - les V.90 et V.91 d'intérêt national.

Seule une partie de la V.90 est réalisée à ce jour. Pour autant, les offices de tourisme proposent un certain nombre de boucles locales qu'il conviendra de valoriser et d'adapter.

- Patrimoine : Le patrimoine du Grand Libournais apparaît aussi comme un attrait important pour le tourisme. Le territoire est riche en bâtiments historiques comme les châteaux moyenâgeux, les églises, chapelles, abbayes, couvents, et dont le fleuron est sans nul doute la cité médiévale de Saint-Émilien. Le Grand Libournais possède également en bordure de rivières un patrimoine fluvial important incluant des moulins, des écluses, quais et cales, des canaux de dérivation, qui participe de l'identité du territoire.

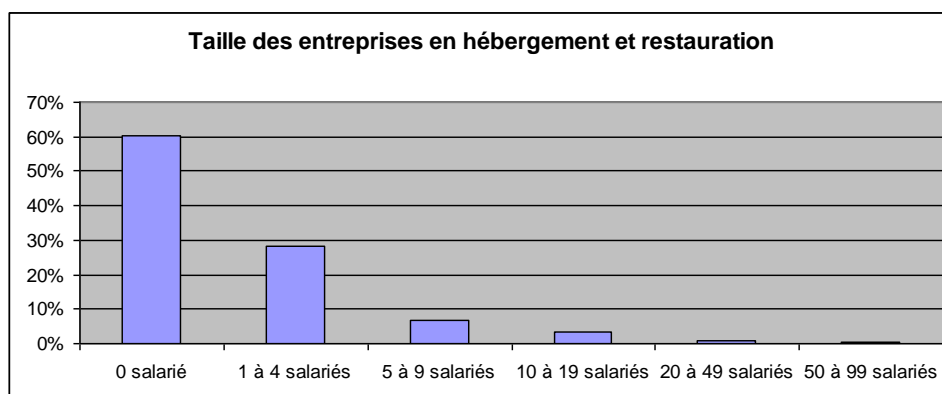
- Activités de loisirs : Les activités de loisirs sont nombreuses et diversifiées : visites guidées, monuments et châteaux sont proposées tout au long de l'année. On retrouve également une dizaine de musées répartis sur l'ensemble du territoire, dont le musée des Beaux-Arts de Libourne et quelques musées thématiques comme celui de la Batellerie à Port-Sainte-Foy-et-Ponchapt.
- Evènements : Les événements artistiques et culturels foisonnent. Ce sont au total plus de 1.000 manifestations auxquelles on peut assister chaque année sur le Grand Libournais. Certains de ces événements sont de portée nationale comme Fest'Art à Libourne, ou La Bataille de Castillon à Belvès-de-Castillon. Mais de nombreux autres sont plus identitaires, tels que le Banc des vendanges & la fête du printemps de la Jurade de Saint-Emilion, ou bien encore le Semi-marathon des crus satellites de Saint-Émilion.

2.4 Poids du tourisme sur le territoire

Le tourisme génère des retombées économiques de l'ordre de 45 millions € sur le territoire. C'est du moins ce qui ressort d'une étude commandée par le Pays du Libournais au cabinet Europraxis en 2013.

Les premiers bénéficiaires de cette manne sont sans nul doute l'hébergement et la restauration qui représentent respectivement 111 et 477 établissements. Ceux-ci représentent un peu moins de 3 % des établissements commerciaux du territoire. (INSEE 2012).

Ce sont pour la plupart de toutes petites structures. En effet, sur les 588 établissements d'hébergement et de restauration que compte notre territoire, 60% sont sans salariés et 88% ont moins de 5 salariés. Leur capacité de développement s'en trouve de ce fait limitée.



Les plus grosses structures se retrouvent tout naturellement sur les territoires ayant la plus forte attractivité soit Libourne, au titre de pôle centre, et Saint-Émilion.

Les structures d'hébergement employaient selon les statistiques de l'INSEE 174 salariés en 2012. Selon ces mêmes sources, les établissements de restauration procuraient à cette époque 924 emplois. En comparaison des 54 000 emplois que propose le territoire, ces 2 types d'établissements procurent un peu plus de 2 % des emplois totaux. Ce chiffre est bien évidemment sous-estimé par le manque de données nous permettant de calculer réellement les emplois inhérents au tourisme.

En effet, les musées, supérettes, commerces de proximité, grandes surfaces, cafés... sont autant d'établissements touristiques fortement pourvoyeur d'emplois dans ce domaine d'activité selon l'INSEE. Cependant, nous ne disposons pas des données nécessaires pour en mesurer l'impact.

Il en est de même pour notre attrait phare, l'œnotourisme. En effet, une étude de l'ADT (Les clientèles des sites du vin en Gironde - 2010) indique qu'en Gironde, le vignoble génère environ 4,3 millions de visites par an. Cette même étude mentionne que 26 % de ces visiteurs fréquentent spécifiquement le territoire du Libournais soit une affluence de près de 1 120 000 visiteurs. L'accueil de ceux-ci est forcément générateur d'emplois au sein des propriétés viticoles mais nous sommes aujourd'hui dans l'incapacité de le chiffrer.

2.5. Gouvernance touristique territoriale

En Grand Libournais, la mission touristique se répartit au sein de plusieurs entités. Chacun des EPCI disposent d'un office de tourisme qui assume à minima les missions régaliennes : d'accueil, d'information, de promotion touristique, et de coordination des partenaires. Les Offices de Tourisme du Libournais et du Grand Saint-Emilionnais organisent également la gestion d'équipements et la commercialisation de produits touristiques.

En outre, certains EPCI ont mis en place un service touristique qui assure une mission stratégique de prospective.

