

**Cahier des charges
AMO pour un
Plan marketing touristique territorial et partagé
pour la future marque de destination
de la Haute-Vienne**

1. PRÉSENTATION DU TERRITOIRE ET DU CONTEXTE

Destination touristique encore discrète, la Haute-Vienne est située à environ 3h10 de Paris en train. Elle est également desservie par une ligne aérienne Limoges-Paris-Orly. Elle compte 371 575 habitants (2019 INSEE) sur une superficie de 5 520 km², dont 230 000 sur le territoire de l'agglomération de Limoges

En 2020, la crise sanitaire de la COVID-19 a frappé de plein fouet le secteur du tourisme. La fréquentation touristique baisse globalement. Cependant, la Haute-Vienne note une tendance à une augmentation des demandes sur des offres regroupant ce qui fait son identité : l'espace, le grand air, la nature préservée, le calme. Cette tendance a été amplifiée par le contexte « COVID ». Le département veut s'engager dans une dynamique de tourisme durable conforme à ses atouts : un cadre naturel riche, des activités de pleine nature réparties sur tout le territoire, des savoir-faire d'exception, une offre patrimoniale et culturelle variée et de l'événementiel qui sert cette image tout au long de l'année.

Notre société publique Locale « Terres de Limousin » est composée dans son actionariat de toutes les communautés de communes du département (1 voix chacune au conseil d'administration), de la Communauté Urbaine de Limoges Métropole (2 voix au CA) et du Conseil Départemental (3 voix au CA).

Son siège social se situe à Limoges, 11 rue François Chénieux. Ses missions sont les suivantes :

- assurer les missions préalablement dévolues au Comité départemental du tourisme (dotation de service public d'environ 550 000€) ;
- Mise en marché de la Destination ;
- Développement et qualification de l'offre touristique ;
- Renforcement des relations entre les acteurs du tourisme ;
- Structuration du territoire et des filières emblématiques ;
- Accompagnement des acteurs dans leurs besoins de professionnalisation ;
- Organisation touristique du territoire ;
- Gestion d'équipements ou de sites et d'événementiels touristiques.

Lors de la phase de constitution de la SPL Terres de Limousin, une étude (résultats en annexe) a été confiée à l'agence 4V afin de faire ressortir les attentes envers cette société. Il en ressort prioritairement la volonté de créer une marque commune (livraison en septembre) pour donner une identité touristique à ce département, de faire de la promotion et de mutualiser les moyens.

A. EXPERIENCE TOURISTIQUE

Si les touristes ont parfois la crainte de s'ennuyer en vacances à la campagne, c'est en Haute-Vienne qu'ils sont et seront rassurés. Le département propose aux visiteurs :

- Un site de rang international avec 300 000 visiteurs : le centre de la Mémoire d'Oradour-sur-Glane (130 000 visiteurs payants) et le village martyr (170 000 visiteurs gratuits).
- 18 sites touristiques payants à plus de 10 000 entrées dont 10 musées (1 musée national).
- Limoges, classée ville créative par l'UNESCO.
- 2 sites inscrits au patrimoine mondial de l'UNESCO (la Collégiale de Saint-Léonard-de-Noblat classée au titre des Chemins de Saint-Jacques de Compostelle et les Ostensions Limousines classées au patrimoine mondial culturel et immatériel de l'Humanité).
- 3 territoires villes et Pays d'Art et d'Histoire : la ville de Limoges, le Pays « Monts et Barrages » et prochainement le PNR « Périgord-Limousin »
- 1 village classé Plus Beaux Villages de France (Mortemart)
- 2 villes labellisées Petites Cités de Caractère® : Le Dorat et Eymoutiers
- 2 villes labellisées Plus Beaux Détours de France (Saint-Léonard de Noblat et Saint-Yrieix-la-Perche)
- 6 « Stations vertes »
- 2 villes Labellisées « Ville et métiers d'art »
- 4 communes sont classées « villages étapes»
- 2 « stations de pêche »
- 1 route historique Richard Cœur de Lion
- 23 Entreprises du patrimoine vivant

10 manifestations à plus de 10 000 entrées.

