



CAHIER DES CHARGES DE LA CONSULTATION

MISSION D'ACCOMPAGNEMENT AU DEPLOIEMENT ET A LA MISE EN MARCHÉ DE LA DESTINATION OENOTOURLSTIQUE *Languedoc, Cœur d'Hérault*

MAPA Lot unique

Date de remise des offres : lundi 17 avril 2023 à 11h



**LANGUEDOC
CŒUR
D'HÉRAULT**

SYDEL du Pays Cœur d'Hérault
Ecoparc Cœur d'Hérault - La Garrigue
9 rue de la Lucques - Bat B
34725 St André de Sangonis

I. Contexte et définition du projet *

Le Pays Cœur d'Hérault est un territoire rural composé de 3 Communautés de communes (77 communes – 82.000 habitants) avec un bourg-centre pour chacune des 3 intercommunalités (Lodève, Clermont-l'Hérault et Gignac). Situé au Cœur de l'Hérault, à 30 min. de Béziers et de Montpellier, ce territoire a pour particularité de réunir sur son périmètre 3 Grands sites de France (Salagou-Mourèze – *en cours*, Gorges de l'Hérault, Cirque de Navacelles).

La viticulture est très présente sur le territoire, avec la présence de plusieurs appellations : l'AOC Languedoc (et ses dénominations Montpeyroux, Saint-Saturnin, Pézenas, Grès de Montpellier, Cabrières), l'AOC Terrasses du Larzac, l'AOC Clairettes du Languedoc, ainsi que les IGP Saint Guilhem le Désert et Vicomté d'Aumelas.

La destination Vignobles & Découvertes *Languedoc, Cœur d'Hérault* a été labellisée fin 2015 et renouvelée pour la deuxième fois en juillet 2022. 127 prestataires professionnels sont membres du réseau, animé par la Mission Tourisme du Pays (un poste dédié en été créé en 2018).

La destination œnotouristique est pilotée par le Pays Cœur d'Hérault, en partenariat étroit avec les trois offices de tourisme intercommunaux du territoire, ses partenaires viticoles et touristiques (Hérault Tourisme, Comité Régional du Tourisme et des Loisirs Occitanie...).

L'œnotourisme, un enjeu économique, solidaire et durable pour le Pays Cœur d'Hérault...

Lancé en 2009 afin de structurer l'offre œnotouristique française, le label Vignobles & Découvertes est attribué pour une durée de 3 ans par Atout France. *Languedoc Cœur d'Hérault*, fait partie des 71 destinations disposant de ce label national. Elle rassemble aujourd'hui 127 acteurs du monde œnotouristiques : caves viticoles, hébergements, restaurants, sites patrimoniaux, activités, événements...

A la croisée de plusieurs formes de tourisme, l'œnotourisme peut se définir comme l'ensemble des prestations relatives aux séjours touristiques dans des régions viticoles permettant la découverte conjointe du vin, des terroirs et des hommes sur le territoire où ils se situent.

L'authenticité, le partage, la proximité avec la nature et la valorisation des produits du terroir font partie des valeurs véhiculées par l'œnotourisme, et qui séduisent de plus en plus les clientèles. La crise sanitaire a amplifié ces tendances de consommation, orientées vers de nouvelles expériences culturelles et patrimoniales dans les vignobles.

A l'image de nouvelles pratiques dans le domaine de la viticulture, l'œnotourisme permet de favoriser un développement durable local et responsable. Il offre l'opportunité de donner du sens à la visite ou au séjour, d'expliquer l'engagement local du vigneron, de valoriser des pratiques respectueuses de l'environnement, de faire vivre des expériences tout en développant l'économie du territoire, ou encore de promouvoir les mobilités douces.

Il ne s'agit plus aujourd'hui de proposer une offre touristique à des clientèles de passage, mais bien de construire une véritable stratégie d'attractivité touristique en vue de maximiser les retombées pour les professionnels et le territoire. **Il est en effet apparu que l'œnotourisme n'était pas**

* Les documents de présentation et de stratégie sont accessibles en annexes.

développé à hauteur de son potentiel : il existe un réel décalage entre la qualité de l'offre et la notoriété du territoire pour cette thématique.

