

Destination Brocéliande

Cahier
des
charges

Etude de faisabilité sur 3 axes de la stratégie intégrée de développement touristique : univers thématiques - site- gouvernance

UNION EUROPÉENNE
UNANIEZH EUROPA



**L'Europe s'engage
en Bretagne**

*Avec le Fonds européen agricole pour le développement rural :
l'Europe investit dans les zones rurales*

Pour la Destination Brocéliande
Pays Touristique de l'Oust à Brocéliande
35 rue de la gare – 56800 PLOERMEL
Tél : 02 97 73 33 33

1/ Contexte

Destination Brocéliande est un espace de projet qui regroupe 106 communes et qui s'inscrit dans la dynamique des destinations touristiques bretonnes. Après plusieurs années de réflexion et d'actions communes à l'échelle de ce territoire, notamment avec les professionnels du tourisme, première Destination à être reconnue par la Région Bretagne en 2013, et après avoir défini sa stratégie marketing, Destination Brocéliande souhaite aujourd'hui élaborer une stratégie touristique intégrée, comme sont amenées à le faire l'ensemble des destinations touristiques bretonnes. La volonté des élus du territoire de Destination Brocéliande et celle des élus régionaux se rejoignent ainsi à travers ce projet, l'état d'avancement de la réflexion sur le territoire de Destination Brocéliande concordant avec celui de la politique touristique régionale.

La structuration de l'organisation de Destination Brocéliande

Destination Brocéliande, lancée officiellement au printemps 2013, dispose aujourd'hui :

- d'une organisation politique, avec un comité de coordination de la destination. Il est composé d'élus de chacune des 2 structures facilitatrices(*)
- d'un comité technique composé des 2 structures facilitatrices et de l'ensemble des offices de tourisme.
- d'une chargée de communication multimédia.

(*) Pays de Brocéliande pour la partie Ille-et-Vilaine, et Pays Touristique de l'Oust à Brocéliande pour la partie morbihannaise de la Destination.

Principes et enjeux de la stratégie intégrée de développement touristique

L'élaboration d'une stratégie intégrée de développement touristique à l'échelle de la destination a pour ambition de capitaliser sur les stratégies et projets des territoires, de les mettre en synergie et de faire émerger une stratégie globale pour l'ensemble de la destination autour d'une ambition commune.

Une analyse et une prise en compte globale des composantes du tourisme est de fait nécessaire pour définir les conditions et facteurs de réussite du projet. Ainsi, la stratégie concerne les différents maillons de la chaîne de valeurs du tourisme et leurs interconnexions :

- Notoriété – communication – commercialisation
- Organisation spatiale – mobilités
- Hébergement
- Alimentation – restauration
- Activités
- Coordination – interconnexion de la chaîne de valeurs

Ce travail de définition d'une stratégie intégrée de développement touristique a été confié au Cabinet ATEMA. La mission se décompose en trois phases :

- Phase 1 : Etat des lieux de l'action touristique
- Phase 2 : co-construction du positionnement
- Phase 3 : co-construction de la programmation

Un comité de pilotage chargé du suivi du projet a été mis en place. Il est composé de représentants des structures facilitatrices, des EPCI de la destination, ainsi que de la Région et du CRT Bretagne.

La phase 1 a été validée.

La phase 2 a consisté à définir :

- les éléments identitaires et les valeurs de la destination.
- ses singularités (touristiques, patrimoniales, environnementales, agricoles).
- les clientèles prioritaires, leurs besoins et leurs attentes.
- les principaux facteurs de différenciation.
- les grands objectifs stratégiques en matière de développement touristique.
- les filières à développer et à faire monter en puissance.
- l'organisation touristique associée.

Résumé de la proposition d'ATEMIA

validée par le COPIL du 14 avril 2017

La stratégie de positionnement touristique de Brocéliande c'est :

- ➔ 1 ambition commune : La stratégie de développement touristique de Brocéliande doit garantir une augmentation des retombées économiques durables (de 20% à 30%), toute l'année, sur l'ensemble des territoires et contribuer à l'augmentation du temps de séjour sur la destination.
- ➔ 2 objectifs stratégiques clés :
 - Permettre la création de 130 emplois dans le domaine touristique dans les 5 ans (+10%)
 - Augmenter de 30% la fréquentation touristique et les retombées induites pour la filière touristique
- ➔ 1 promesse : Offrir aux clientèles une manière de vivre le tourisme sur la base d'une *invitation à vivre les légendes* sur l'ensemble du territoire à travers des *univers légendaires*, proposant du contenu au slogan pré-existant : « *Devenez Légendaire !* »
- ➔ 5 axes stratégiques d'actions :
 - Axe A : Scénariser la Destination Brocéliande à travers 4 univers légendaires
 - Axe B : Créer un site incarnant les univers légendaires pour dynamiser et monétariser les flux clientèles
 - Axe C : Consolider et mettre en réseau l'offre touristique autour des filières techniques en cohérence avec les univers légendaires
 - Axe D : Elaborer un mix marketing adapté à la promesse de la Destination
 - Axe E : Révolutionner la gouvernance au service de la promesse et des univers légendaires, à travers une structure juridique unique à l'échelle de la destination

Cette phase 2 a été validée par le comité de pilotage.