Le PETR du Grand Libournais intervient à son niveau pour tout projet, réflexion ou étude ayant potentiellement un impact sur une part significative de son périmètre d'intervention. Il agit principalement au niveau de missions supports, en appui auprès des EPCI et Offices de Tourisme maîtres d'ouvrage.

3. DETAIL DES PRESTATIONS

La mission proposée se décline comme suit :

3.1. PROMOTION DU DISPOSITIF ET ENREGISTREMENT DES ENTREPRISES S'ENGAGEANT DANS LE PROGRAMME

3.1.1. Action 1 : Informations collectives et individuelles

- Conférence de presse avec les partenaires pour annoncer le démarrage de l'opération
- Fournir un fichier d'entreprises correspondant aux cibles d'entreprises envisagées par le PETR / Offices de Tourisme
- Ciblage des entreprises pour promotion du programme avec le PETR / Offices de Tourisme
- Promotion du dispositif par l'Office de Tourisme auprès de ses adhérents
- En complément, prospection terrain des entreprises par le prestataire pour faire adhérer le plus grand nombre d'entreprises au programme.

3.1.3. Action 2 : Validation de participation de la part de l'entreprise

- Le prestataire se charge de collecter les adhésions des entreprises
- Le dirigeant signe une charte d'engagement à suivre le processus
- Le prestataire remet le planning prévisionnel des actions menées dans le cadre de son adhésion au programme et cale les dates de formation en anglais

3.2. REALISATION D'UN DIAGNOSTIC DES PRATIQUES D'ACCUEIL POUR CHAQUE ETABLISSEMENT.

CONTENU DE L'AUDIT : ce volet doit être réalisé sous la forme d'un client mystère qui prend contact avec chacun des prestataires identifiés selon différents modes de communication :

- test de la qualité de l'accueil en ligne,
- test de la qualité de l'accueil par téléphone,
- test de la qualité de l'accueil sur le point de vente : accueil client à son arrivée / attention aux besoins du client / informations sur les centres d'intérêts locaux / recueil avis clients / propreté / affichage des prix, horaires en français et en langues étrangères...

RESTITUTION DE L'AUDIT

- retours aux entreprises / Conseils et préconisations pour mettre en place des actions correctives (Un échange avec le dirigeant d'entreprise sur la base des éléments audités permettra d'apporter des préconisations utiles pour la mise en place d'actions correctrices.),
- présentation des résultats synthétiques à l'Office de Tourisme et au PETR

3.3. MODULE FORMATION EN ANGLAIS

SPECIFICATIONS TECHNIQUES

- Groupe de 8 personnes / EPCI - 20 heures au total - 2h à 2h30 / semaine,
- Formations délocalisées au plus près des entreprises. Le prestataire se charge d'organiser la logistique de la formation (gestion des salles, coordination avec les formateurs, feuilles d'émargement, suivi de l'assiduité des candidats...),
- Formations dispensées par un organisme pouvant justifier d'un numéro d'agrément obtenu auprès des services de l'Etat-DIRECCTE.

OBJECTIFS PROFESSIONNELS : Faire tomber l'appréhension, la barrière de la langue, comprendre et prendre en compte l'accueil du client.

CONTENU :

- L'accueil : formules de bienvenue / Formules de politesse, se présenter, s'enquérir du besoin / Orienter le client : l'environnement, la direction,
- Le conseil, le service, la vente : décrire les services et produits / Utiliser les phrases simples en cas d'incompréhension / Conseiller et donner recommandation / Le paiement, les moyens de paiement / Prendre congés et formule de politesse
- La dimension interculturelle
- Méthode : expression orale
- Evaluation : exercices
- Attestation de fin de stages

4. LIVRABLES

- CLIENT MYSTERE :
 1. synthèse des audits clients mystères à l'OT / PETR,
 2. remise et présentation du rapport détaillé client mystère aux entreprises
- ANGLAIS : attestation de fin de stage
- GUIDE D'ACCUEIL DE LA CLIENTELE ETRANGERE

5. CALENDRIER DES PRESTATIONS

L'objectif est de réaliser l'ensemble de cette prestation dans un délai maximum de 5 à 9 mois, après les délais de validation du PETR du Grand Libournais.

Lors de la remise de son offre, le prestataire devra fournir un calendrier de travail prévisionnel le plus précis possible pour l'ensemble des volets de cette prestation,

6. PROPRIETE INTELLECTUELLE ET CONFIDENTIALITE

Le prestataire titulaire du marché cèdera à titre exclusif au PETR du Grand Libournais, sous réserve des dispositions législatives et réglementaires sur la propriété intellectuelle (l'option B de l'article 25 du CCAG-PI étant retenue), l'ensemble des droits d'exploitation attachés à l'exécution du présent marché, au fur et à mesure de leur réalisation.

Il est convenu que cette cession est consentie à titre gratuit. Ce droit comporte celui de représenter, de reproduire, de diffuser et de communiquer, de quelque façon que ce soit, tout ou partie des éléments issus de l'exécution du marché. Ils serviront notamment de base de réflexion lors des études opérationnelles de maîtrise d'œuvre.

Le bureau d'étude titulaire du marché sera soumis à une obligation de confidentialité sur les résultats des présentes études. Il s'interdira notamment toute forme de communication et toute remise de documents à des tiers sans l'accord du maître d'ouvrage ; mais il pourra disposer de l'usage de ses droits, pour les besoins propres à son exercice professionnel, ceci pour des publications personnelles, actions de promotion de ses activités et dossiers de références. L'arrêt de l'exécution du marché, quelle qu'en soit la cause, ou l'achèvement de la mission, ne font pas obstacle à l'exercice des droits ci-dessus acquis.

Le

Signature :