

❖ Le contexte

Implantée au bord de l'Océan Atlantique et de l'estuaire de la Loire, à quelques kilomètres du Parc naturel régional de Brière, à proximité de Pornichet, La Baule, Guérande, Pornic... La ville de Saint-Nazaire est située au cœur d'un territoire touristique majeur et attractif.

À la faveur de la richesse de son histoire, de ses patrimoines 19^{ème} et 20^{ème} siècles, de son offre culturelle et touristique, de ses atouts urbains et littoraux, Saint-Nazaire est une ville qui crée sa singularité grâce à une combinaison d'atouts intrinsèques. La notoriété de la ville progresse, son image évolue, son attractivité est en plein essor.

Le commanditaire de l'enquête : SAINT-NAZAIRE AGGLOMERATION TOURISME

Saint-Nazaire Agglomération Tourisme (SNAT) est une Société publique locale (au capital de 250 000€) qui a reçu par délégation de service public de la CARENE (Agglomération de Saint-Nazaire) et la Ville de Saint-Nazaire, une triple mission :

>> Assurer la promotion touristique de Saint-Nazaire et de son agglomération, notamment la Brière.

>> Exploiter les sites touristiques de Saint-Nazaire et promouvoir et commercialiser une offre de visites riche et singulière (environ 330 000 visiteurs au total par an) :

- **4 sites de visite ouverts à l'année :**
 - **Le sous-marin Espadon**, le seul sous-marin présenté à flot en France, le 1^{er} à avoir plongé sous la banquise. *Près de 110 000 visiteurs en 2022*
 - **Escal'Atlantic**, le grand musée immersif sur les paquebots transatlantiques de légende construits à Saint-Nazaire. *Près de 80 000 visiteurs en 2022*
 - **L'Écomusée**, musée de l'histoire de la ville. *Près de 20 000 visiteurs en 2022*
 - **EOL Centre éolien**, lieu de visite entièrement dédié à l'énergie du vent, l'électricité et l'éolien en mer. *Près de 25 000 visiteurs en 2022*
- **3 visites guidées des 3 grandes entreprises industrielles du territoire**, visites proposées à l'année :
 - **Les chantiers de l'Atlantique** – *Près de 45 000 visiteurs en 2022*
 - **Airbus Atlantic Saint-Nazaire** – *Près de 8 000 visiteurs en 2022*
 - **Le Grand Port Maritime** – *Près de 3 000 visiteurs en 2022*
- **6 croisières découvertes commentées entre Estuaire et Océan** – En juillet et en août – *près de 5 000 visiteurs en 2022*
- **Les visites guidées patrimoine de la ville** : cœur de ville, base sous-marine... – d'avril à octobre - *4 000 visiteurs en 2022*

>> **Gérer et valoriser le patrimoine et les collections de la ville de Saint-Nazaire** grâce, notamment, à la Saison patrimoine. Cette saison patrimoine offre de nombreux rendez-vous et itinéraires classiques et inattendus tout au long de l'année : médiations, visites, ateliers, conférences, spectacles, rencontres...

La marque de territoire : SAINT-NAZAIRE RENVERSANTE

Saint-Nazaire Agglomération Tourisme utilise sa marque de destination touristique, **Saint-Nazaire Renversante (SNR)**, pour la communication grand public. L'ensemble de l'offre touristique, y compris l'offre de visites, est présentée comme offre de Saint-Nazaire Renversante.

Les précédentes enquêtes et observatoire actuellement en place :

- **Une première enquête** de connaissance des visiteurs de SNR (offre de visites) a été menée à l'été et automne/hiver 2016 en interne.
- **Une deuxième enquête**, en complément, a été menée sur la même base méthodologique au printemps 2018 (avril-juin).
- **Aujourd'hui, nous disposons de données sur nos clientèles via :**
 - Les enquêtes synthétiques de satisfaction permanentes disponibles sur bornes en fin de visite >> très limitées en termes de données liées aux profils de nos visiteurs.
 - Les enquêtes menées par le Pôle patrimoine dans le cadre de la Saison patrimoine >> très riche mais échantillonnage et offre concernée limités.