- Trail des gendarmes et des voleurs de temps
- Légend'air
- La route du Cirque
- La frairie des Petits Ventres
- Les Bandafolie's
- Festival Mille et une notes
- Eclats d'Email
- Toques et Porcelaine
- Urbaka
- Le Tour du Limousin

B. UN CADRE NATUREL

Un cadre naturel protégé et riche de nombreuses découvertes qui résonnent comme autant d'arguments de vente de la destination :

- 2 Parcs Naturels Régionaux : Périgord-Limousin et Millevaches.
- 30 plans d'eau aménagés dont Saint-Pardoux (330 ha) et Vassivière (1000 ha) dont 22 pour la baignade.
- 1 Pavillon Bleu (Saint-Hilaire-les-Places)
- 2 voies vertes (6 et 13 km), 2 véloroutes, 1 vélo rail, 3 parcours acrobatiques dans les arbres, 5 centres aqua-récréatifs, 4 bases VTT, 3 golfs
- 30 sites naturels classés dont 2 réserves naturelles nationales (RNN) : la Tourbière des Duges à St-Léger-la-Montagne, l'Astroblème de Rochechouart-Chassenon (Haute-Vienne et Charente).
- 12 sites « Natura 2000 »
- 20 sentiers d'interprétation
- 4 200 km de sentiers de randonnée balisés et entretenus inscrits au PDIPR, 2 GRP, 3 grandes boucles de pays, un site labellisé « Uni'vert Trail »
- 2 massifs dédiés aux activités de pleine nature : « Les Monts de Blond » et « Les Monts d'Ambazac »
- 2 itinéraires Jacquaires sur la voie de Vézelay jusqu'à Rocamadour (passage à 20 km à l'est de Limoges) et la voie classique de Vézelay (150km) du nord-est au sud-ouest.

C. UN TERRITOIRE CENTRAL

Par le rail :

Le voyageur arrivant par le rail découvre la gare de Limoges Bénédicins, d'une grande richesse architecturale. Il a également accès à un pôle intermodal lui permettant de se déplacer vers tous les points d'intérêt du territoire.

Train: Limoges – Paris en 3h10. Bordeaux à 2h15. Toulouse à 3h30 Lyon à 6h00 Nantes à 5h30

La gare de Limoges accueille entre 2,5 et 3 millions de voyageurs par an.

Par les airs :

L'aéroport de Limoges Bellegarde est aux portes de Limoges (15mn) et proche d'un réseau routier permettant de se rendre rapidement vers tous les points du territoire. Il est l'un des points d'arrivée les plus importants pour les touristes

britanniques. Dans une optique de tourisme d'affaire, des vols réguliers vers Paris et Lyon sont proposés.

Aéroport de Limoges : 200 000 passagers.

Liaisons avec le Royaume-Uni : jusqu'à 18 vols/semaine (1h00 - 1h50)
(Bristol, Leeds, Londres, Manchester, Nottingham)

Paris jusqu'à 2 vols/jour (1h10); 5 jours/semaine

Lyon: jusqu'à 2 vols /jour (1h00); et 5 jours/semaine

La Corse: 2 vols/semaine de mai à septembre (1h35) (Bastia,Ajaccio).

Par la route :

La destination se trouve à un nœud routier important qui en fait un point central au niveau national. Cette position géographique est propice aux regroupements (familles, groupes d'amis...) venant de territoires différents.

Autoroute A20 : Paris (4h00) (gratuite entre Vierzon et Brive)

Toulouse (3h00) - Brive (1h00) -(1h30 pour Lascaux IV)

A20 + A89: Clermont-Ferrand (2h30) et Lyon (4h15)

Des nationales :

- la RN147 vers Poitiers, (2h00); (2h15 pour le Futuroscope)

- la RN141 vers Angoulême (1h20)

- la RN 141 + A10 vers Bordeaux (2h40)

- la RN 141 + A83: Nantes (4h00)

- La RN 21: Périgueux (1h40)

D. LE POIDS DU TOURISME

En Haute-Vienne, il y a environ 84 000 lits touristiques dont 25% en **hébergements commerciaux soient 21 000 lits.**

Ce sont 4,8 Millions de nuitées et environ 264 M€ de consommation touristique en 2020. On comptabilise 6 000 emplois dans le tourisme.