Aussi, après avoir beaucoup œuvré à la structuration du réseau et à la mise en place d'outils de promotion, il apparaît aujourd'hui essentiel de **déployer la mise en marché de l'offre**. C'est dans ce cadre que la présente consultation est lancée.

II. Objectifs du projet

Le projet s'inscrit dans la volonté de structurer l'offre œnotouristique de la destination et de préparer sa mise en marché en :

- Etudiant les clientèles cibles et à conquérir
- Structurant l'offre et en créant des expériences commercialisables
- Définissant les supports de promotion adaptés
- Promouvant et mettant en marché les offres établies

L'objectif final de l'accompagnement étant de maximiser les retombées économiques pour les partenaires Vignobles & Découvertes et le territoire, l'enjeu est de structurer une offre touristique à l'année et sur l'ensemble de la destination *Languedoc, Cœur d'Hérault*.

III. Description de la mission d'accompagnement

Après plusieurs temps de concertation avec les partenaires et professionnels de la destination, il est apparu important d'être accompagnés dans la réalisation des missions, afin de garantir la réussite du projet et notamment :

- Apporter une expertise professionnelle et complète dans la réalisation de l'étude des clientèles
- Accompagner les professionnels dans la construction d'offres cohérentes et en phase avec les clientèles et le marché
- Mener des actions de promotion et de communication avec les outils créés

A titre indicatif, la mission d'accompagnement est évaluée à 15-20 jours environ, à ajuster en fonction de la méthodologie proposée par le candidat.

En amont de la mission d'accompagnement, un travail de recensement exhaustif de l'offre et un premier diagnostic des résultats et des potentiels à développer a été réalisé par la Mission Tourisme du Pays Cœur d'Hérault. Ces éléments seront transmis au prestataire retenu, en amont de sa mission.

1. Etudes de clientèles

Post-covid, le profil des clientèles a beaucoup évolué : l'œnotourisme doit sans doute se réinventer pour être plus accessible et décomplexé.

Pour qu'une offre fonctionne, il faut qu'elle réponde à une clientèle et à ses attentes. Un travail d'approfondissement sur les comportements d'achat des cibles identifiées et sur les spécificités des clientèles observées est à opérer.

Il est demandé au prestataire :

- D'étudier le profil des clientèles œnotouristique de la destination,

- D'analyser les pratiques touristiques en Cœur d'Hérault, ainsi que la demande régionale et internationale,
- De cibler les clientèles acquises et à conquérir,
- De déterminer et en déduire les cibles clientèles prioritaires pour la destination, leurs demandes, et d'évaluer les prospectives et les évolutions possibles.
- De proposer un positionnement spécifique de la destination oeno ou à mettre en avant au moment du montage des produits (phase 2)

→ **Livrables attendus :**

◆ *Etude synthétique, analyses et recommandations*

2. Structuration de l'offre et créations d'expériences commercialisables

Les enjeux de structuration de l'offre œnotouristique du territoire et de son niveau de qualité sont centraux et constituent un des piliers du label Vignobles & Découvertes. L'implication des professionnels est indispensable pour soutenir l'œnotourisme localement et structurer l'offre.

Cette partie de la mission correspondant à plusieurs objectifs :

- Construire des offres de territoire adaptées aux différentes clientèles identifiées en première partie de mission, en s'appuyant sur le réseau V&D pour structurer une offre diversifiée.
- Développer des partenariats avec les destinations voisines.
- Développer une offre œnotourisme « vélo » et promouvoir les mobilités douces, en cohérence avec le positionnement de la destination et les attentes des clientèles.

Il est demandé au prestataire de :

- Organiser des ateliers participatifs avec les professionnels labellisés et les partenaires, sous forme de formation-action, pour les accompagner dans la création et/ou la structuration d'offres œnotouristiques, en lien avec chaque cible clientèles et avec le positionnement du territoire : le durable et l'accueil. Dans l'esprit du label « Vignobles & découvertes » et la force de son réseau, les offres conjointes entre plusieurs professionnels seront à privilégier, en lien avec le positionnement et les publics cibles identifiés dans la première partie de la mission.
- Accompagner particulièrement le développement d'offres sur la cible « Familles », notamment à travers l'offre « [Le Comporte](#) », à déployer.
- Créer des offres en lien avec les autres destinations Vignobles & Découvertes de l'Hérault (autour du tourisme durable) et/ou au départ de Montpellier (ex de Thème en lien avec les savoirs du vin : Terrasses du Larzac, Vignoble éco-responsable) sera également à envisager.
- Participer à la création d'une ou plusieurs « Oenovélo » sur le territoire, pouvant s'inscrire dans la stratégie départementale et répondre aux enjeux de mobilité douce.

