

Cahier des charges
Enquête « in situ » Marseille et territoire d'Aix en Provence
(touristes français et étrangers & Résidents)
Touristes français et résidents – Bouches du Rhône
Dans le cadre de la démarche « Esprit Client »
de la CCIMP Marseille Provence

1. Contexte

En prévision de l'évènement « Capitale européenne de la Culture – Marseille – Provence » en 2013, la CCIMP (Chambre de Commerce et d'Industrie de Marseille Provence) a initié une démarche « Esprit client » visant à sensibiliser et professionnaliser l'ensemble des acteurs du tourisme et du commerce à l'importance de l'accueil.

Ce projet s'appuie sur l'expertise acquise par ATOUT France avec notamment la campagne « Bienvenue en France », et regroupe les collectivités locales, institutions touristiques, associations de commerçants, syndicats professionnels du commerce et de l'hôtellerie-restauration de Marseille Provence autour de l'ambition suivante : « Faire de l'Esprit Client un atout reconnu de Marseille Provence au même titre que ses autres atouts naturels ». D'ores et déjà 1600 professionnels se sont engagés dans la démarche Esprit Client.

Dans le cadre de ce projet global, phasé jusqu'en 2013, Atout France, la CCIMP et ses partenaires locaux ont mis en place un baromètre visant à mesurer, régulièrement, le ressenti des touristes vis-à-vis de l'accueil sur le territoire de Marseille- Provence. L'année 2009 a constitué « l'état zéro » de la constitution du baromètre et la saison 2010 sera l'année d'une enquête terrain, in situ, auprès de l'ensemble des populations touristiques, Français, Européens (italiens 22%, anglais/irlandais 14% & belges 13%) et de la population locale.

2. Objet

Cette enquête **in situ** vise :

- les **touristes français** ayant séjourné dans la Ville de Marseille, dans les communes du Pays d'Aix en Provence et sur le reste du territoire des Bouches du Rhône.
(3 groupes distincts)
- les **touristes étrangers** ayant séjourné dans la Ville de Marseille et dans les communes du Pays d'Aix en Provence (2 groupes distincts)
- les **résidents** de la Ville de Marseille, des communes du Pays d'Aix en Provence et du reste du territoire des Bouches du Rhône (3 groupes distincts)

Elle s'appuiera pour les touristes français et étrangers sur le questionnaire utilisé en 2009 (en pièce jointe) durant l'enquête précédente afin de disposer de variables de comparaison, d'évolution et de prospective.

Plus précisément, il s'agit de mieux cerner les profils de touristes du territoire des Bouches-du-Rhône et les caractéristiques de leurs séjours (durée, modes de transport et d'hébergement, activités pratiquées, etc.); l'image, auprès de ces touristes, de la destination Marseille-Provence en termes d'accueil; la perception générale de l'accueil et la satisfaction générale de ces touristes dans certains types de lieux (transports, lieux culturels, offices du tourisme), et dans 3 types d'établissements (commerces de proximité, cafés et restaurants, hôtels).

Pour les résidents, il s'agit de mesurer l'image de la destination touristique Marseille-Provence; leur perception générale de l'accueil et leur satisfaction générale dans certains types de lieux (transports, lieux culturels, offices du tourisme), et dans les mêmes 3 types d'établissements.

Un focus "transport" sera effectué sur les 3 cibles dans la Ville de Marseille

Dans un esprit opérationnel, il s'agit de doter les acteurs touristiques d'outils de travail aisément exploitables et appropriables.

3. Méthode de travail

Cette étude se déclinera en quatre temps :

1. Sélection des sites touristiques particulièrement fréquentés par les clientèles notamment européennes (anglaises et ou italiennes) et sélection des points d'enquêtes auprès des populations résidentes dans le reste du territoire des Bouches du Rhône, dans une **période comprise entre mi juin et fin septembre 2010**. Cette sélection sera réalisée grâce au concours actif des communes concernées et la CCIMP de Marseille Provence.
2. Calibrage du questionnaire "Touristes" basé sur celui de 2009 (en pièce jointe), traduction du questionnaire en anglais & italien & finalisation du questionnaire Résidents (CF pièce jointe)
3. Organisation de la collecte des enquêtes, selon la méthode, en face à face ou en mode auto administré
4. Analyses, typologie des individus, bilan d'image de la destination Bouches du Rhône dont Marseille-Provence, analyse détaillée des facteurs d'impact de la satisfaction vis-à-vis des commerces, cafés et restaurants et modes d'hébergement marchands, afin de dégager les leviers d'actions, mise en forme des résultats et des recommandations.

5. Délais

Cette étude de marché devra se réaliser dans un délai maximum de six mois, à compter de la date de signature du marché. Les résultats intermédiaires pourront être présentés au cours de différentes réunions au comité de pilotage.

Terrain : mi-juin à fin septembre 2010

Résultats flash : Sem. 18 octobre 2010

Restitution des résultats (Marseille) au plus tard le 10 novembre 2010

6. Comité de pilotage

Un comité de pilotage composé de membres d'Atout France ; de la CCIMP et de partenaires des Bouches du Rhône contribuant à ces travaux est chargé du suivi de cette étude.

7. Budget

Cette étude ne devra pas excéder un budget de **85 000 € HT**.

8. Personnes ressources

Corinne Lespinasse-Taraba – Sous Directeur Ingénierie – 01 42 96 74 63

Catherine Montagné – Directrice Marketing - CCIMP Marseille Provence – 04 91 39 34 56

Emanuel Duval – Chef de service Atout France Méditerranée – 04 96 11 07 40

9. critères d'évaluation des offres

La proposition sera jugée par rapport aux éléments suivants, par ordre de priorité :

- compréhension du cahier des charges et compétences techniques mobilisées
- pertinence de la méthodologie proposée en termes de choix d'échantillon et de modes de recueil des données. La méthodologie d'enquête est laissée au choix du bureau d'études.
- prix avec chiffrage des différents travaux en journées consultants

10. Date limite des réponses

21 Mai 2010 par envoi mail auprès de :
corinne.lespinasse-taraba@franceguide.com

Une audition pourra être organisée la semaine du 24 au 28 mai 2010 à Paris.

PJ : Questionnaire 2009

PJ : Questionnaire Résident 2010 à finaliser