La Haute-Vienne offre 21 000 lits marchands (2019) répartis sur plus de 1200 établissements.

La Haute-Vienne se caractérise par une capacité hôtelière urbaine (85% sur la communauté urbaine de Limoges) disponible toute l'année, une hôtellerie de



plein air saisonnière et par le poids important des locations et des meublés de tourisme qui offrent une gamme d'hébergements diffus et variés toute l'année.

Détails de l'offre commerciale en hébergement :

- 36% de l'offre est composée d'emplacements de campings. 55 campings dont 31 établissements classés soit 76% de l'offre (66% de 3 étoiles et plus). 31 établissements avec une offre locative. 13 campings non classés. 6 campings à la ferme. 64 aires de services ou bornes de camping-cars. Au total 7 494 lits touristiques classés et non classés.
- Limoges et son agglomération représentent 3,2% des lits du département.
- 27% de l'offre en hôtellerie : 99 hôtels dont 58 classés (3 884 lits) en 3 étoiles (50,1% des lits), 2 étoiles (32,7%), 4 étoiles (12,6%), 1 étoile (4,5%). Au total 5 592 lits classés et non classés. L'hôtellerie non classée représente 25% de l'ensemble des lits. Le poids de Limoges et de son agglomération : Limoges Métropole affiche 82% des lits classés et non classés du département (4 598 lits).
- 26% de l'offre en meublés et locations de vacances. Près de 800 logements dont 500 en Gîtes de Frances et 200 non classés. Au total 5 572 lits en meublés de tourisme (62% sont classés ou labellisés). 63% des lits de Gîtes de Frances sont 3 étoiles et +. C'est une offre diffuse, de qualité et qui se maintient globalement d'année en année en nombre d'établissements et en nombre de lits. Limoges et son agglomération représente 11,2% des lits du département.
- 7% de l'offre en maisons et chambres d'hôtes : 218 établissements maisons d'hôtes pour une capacité d'hébergement de 1470 lits. 54% de la capacité est labellisée ou qualifiée soit 794 lits dont 73 Gîtes de France (80% des lits sont en 3 épis et +), 3 Clévacances, 3 Accueil Paysan, 1 Fleurs de Soleil, 28 maisons d'Hôtes Référence©. 110 établissements (676 lits) en chambres non labellisées. Limoges et son agglomération représente 9% des lits du département.
- 2% de l'offre en villages de vacances.
- 2% de l'offre en hébergements collectifs. Limoges et son agglomération représente 45% des lits du département.

Fréquentation - répartition des nuitées :

- Hôtels : 705 573 nuitées totales dont 545 555 dans des hôtels classés. Les nuitées étrangères représentent 13,9% de l'ensemble des nuitées. Les principales nationalités étrangères (nuitées) sont : les Britanniques

(20,6%), les Belges (14,4%), les Espagnols (10,6%), les Néerlandais (10,5%), et les Allemands (7,3%). 86% des nuitées étrangères sont européennes. Taux d'occupation moyen à 54,4% (60,8% pour les 4 étoiles, 57,7% pour les 3 étoiles, 53,9% pour les 1 et 2 étoiles). Limoges et son agglomération représente 86% des nuitées du département.

- Campings : 211 427 nuitées totales. Part des nuitées étrangères à 28%. Les principales nationalités étrangères (en nuitées) sont : les Néerlandais (49,3%), les Britanniques (21,9%), les Belges (10,4%) et les Allemands (9,5%). Taux d'occupation moyen à 20%.
- Meublés et locations : 460 043 nuitées totales dont 121 035 nuitées en centrale de réservation et 339 008 nuitées en location directe. Nombre moyen de semaines de location : 15,1. Taux d'occupation annuel : 39,2%. Les clients sont Français à 89%.
- Maisons et chambres d'hôtes : 91 140 nuitées totales dont 49 228 en chambres d'hôtes labellisées ou référencées et 41 912 en chambres d'hôtes non labellisées. Nombre moyen de nuits compris entre 60 et 120 nuits selon la qualité et le positionnement géographique des établissements.

Fréquentation des musées, lieux de visite et principales manifestations : voir en annexe les bilans 2020 et 2019.

