

## Définition de la stratégie régionale en terme de commercialisation des prestations touristiques

### Contexte :

Dans le cadre de son action en soutien aux professionnels du tourisme de la destination Occitanie Sud de France, le Comité Régional du Tourisme et des Loisirs souhaite étudier l'opportunité de s'engager plus fortement dans le processus de commercialisation et favoriser les réservations de prestations (hébergements, activités de loisirs, séjours packagés).

Cette réflexion, engagée en 2021 dans le cadre des actions de relance de l'activité touristique, s'est traduite par la mise en œuvre d'une plateforme de réservations intégrée au site [www.tourisme-occitanie.com](http://www.tourisme-occitanie.com), mettant ainsi à disposition des professionnels du tourisme d'Occitanie son audience annuelle de 2,4 millions de vues en 2020.

En phase avec les valeurs portées par le CRTL, ce dispositif avait pour vocation de créer un cercle vertueux :

- pour les visiteurs potentiels de la destination en leur apportant un service complémentaire
- pour les prestataires touristiques régionaux en développant un levier de commercialisation supplémentaire sans commission, contrairement aux plateformes de réservation exigeant des commissions entre 15-20%
- pour le territoire, en stimulant les réservations en circuit court, et maximisant ainsi les retombées économiques sur le territoire

La réservation de 2 988 hébergements (hôtels, résidences de tourisme, campings, villages de vacances, gîtes et chambres d'hôtes) en Occitanie a ainsi été rendue possible pour l'internaute depuis [www.tourisme-occitanie.com](http://www.tourisme-occitanie.com) via une place de marché, pendant une phase de test courant jusqu'au 31/12/2021.

Le Comité Régional du Tourisme et des Loisirs Occitanie souhaite à présent amorcer une nouvelle phase de réflexion et définir son positionnement en valeur ajoutée vis-à-vis des prestataires touristiques, en cohérence et en lien étroit avec ses partenaires.

## **Objectifs de la présente consultation :**

Le CRTL souhaite s'appuyer sur une assistance à maîtrise d'ouvrage afin de réaliser diagnostic et recommandations au plus près des réalités du terrain.

- Analyser l'existant, à échelle régionale, nationale et internationale et collecter des retours d'expériences
- Identifier et proposer au CRTL Occitanie des préconisations stratégiques terme de commercialisation de l'offre touristique régionale (hébergements, loisirs séjours packagés)
- Décliner ces préconisations en opérationnel afin de mettre en lumière tous les éléments structurants et faciliter la prise de décision

## **Prestations attendues :**

Le CRTL lance une consultation simplifiée pour sélectionner un prestataire mobilisé sur 5 phases de l'étude :

- Phase 1 : Recenser des acteurs en place ayant engagé des stratégies de commercialisation : cartographie complète, chiffres clés, PMS utilisées, retour d'expérience et facteurs clés de succès / d'échec
- Phase 2 : Identifier les besoins des professionnels en terme d'aide à la commercialisation, et les attentes vis-à-vis du CRTLO.
- Phase 3 : Mettre en évidence les évolutions des comportements des publics en terme de réservations de séjours et mutations éventuelles depuis 2019 et les besoins des clientèles
- Phase 4 : Assurer un benchmark des pratiques des CRTs et des initiatives remarquables menées à l'étranger (Norvège, Suisse...)
- Phase 5 : Dresser des préconisations stratégiques pour le CRTL Occitanie, sur le positionnement à adopter quant au sujet de la commercialisation, en s'appuyant sur les valeurs de l'organisation, s'inscrivant dans le développement d'un tourisme durable et responsable.

Des temps de restitution seront à assurer à l'occasion de réunions internes avec le COPIL, les administrateurs du CRTLO, ainsi qu'avec les partenaires (ADT, OT, partenaires privés), à chaque phase de l'étude.

## Livrables :

### Phase 1 : Recensement des acteurs

- Cartographie complète
- Modèles partenariaux mis en œuvre
- Modèles économiques
- Chiffres clés
- Part de marché des systèmes de gestion des établissements (PMS) utilisés par les professionnels et représentativité de l'offre d'hébergements régionale
- Retour d'expérience (témoignage maître d'œuvre et sélection de prestataires engagés)
- Facteurs clés de succès / d'échec
- Synthèse des échanges avec les acteurs-clés, institutionnels et privés

### Phase 2 : Identification des besoins des professionnels

- Synthèse des échanges / entretiens avec les acteurs-clés, institutionnels et privés
- Analyse des résultats d'une enquête auprès des socios pros à co-construire avec le le CRTLO et pouvant être administrée par le CRTLO.