La phase 3 sera lancée à l'issue des validations des tranches fermes de l'étude faisant l'objet du présent cahier des charges.

Le comité de coordination de Destination Brocéliande réuni le 12 juillet 2017 a décidé de poursuivre la réflexion afin de permettre aux élus de disposer d'éléments complémentaires sur les axes A, B et E.

Objectif de l'étude

L'étude devra aborder concrètement le contenu des axes stratégiques A, B et E.

Pour les axes A et B, l'objectif sera dans un premier temps de vérifier la faisabilité de ces axes au regard des attentes des élus des EPCI de la destination et dans un deuxième temps de les développer selon des déclinaisons qui leur sont propres.

Ces deux phases feront l'objet de deux tranches pour le marché concerné : une tranche ferme et une tranche conditionnelle.

L'axe E fera l'objet d'une seule tranche ferme.

2/ Contenu de la mission

1/ Univers légendaires

Tranche ferme

Le prestataire devra définir les univers légendaires de Destination Brocéliande. Le mot légendaire devra être retenu dans son acception la plus large. Deux définitions (Larousse) peuvent illustrer les sens différents que l'on peut attribuer au mot :

1/ « *Qui appartient à la légende, qui n'existe que dans la légende* »

2/ « *Qui est resté dans la tradition populaire en raison de qualités ou de défauts extraordinaires* ».

Plusieurs synonymes contribuent également à illustrer la diversité des contenus possibles en relation avec le mot légendaire : « *renommé, réputé, célèbre, mémorable, remarquable, inoubliable, fabuleux, fantastique, imaginaire* ».

Enfin l'univers légendaire pourra valoriser tout autant un contenu purement historique qu'un trait contemporain propres aux territoires concernés.

Ainsi, la notion de légende comprend bien sûr la légende arthurienne, propre à la forêt de Brocéliande, mais la dépasse largement pour s'adresser ainsi à l'ensemble de la destination.

C'est ce positionnement, selon les recommandations du cabinet ATEMIA, qui doit amener au positionnement identitaire suivante : « Devenir une Destination leader des contes et légendes, incontournable à l'échelle nationale ».

Quatre univers légendaires ont, à ce stade de la définition de la stratégie, été proposés pour exemples et illustrations du concept par le cabinet ATEMIA :

- conquêtes
- bâtisseurs
- lieux sacrés
- magie

Ces propositions restent à valider et à vérifier. Elles seront confrontées aux ressources présentes sur le territoire. Un inventaire de ces ressources sera mis à disposition du prestataire.

Il est demandé au prestataire de proposer, le cas échéant, 1 ou 2 autres univers de manière à permettre une couverture la meilleure possible de l'offre, matérielle et immatérielle, de Destination Brocéliande.

Au total 5 ou 6 univers seront donc proposés par le prestataire.

Les propositions devront dans tous les cas répondre aux attentes des clientèles et répondre ainsi aux exigences d'une vision « clients ».

A partir de cette matière première, le prestataire devra proposer une mise en récit (storytelling) des contenus.

Ils seront proposés par le prestataire et le maître d'ouvrage lors de réunions à l'échelle de chaque EPCI (6 communautés de communes). Les échanges pourront amener à un ajustement des propositions initiales.

Ces univers seront conçus de manière à :

- mettre du lien entre les offres
- faciliter la consommation des offres touristiques du territoire et valoriser, dans la mesure du possible, les sites qui aujourd'hui ne bénéficient pas d'une fréquentation touristique importante, mais qui peuvent s'inscrire dans la logique des univers légendaires. Seront donc concernées tant les offres « locomotives » que les offres de rayonnement plus local.

Les univers légendaires auront donc une vocation structurante tant du point de vue des pratiques et de la consommation des clients que de l'offre du territoire.

Enfin, il sera demandé au prestataire de proposer une identité visuelle par univers, de façon à ce que les territoires puissent appréhender la déclinaison graphique et matérielle des univers concernés. Cette déclinaison se fera grâce à la réalisation de planches de tendance par le prestataire (couleurs, images, mots, etc. traduisant l'univers thématique).

Tranche conditionnelle

Si les propositions relevant de la tranche ferme sont validées, le prestataire devra proposer les modalités de déclinaison opérationnelle des univers légendaires : activités de pleine nature, sites patrimoniaux, sites culturels ou de visite, lieux de restauration, hébergements, offices de tourisme, événements ...

Chaque univers légendaire devra pouvoir en effet être matérialisé concrètement par les clients en excursion ou en séjour sur la destination.

La prestation devra également intégrer une méthode permettant l'appropriation des univers par les différents acteurs des territoires.

Enfin, un volet communication et marketing concernera l'intégration des univers légendaires à la stratégie marketing et aux outils de communication de Destination Brocéliande. Ce volet se traduira en recommandations opérationnelles.