Fréquentation des caches Terra Aventura en Haute-Vienne : 90 caches pour 86 000 découvertes soit environ 400 000 personnes qui ont joué (données 2019). Limoges propose 8 caches soit 15 000 découvertes et 69 000 joueurs (17,2% des joueurs de la Haute-Vienne). Les données ont été revues à la baisse depuis la crise du Covid19.

E. PROFIL DES CLIENTELES

Les clientèles actuelles par ordre d'importance sont : les familles avec enfants (43%), les couples (22,3%), les groupes d'amis (16%), les personnes seules (12,8%), les personnes en famille avec des amis (4,8%). Si la part des excursionnistes n'est pas connue, ces derniers ne doivent pas être oubliés. La clientèle d'affaire est une composante importante de la clientèle de Limoges et de son agglomération, qu'il faut prendre en compte.

Ce sont des cadres à 28%, des employés à 28% et des retraités à 17%. La part des CSP + représente 40% des touristes. Ils ont en majorité entre 26 et

55 ans (48,4%) ; les mineurs sont 17,7% et les plus de 55 ans représentent 18,3% de l'ensemble.

Les touristes dépensent environ 55,1€ par jour et par personne : 29% pour l'hébergement, 25,4% pour la restauration et 24,6% pour les achats alimentaires. Transport, loisirs et achats de biens durables représentent les autres postes de dépenses. Les Français dépensent 53,6€ et les étrangers 78,7€. En hébergement marchand, la dépense grimpe à 92,3€.

Ils sont Français à 92,3 % des séjours en provenance de l'Ile-de-France (20%), de Nouvelle-Aquitaine (19,5%), d'Auvergne Rhône-Alpes (13,8%), d'Occitanie (9,1%), de PACA (8,6%), des Pays de la Loire (6%), de Bretagne (4,3%), du Centre (3,2%), du Nord (2,9%), de Normandie (1,7%), du Grand Est (2,3%).

Durée du séjour : en moyenne les touristes restent 4 jours. Les courts séjours (de 1 à 3 jours) représentent 66,5% de l'ensemble des séjours. 65% des séjours se déroulent de mai à octobre (60% des nuitées). Ils viennent en voiture à 76,6%, en train (13,3%) et en camping-car (6,2%).

Les touristes choisissent en priorité la résidence des parents ou des amis (45,5%) puis l'hôtel (19,8%), la résidence secondaire (10,7%), le gîte rural (10,3%), le camping (9,9%), une résidence de tourisme (1,8%) et les chambres d'hôtes (1,1%).

F. PRATIQUES DE SEJOUR ET SITES VISITES

D'une manière générale, les touristes viennent pour se reposer mais tout en restant actifs. Ils font des visites patrimoniales (patrimoine historique, culturel et architectural) ; visitent des musées (arts du feu, art contemporain, écomusées) ; pratiquent des activités de pleine nature, loisirs aquatiques, loisirs sportifs ; font du géocaching « Terra Aventura »© ; achètent des productions locales et profitent de la gastronomie (restaurant, visites d'exploitation, marchés).

Le top des sites visités : Oradour-sur-Glane, lac de Vassivière, lac de Saint-Pardoux, Cité de Saint-Léonard de Noblat, le village de Montrol-Senard, Limoges.

Les activités privilégiées pendant le séjour (rapport fourni à l'agence retenue)

- Farniente et repos (58%)
- Visite de monuments et de musées (52%)
- Visite de villages et de cités de caractères (40%)
- Découverte des sites naturels et des espaces protégés (27%)
- Plage et baignade (26%)
- Randonnée, promenade, balade (23%)
- Visites des parcs et jardins (22%)
- Pratique du vélo (21%)
- Faire les marchés et les brocantes (13%)
- Du shopping 10%

2. OBJET ET ÉTENDUE DE LA CONSULTATION

A. OBJET DE LA CONSULTATION

La Société Publique Locale « Terres de Limousin » veut mettre en œuvre des réponses aux attentes recensées auprès de 200 professionnels privés et publics lors des Assises du tourisme en novembre 2018 et rappelés lors de l'enquête 4V déjà citée.

La marque et son guide apporteront des réponses en termes de positionnement.