→ **Livrables attendus :**

◆ *En amont des ateliers : programmes détaillés, supports des ateliers.*

◆ *A la fin de la phase 2 : « catalogue d'offres expérientielles 4 saisons » (sous format de fiches ou autres en fonction de la méthodologie proposée), afin de favoriser la lisibilité de l'offre œnotouristique du territoire et sa commercialisation.*

3. Accompagnement à la promotion et à la mise en marché

Comment gagner de nouvelles clientèles ? Comment maximiser les retombées économiques de l'œnotourisme et fidéliser les clientèles ? Les nouveaux usages et la crise sanitaire ont bouleversé les pratiques des visiteurs : la digitalisation du parcours client constitue désormais l'une des normes du voyage. Une tendance de fond à laquelle la destination doit répondre pour rester visible.

L'objectif de ce dernier axe sera d'optimiser la distribution et la communication de ces offres en organisant la gouvernance de la commercialisation des offres et en ciblant les bons canaux de promotion.

Il est demandé au prestataire de :

- Accompagner les professionnels à la commercialisation de leurs offres (conseils / formations...);
- Proposer un plan de valorisation et de commercialisation de l'offre œnotouristique de la destination en rapport avec les cibles et l'orientation thématique de la destination : quels types et supports de valorisation recommandés, outils de communication à développer, actions marketing à mettre en œuvre, etc.
- Identifier et démarcher les plateformes et opérateurs en capacité de commercialiser l'offre.

En fonction des recommandations du prestataire retenu, d'autres entreprises pourront être mobilisées pour la mise en œuvre du plan d'actions.

→ Livrables attendus :

◆ *Plan de valorisation et de commercialisation de l'offre œnotouristique de la destination*

4. Déroulement de l'accompagnement et contraintes

Contraintes calendaires

La mission d'accompagnement devra être terminée avant le 30 décembre 2023 au plus tard, et proposer une méthodologie et un calendrier de phasage adaptés aux contraintes des professionnels, liées à la saison touristique et à l'activité viticole.

Contraintes de format de concertation

Compte-tenu des disponibilités réduites des professionnels, les temps de concertation en présentiel seront prévus en format demi-journée maximum.

Le format de concertation devra s'adapter aux contraintes sanitaires en vigueur, et être adaptable en distanciel si besoin grâce à l'usage d'outils numériques collaboratifs.

Aspects logistiques

Les temps de concertation en présentiel se dérouleront sur le territoire du Pays Cœur d'Hérault.

Les aspects logistiques et protocolaires (salles, invitations, transmission de documents, etc.) seront assurés par la Mission Tourisme du Pays Cœur d'Hérault.

5. Financements publics : mesures de publicité

La prestation relative la présente consultation étant financée par l'état au titre FNADT – Destination France, le prestataire s'engage à apposer dans les livrables et éléments de communication les logos et mentions fournis par le commanditaire au démarrage de la mission.

6. Livrables

Pour chaque réunion, le prestataire devra fournir au commanditaire :

- à minima 8 jours avant : le déroulé et les objectifs de la réunion, ainsi que les supports pédagogiques nécessaires
- à l'issue de la réunion : le compte-rendu et les livrables prévus

En fin de mission, une synthèse pédagogique de la mission et des résultats devra être rédigée par le prestataire retenu.

Le prestataire attachera la plus grande attention aux qualités rédactionnelles et graphiques des documents remis. Ils devront être soigneusement présentés et faire l'objet d'une remise en contexte claire, intelligible par tous.

Les logos fournis par le Pays Cœur d'Hérault devront être apposés sur tous les documents.