2/ Création d'un « site » incarnant les univers légendaires définis

Tranche ferme

Le prestataire devra proposer un concept de « site » permettant aux visiteurs de comprendre de manière ludique ce que sont les univers légendaires et comment ils pourront les découvrir sur le territoire de Destination Brocéliande.

La notion même de « site » restera à définir, avec une attention particulière en termes d'approche innovante : lieu unique, multi sites, mise en réseau de sites, nouvelles technologies...

Il devra proposer et faire valider les critères de choix du lieu répondant notamment à des exigences suivantes :

- succès pour le site
- retombées économiques pour l'ensemble de la destination et plus particulièrement pour les sites existants
- gestion de flux
- respect de l'environnement
- disponibilité foncière à court terme.

Il devra enfin, le cas échéant, identifier les surfaces foncières concernées et correspondant aux critères validés.

Tranche conditionnelle

Si cette phase est validée (concept, et lieu le cas échéant), les points suivants devront être étudiés :

- élaboration de l'offre
- marché (offre et demande)
- coût d'investissement
- plan de financement
- coûts de fonctionnement
- modèle économique
- description précise des investissements proposés (sur le plan architectural, technologique... : composition générale en plan et en volume
- volumes intérieurs et aspect extérieur de l'ouvrage ou des ouvrages, cohérence architecturale le cas échéant
- dispositions techniques pouvant être envisagées ;
- calendrier de réalisation et découpage en tranches fonctionnelles ;

Pour ce qui concerne le modèle juridique, devra être privilégié une approche basée sur un partenariat public-privé.

3/ Gouvernance

Tranche ferme

Il s'agira de travailler l'axe E de la stratégie : « Révolutionner la gouvernance au service de la promesse et des univers légendaires », à travers une structure juridique unique à l'échelle de la destination.

Les différentes missions touristiques des acteurs institutionnels (existantes et à envisager) seront réactualisées (suite aux changements ayant eu lieu dans le courant de l'année 2017), et analysées de manière à proposer une organisation au service du projet touristique et politique de la destination.

Le prestataire devra proposer plusieurs scénarios d'organisation avec, pour chacun :

- proposition d'un statut juridique et mode de gestion, analyse des forces et faiblesses de chaque scénario
- proposition d'un schéma d'organisation
- analyse des incidences en termes de ressources humaines et budgétaires
- analyse des incidences sur les acteurs économiques et touristiques du territoire.

3/ Livrables

- Documents présentant les analyses, propositions et conclusions
- Planches de tendance pour les univers thématiques
- Avant-Projet Sommaire pour le projet de site le cas échéant
- Schéma d'organisation de la destination

Fichiers numériques livrables : Versions Pdf + fichiers source

4/ Organisation et pilotage

Maîtrise d'ouvrage

La maîtrise d'ouvrage de l'opération sera assurée par le Pays Touristique de l'Oust à Brocéliande, l'une des deux structures facilitatrices de Destination Brocéliande.

Pilotage

Un comité de pilotage du projet sera mis en place. Il sera composé des membres du comité de coordination, de la Région Bretagne et du CRT.

Organisation

Chaque tranche des points 1, 2 et 3 de la mission fera l'objet d'une présentation et d'une validation auprès du comité de pilotage puis de chacun des 6 EPCI de Destination Brocéliande.

Le prestataire coordonnera et animera les différentes réunions (comité de pilotage, ateliers...).

Délais de réalisation

Les tranches fermes devront être réalisées avant le 15 décembre 2017 et les tranches conditionnelles achevées avant le 1^{er} mars 2018.

5/ Présentation des offres

Le prestataire devra rendre un mémoire technique comportant :

- une présentation de l'entreprise
- une présentation de l'équipe pressentie pour travailler sur le projet
- des références et exemples de projets approchant la prestation demandée ici
- une note d'intention : le candidat fera part de sa propre compréhension du problème posé et de son approche pour le résoudre
- un planning de réalisation
- un devis détaillé comprenant tous les frais et notamment les dépenses annexes éventuelles (hébergement, restauration...). La prestation ne donnera lieu à aucun remboursement en dehors de ce qui est budgété dans le devis

6/ Critères de sélection

- Compréhension du projet et méthodologie : 40%
- Prix : 30 %
- Références et expériences en matière touristique : 20 %
- Connaissance du territoire 10%

7/ Délais de réponse

Les offres de services devront être transmises **avant le 21 septembre 12h00** par courrier à Monsieur le Président – Pays Touristique de l'Oust à Brocéliande – 35 rue de la gare – 56800 PLOERMEL ou par mel à destination@broceliande-vacances.com.

Une première sélection sur dossier sera réalisée. Celle-ci pourra amener à une audition éventuelle du prestataire le lundi 18 septembre.

8/ Démarrage de la prestation

Mercredi 27 septembre

9/ Contact

Destination Brocéliande
Pays Touristique de l'Oust à Brocéliande
35 rue de la gare
56800 PLOERMEL
02 97 73 33 33
Yann Port-Hellec
y.porthellec@broceliande-vacances.com