### Phase 3 : Mettre en évidence les évolutions des comportements

- Analyse des comportements d'achat en termes de réservation de prestations touristiques (hébergements, loisirs, séjours packagés) et tendances marché France et Europe (5 marchés prioritaires : Allemagne, Grande Bretagne, Belgique, Pays Bas, Espagne)

### Phase 4 : Benchmark des pratiques des CRTs

- Benchmark des pratiques des CRTs et des initiatives remarquables menées à l'étranger (Norvège, Suisse...) : dispositif, modèle partenarial, modèle économique, technologie, chiffres clés et retours d'expérience côté maître d'œuvre et côté prestataires

### Phase 5 : Dresser les préconisations stratégiques

- Préconisations stratégiques pour le CRTL Occitanie, sur le positionnement à adopter quant au sujet de la commercialisation, en s'appuyant sur les valeurs de l'organisation, s'inscrivant dans le développement d'un tourisme durable et responsable.

Ces préconisations devront préciser leur déclinaison opérationnelle et détailler :

- l'organisation de la gouvernance
- le modèle partenarial avec les prestataires touristiques
- les ressources humaines et les compétences métiers à mobiliser
- les actions marketing à déployer pour accompagner le dispositif

- les outils/fonctionnalités technologiques à mettre en œuvre et l'impact de leur intégration sur l'architecture techno actuelle en lien avec la remontée et le traitement des DATA
- l'engagement financier nécessaire pour assurer le succès et la pérennité du dispositif
- le planning prévisionnel
- les facteurs clés du succès
- les écueils à éviter

### **Interlocuteurs :**

Partenaires institutionnels (Agences de Développement Touristique, sélection d'Offices de Tourisme, Chambres de Commerce et d'Industrie), et partenaires privés (hébergeurs, agences réceptives, prestataires de loisirs) devront être associés à la démarche par le biais de l'enquête, ainsi qu'une sélection d'acteurs à définir pour les entretiens conduits. (13 ADTs, 2 CCI, environ 10 OTs, environ 20 socios pros)


### **Planning :**

Le planning ci-dessous, sur 6 mois, est donné à titre indicatif. Le bureau d'études retenu pourra être force de propositions sur le déroulé de la mission, et échelonner ses prestations jusqu'à la fin du mois de juin.

- Semaine 50 : 16 ou 17/12/2021 : réunion de lancement COPIL / AMO
- Semaine 4 : 26/01/2022 : date-limite de transmission des livrables de la phase 1 au COPIL
- Semaine 5 : 31/01/2022 : réunion COPIL/AMO - restitution de la phase 1
- Semaine 8 : 25/02/2022 : date-limite de transmission des livrables de la phase 2 au COPIL (V1)
- Semaine 9 : 3/03/2022: réunion COPIL/AMO - restitution de la phase 2
- Semaine 11 : 18/03/2022 : date-limite de transmission des livrables de la phase 3 au COPIL (V1)
- Semaine 12 : 24/03/2022 : réunion COPIL/AMO - restitution de la phase 3
- Semaine 15 : 14/04/2022 : date-limite de transmission des livrables de la phase 4 au COPIL (V1)
- Semaine 16 : 21/04/2022 : réunion COPIL/AMO - restitution de la phase 4
- Semaine 19 : 11/05/2022 : date-limite de transmission des livrables de la phase 5 au COPIL (V1)
- Semaine 20 : 19/05/2022: réunion COPIL/AMO - restitution de la phase 5

### **Modalités de la consultation :**

- Calendrier prévisionnel :
  - o Offres à adresser par email à [jeanne.bru@crtoccitanie.fr](mailto:jeanne.bru@crtoccitanie.fr), au plus tard le **mercredi 8 décembre à 12h**
  - o Attribution de la mission la semaine 50 entre le 13 et le 15/12
  - o Réunion de lancement, par visioconférence, entre le 16 et le 17 décembre

- 
- Documents à remettre par le candidat :
    - Une note méthodologique détaillée
    - Une proposition de calendrier prévisionnel
    - Un devis (en précisant le nombre de jours alloués à la mission et le coût par jour, et en séparant les frais annexes (transport par ex), des prestations de conseil et d'accompagnement)
    - Une présentation de la structure et de ses références avec contact ciblé sur des prestations similaires (élaboration de stratégies marketing de destinations en lien avec la commercialisation)
  - Critères de sélection :
    - Expertise du candidat : 40%
    - Adaptation au projet, pertinence des propositions : 40%
    - Montant de la prestation : 20%

**Budget :**

Cette consultation s'inscrit dans le cadre d'une procédure adaptée (MAPA), dans la limite de 40 000 € HT maximum.

**Contact :**

Jeanne BRU – Directrice Pôle Marketing et Attractivité :

Tél. : **06 30 79 83 45**

Email : [jeanne.bru@crtoccitanie.fr](mailto:jeanne.bru@crtoccitanie.fr)