



ETUDE DE POSITIONNEMENT IDENTITAIRE - CAHIER DES CHARGES
« Formation développement des acteurs du tourisme en Cœur d'Hérault »

Contexte :

Une réflexion pour le développement touristique du territoire a été engagée depuis 5 ans. Ce travail a été réalisé dans le cadre d'un comité de pilotage associant les différents acteurs touristiques du territoire.

La démarche de réflexion stratégique engagée pour l'élaboration d'un projet de développement touristique à l'échelle du Pays Cœur d'Hérault vise à maîtriser le développement touristique de la Destination.

Cette démarche doit tenir compte d'une part, des profondes mutations du monde du tourisme :

- concurrence accrue à l'échelle nationale et internationale,
- l'évolution des marchés,
- le bouleversement des comportements et des aspirations

D'autre part, des enjeux liés au contexte local lui aussi en pleine mutation :

- une pression démographique forte,
- le développement d'une économie résidentielle génératrice de besoins en services et loisirs de proximité,
- les risques de rurbanisation du territoire,
- la recomposition du jeu des acteurs institutionnels touristiques locaux (montée en puissance de l'intercommunalité),
- les conséquences sur l'environnement et les paysages.

Projet :

Ce travail a abouti à un document stratégique « Cadre d'orientation » suivi d'un plan d'actions validé par la Commission Tourisme du Pays le 28 octobre 2005.

Une des actions prioritaire identifiée dans ce plan porte sur la réalisation d'une **étude de Positionnement Identitaire, complément nécessaire à la réussite de la stratégie.**

Conformément à l'esprit du projet de développement durable du Pays, il s'agit bien de remettre l'habitant au cœur de la réflexion et du processus de développement touristique afin de conforter les bases d'un schéma de développement durable.



Objectifs :

Il s'agit de permettre un positionnement différentiel du territoire par rapport à la concurrence en prenant appui sur son identité profonde.

C'est-à-dire,

- travailler sur les valeurs identitaires fortes du territoire portées et partagées par l'ensemble des acteurs et perçues par le client,
- impliquer les habitants, la population locale en tant que client mais aussi en tant qu'« ambassadeur » du territoire,
- donner du sens aux actions des collectivités locales et apporter des éléments d'aide à la décision.

Le but étant d'assurer une coordination à l'échelle du Pays et une articulation entre les objectifs touristiques de la charte de Pays et le schéma de développement du tourisme et des loisirs du département de l'Hérault 2005-2010.

Il s'agira ainsi de sensibiliser les interlocuteurs à la notion de Pays afin qu'ils puissent se l'approprier pour l'intégrer dans leurs actions touristiques.

Maître d'ouvrage :



Association du Pays Cœur d'Hérault

18 avenue Raymond Lacombe 34800 CLERMONT L'HERAULT

Téléphone : 04.67.44.39.74 / Télécopie : 04.67.44.38.97

Mail : contact@coeur-herault.fr / Site : www.coeur-herault.fr

Contenu de la mission :

1-

Travail d'audit et de concertation auprès des acteurs du territoire [des professionnels, des élus, de la population locale (*associations, personnes ressources, etc.*) et des clientèles touristiques] permettant de faire émerger les valeurs identitaires fortes du territoire identifiables et successibles d'être portées et partagées par l'ensemble des acteurs.

2-

Rédiger un document de synthèse des « principes guides » du positionnement marketing du territoire et de sa déclinaison en terme de communication à partir de tous les éléments recueillis (travail sur l'appellation et la marque du territoire).

Il s'agit d'une définition précise et partagée en interne et en externe de ce qu'est le territoire et donc de la façon dont on doit en parler. Les « principes guides » permettront d'orienter le contenu des actions de communication et de renforcer le positionnement du territoire.



Organisation envisagée pour la conduite de l'étude :

Il s'agit d'une **étude-action de type formation de développement** permettant d'associer et d'impliquer largement les acteurs du tourisme sur le territoire. Il est souhaité que la méthode s'appuie sur une **démarche participative** (enquêtes, groupes de travail avec les techniciens des Offices de tourisme et des Communautés de communes, comité de pilotage avec la commission tourisme du Pays).

La chargée de mission tourisme du Pays assure la coordination et l'animation de ce projet.

Le comité de pilotage de l'étude associe la commission tourisme du Pays ainsi que les personnes « ressources » identifiées sur le territoire.

Le Conseil de développement du Pays sera également un lieu de restitution/débat permettant de conforter les idées et enrichir la réflexion.

Mise en place et animation de travail à prévoir.

Un minimum de réunions de travail est à prévoir avec le comité de pilotage et l'équipe technique du Pays.

La restitution des travaux de chaque étape devra être soignée et faire l'objet de documents précis au format papier et numérique (rapports intermédiaires, documents de synthèse, présentation Power Point).

Production d'un rapport définitif détaillé.

Durée de la mission :

La durée prévue est de 4 mois.

Mode de règlement du marché

Les sommes dues seront payées dans un délai global de 45 jours à compter de la date de réception des factures ou des demandes de paiement équivalentes.

Résiliation du marché

Le maître d'ouvrage se réserve le droit de résilier le marché après en avoir informé le titulaire par courrier avec accusé de réception et avec un préavis de 15 jours.

Choix de l'agence, jugement des offres effectuées sur la base de :

- Une liste de références.
- La description des « ressources mobilisées pour la mission (CV des intervenants).
Notamment compétences marketing, communication.

- Un mémoire méthodologique.

Il est possible de suggérer ce qui pourra être réalisé par les acteurs locaux (Pays, Communautés de communes, offices de tourisme) dans le cadre de cette étude partenariale.

- Un calendrier prévisionnel.
- Une proposition de prix.
- Attestation sur l'honneur que le candidat est en règle de sa situation fiscale et sociale.



*Cahier des charges pour l'étude de positionnement identitaire du territoire
« Formation développement des acteurs du tourisme en Cœur d'Hérault »*

Délais :

Date et heure limite de réception des offres : Mercredi 31 janvier 2007 à 16heures.

Sélection de l'agence : février 2007

Démarrage de l'opération : mars 2007

Rendu de l'opération : juin 2007

Coût de l'étude :

30.000€ TTC maximum.

Interlocuteurs :

Propositions à adresser à :

Monsieur le Président
Pays Cœur d'Hérault
18, avenue Raymond Lacombe
34800 Clermont-l'Hérault

Pour toute information complémentaire :

Hélène CADEAU, animatrice touristique

04 67 44 39 74

tourisme@coeur-herault.fr