1/ Le travail demandé à l'agence consiste donc à :

* produire pour les prochaines années (2023-2025), un plan marketing touristique chiffré pour la Haute-Vienne qui mettra en avant

- les orientations ou axes stratégiques
 - . enjeux et vecteurs de croissance
 - . tendances marketing prioritaires
- le plan d'action à déployer en conformité avec la marque
 - . filières et marchés prioritaires
 - . relation client

- la prise en compte de la marque de destination retenue pour un partage et portage efficace

* permettre sa définition et son élaboration de manière collégiale

- en associant le plus largement possible offices de tourisme et socioprofessionnels tant dans la phase de réflexion que de mise en oeuvre

- en s'assurant du respect des intérêts de l'ensemble du territoire

2/ les objectifs marketing sont les suivants :

- * valorisation de l'offre touristique départementale et affirmation de sa dimension durable
- * déclencher le 1er séjour et renforcer la fidélisation
- * développer la notoriété de la marque
- * favoriser son appropriation par les opérateurs et les territoires du département.

B. ETENDUE DE LA CONSULTATION

La consultation des entreprises et la signature des marchés se déroulent suivant le régime de la Procédure Adaptée.

La consultation fait l'objet d'un **lot principal** auquel s'ajoutera un **module optionnel d'accompagnement annuel et évolutif** sur toute la période du marché. Ce dernier pourra s'engager sur bon de commande.

C. CONDITIONS D'EXÉCUTION

La SPL Terres de Limousin, société au capital de 4 130 000 euros, a son siège à Limoges - 11, rue François Chénieux. Elle est représentée par Madame Annick MORIZIO, en sa qualité de Présidente Directrice Générale.

La SPL Terres de Limousin représente le pouvoir adjudicateur. Conformément à au code de commande publique et à son guide de procédure d'achat, la société doit se conformer à différentes procédures déterminées en fonction de la valeur estimée de la commande et de la nature du marché.

En deçà de 214 000 € HT la société peut recourir à une procédure adaptée dont elle détermine librement les modalités.

La Commission de Contrôle Analogue remplit la fonction d'organe de contrôle lors de l'attribution des marchés. Elle est compétente pour donner son avis et attribuer les marchés dépassant le seuil de 40.000 € HT.

Le présent marché fait l'objet d'une procédure adaptée exprimée dans le présent cahier des charges et peut s'exonérer du contrôle de la commission de contrôle analogue.

3. MONTANT, DURÉE ET CALENDRIER DU MARCHÉ

LE DÉLAI DE VALIDITÉ DES OFFRES EST DE 90 JOURS. L'OFFRE FAITE EST VALABLE PENDANT TOUTE LA DURÉE DU MARCHÉ.

LE MARCHÉ DEVRA DÉBUTER AU PLUS TARD EN OCTOBRE 2022 ET S'ACHÈVERA FIN 2025

4. PIÈCES DE L'OFFRE

Le candidat devra fournir les pièces suivantes :

- Une preuve d'assurance professionnelle ;
- Un mémoire technique formalisant le concept du plan marketing (stratégie, priorités, plan d'action...) ;
- Une méthodologie de travail multipartenariale séquencée
- Une présentation des moyens humains mobilisés (CV), avec l'identification du pilote de la mission et de l'interlocuteur privilégié ;
- Des références récentes (moins de 3 ans) de réalisations similaires ;
- Un planning de réalisation, de suivi et d'ajustement ;
- Un K bis ou autre justificatif d'activité de - de 3 mois
- Une proposition détaillée distinguant le prix de la prestation et ses éventuels compléments ou accessoires (frais divers, propriété intellectuelle).

Pour tout renseignement complémentaire : Yves BUISSON, Directeur Exécutif

Par mail : y.buisson@cdt87.com

Par téléphone: 06 80 04 30 15

5. REMISE DES OFFRES

Toutes les propositions devront parvenir par courrier électronique **avant le 26 août 2022** à midi à : y.buisson@cdt87.com

Toute offre qui ne respecterait pas un des critères énoncés dans le présent cahier des charges, les conditions administratives ou les délais de remise des offres sera écartée de la consultation.

6. CRITÈRES D'APPRÉCIATION DES OFFRES :

Apports et conseils stratégiques : 40%

Organisation de la démarche /méthodologie de travail : 30%

Prix : 30%