Tous les documents produits au cours de l'étude ainsi que les supports nécessaires élaborés dans le cadre de la mission seront la propriété exclusive du Pays Cœur d'Hérault.

Après autorisation expresse du maître d'ouvrage, le prestataire pourra utiliser tout ou partie de ces supports pour une exploitation commerciale en termes de référence promotionnelle.

7. Cadre attendu pour la candidature

Le candidat devra proposer une méthodologie, un phasage et des livrables, en cohérence avec les objectifs et contraintes précédemment cités (méthodologie, calendrier, moyens déployés, dynamique d'accompagnement, etc.).

Dossier de candidature

Le candidat devra formuler une offre composée des éléments suivants :

- 1) Présentation du candidat (cv / références)
- 2) Proposition méthodologique avec calendrier et livrables
- 3) Proposition financière HT et TTC : devis détaillé répondant à la méthodologie proposée et précisant le nombre de jours de mission
- 4) Références et expériences sur des travaux analogues
- 5) Lettre de candidature
- 6) RIB complet

Le prix présenté est ferme et forfaitaire ; il comprend les temps de préparation, de bilan, de déplacements et de réunions. Il inclut tous les frais annexes de la prestation. L'offre de prix est valable pendant toute la durée de la mission.

Transmission des offres

Le dossier de candidature est à remettre **avant le lundi 17 avril à 11h**, à l'adresse du SYDEL du Pays Cœur d'Hérault, ou de préférence par mail à tourisme@coeur-herault.fr

Personnes chargées du suivi de la consultation / Renseignements complémentaires :

- Magali Léon-Philip, Responsable Pôle Tourisme : 04 67 02 93 19 / 06 89 59 43 52
- Juliette Coté, Chargée d'Oenotourisme et Promotion : 04 67 02 93 21 / 06 26 34 47 93

Critères d'évaluation

La proposition la mieux-disante au regard des critères suivants sera sélectionnée :

- ✓ la valeur technique (50% de la note)
- ✓ le prix (40% de la note)
- ✓ les délais d'exécution – *respect du calendrier et des contraintes de la mission* (10% de la note)

La valeur technique sera appréciée au regard de la qualité des réponses apportées par les candidats sur les points suivants :

1. La qualité, l'approche et la pertinence méthodologique proposée ainsi que le dispositif d'organisation (animation, moyens mis en œuvre, etc.),
2. Les compétences et les rôles respectifs des membres de l'équipe intervenante, le niveau de référence et d'expérience sur des opérations similaires.
3. La capacité à proposer une méthodologie et des méthodes de travail dynamiques et efficaces, avec des techniques d'animation innovantes (intelligence collective, design thinking, outils de facilitation visuelle...).

Modalités financières

Le règlement de la prestation sera réalisé par virement bancaire par acomptes successifs, à l'issue de la réalisation de chaque étape de la mission (pas d'avance possible).

Négociation

Après une première analyse des offres, le commanditaire pourra négocier avec les candidats dont l'offre aura été classée dans les 3 premières places, sur la base des critères définis ci-dessus.

La négociation se fera pas audition. A l'issue de la négociation, les candidats participants seront invités à présenter une offre définitive.

Le commanditaire peut également se laisser la possibilité de ne pas négocier et d'attribuer le marché sur la base des offres initiales.

Annexes consultables

1. **Site internet de la destination *Languedoc, Cœur d'Hérault*** : <https://www.languedoc-coeur-herault.fr/>
2. **Dossier complet de renouvellement Vignobles & Découvertes 2022 (présentant la destination, son positionnement, le plan d'actions...)** :
<https://www.languedoc-coeur-herault.fr/dossier-de-renouvellement-vignobles-decouvertes-2022>
3. **Etude pour le renforcement de l'attractivité touristique du Cœur d'Hérault (étude présentant plus largement la destination touristique, son positionnement, la stratégie...)** :
 - Diagnostic touristique et organisationnel : https://www.coeur-herault.fr/sites/default/files//field/pdf/synthese_copil_16-12_coeur_dherault_diagnostic.pdf
 - Stratégie et plan d'actions : https://www.coeur-herault.fr/sites/default/files//field/pdf/strategie_planactions.pdf