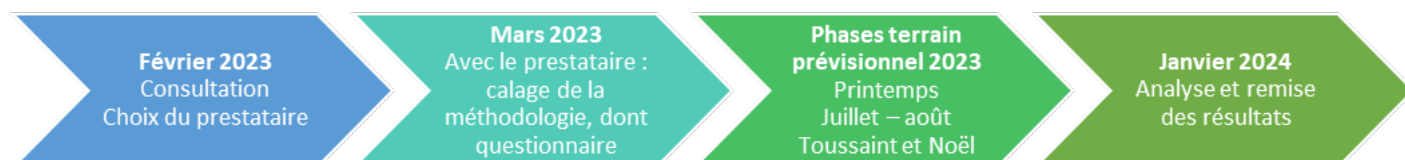
❖ L'objet de la commande

Saint-Nazaire Agglomération Tourisme souhaite mener une enquête auprès des visiteurs de l'offre de visites de Saint-Nazaire Renversante (offre de visites décrite exhaustivement ci-dessus) afin d'augmenter ses connaissances relatives à ces publics. Les principaux enjeux et objectifs :

- **Une enquête d'envergure pour connaître nos visiteurs dans un contexte touristique post COVID en pleine mutation.**
- **Mieux connaître nos visiteurs et produire des données précises :** leur provenance, leur profil sociologique, leurs attentes, leurs pratiques, leurs modes de déplacement, comment ils nous ont connu, les motivations à effectuer une ou plusieurs visites, ce qu'ils en ont pensé, le séjour...
- **Les visiteurs de l'offre de visites SNR :** 4 sites de visite + 3 visites d'entreprises + croisières découvertes l'été + visites patrimoine.
- **Les visiteurs ciblés :** les visiteurs loisirs individuels, Français et étrangers, locaux et non issus du territoire (touristes en séjour et excursionnistes).
- **Les périodes de terrain envisagées :**
 - Période à forte fréquentation touristique = périodes de vacances scolaires : printemps, cœur de l'été, Toussaint et Noël.
 - Période de moindre de fréquentation, notamment pour mieux comprendre les pratiques des habitants en termes de visites : périodes à définir.

>> Le questionnaire définitif sera à construire en concertation avec SNAT.

>> **Calendrier prévisionnel :**



❖ **Livrables, calendrier et modalités**

Les livrables de la mission

>> Le prestataire devra livrer à SNAT :

- **Le rapport final de l'enquête. Ce rapport devra comprendre le questionnaire, la méthodologie, les résultats et l'analyse complète de l'enquête, des verbatims (en version imprimée et numérique).**
- **L'ensemble des données sources.**

>> Le prestataire devra présenter les résultats de l'enquête à Saint-Nazaire lors d'une réunion plénière en présence des équipes.

Planning et modalités des candidatures pour répondre à la consultation :

- **Les candidats devront fournir à SNAT pour le **vendredi 24 février 2023 18h au plus tard** une proposition comprenant :**
 - Une présentation de la structure et de ses références sur des missions équivalentes.
 - Une reformulation de la présente demande devant exprimer la compréhension de la commande, des enjeux et des objectifs.
 - Une description détaillée de la méthodologie, notamment les modalités d'administration de l'enquête auprès des cibles. SNAT fournira toutes les données nécessaires à l'élaboration de la méthodologie, notamment les données précises de fréquentation indispensables à la définition des échantillonnages.
 - Une description du contenu du rapport d'analyse final.
 - Les moyens mobilisés.
 - Une proposition chiffrée détaillée. **IMPORTANT** : le prestataire précisera le coût de chaque phase terrain.
 - Un planning de réalisation de la mission sur lequel le candidat s'engage.

La proposition doit être adressée obligatoirement par email à glizea@saint-nazaire-tourisme.com et à administration@saint-nazaire-tourisme.com.

- **Les offres reçues seront évaluées au regard de la grille suivante :**
 - Références : 20%
 - Méthodologie : 40%
 - Prix de la prestation : 40%
- **Le marché sera attribué après négociation.** Toutefois, SNAT se donne la possibilité d'accorder le marché sans négociation.
- **Une réunion de lancement** aura lieu au siège de SNAT avec le candidat retenu. Elle permettra de préciser et valider les objectifs, la méthodologie et le calendrier.
Date : mardi 14 mars 2023 à 11h.
- **Le candidat retenu devra adresser à SNAT un point d'avancement régulier.**
- **Le rapport final devra être remis à SNAT tout début 2024 au plus tard.**
- **Budget :** selon proposition et méthodologie du candidat.
- **Un contrat sera établi entre SNAT et le candidat retenu.**

Pour tout renseignement :

Arnaud Glize, responsable communication/marketing, glizea@saint-nazaire-tourisme.com

www.saint-nazaire-tourisme.com