



Réalisation et mise en œuvre d'une plateforme mutualisée d'e-tourisme.

NOTE D'INFORMATION DE LA PARTIE CANDIDATURE DU DIALOGUE COMPETITIF

DATE LIMITE DEPOT DES CANDIDATURES : 13 juillet 2007, 12h

1. Le contexte touristique de la Région Réunion

La Réunion est une petite destination touristique. 81% de la clientèle provient de la France métropolitaine. En 2006, l'épidémie de chikungunya a provoqué une crise du secteur touristique. Ainsi, seuls 278 800 touristes ont fréquenté la Réunion, contre 409 000 en 2005 dont :

- 161 900 touristes d'agrément
- 184 000 touristes affinitaires
- 50 000 touristes d'affaires

Néanmoins, les efforts pour la relance de la destination devraient permettre de revenir en 2008 à ce niveau antérieur.

Les acteurs privés du tourisme à la Réunion comprennent :

- Transport aérien : 3 compagnies desservent l'île par des vols directs de métropole (Air France, Air Austral et Corsair).
- Hôtellerie : 22 hôtels classés soit environ 1494 chambres. Les établissements de chaînes intégrées sont minoritaires (Accor, groupe Concorde, Nouvelles Frontières).
- Autres hébergements : la capacité d'accueil totale de la Réunion a été estimée à 11 000 lits en 2002. Les hébergements non hôteliers comprennent essentiellement des gîtes et chambres d'hôtes situés dans « les hauts ».
- Des réceptifs et agences de voyage, de nombreux prestataires de loisirs sportifs et de plein air, des loueurs de voitures (chaînes et indépendants)...

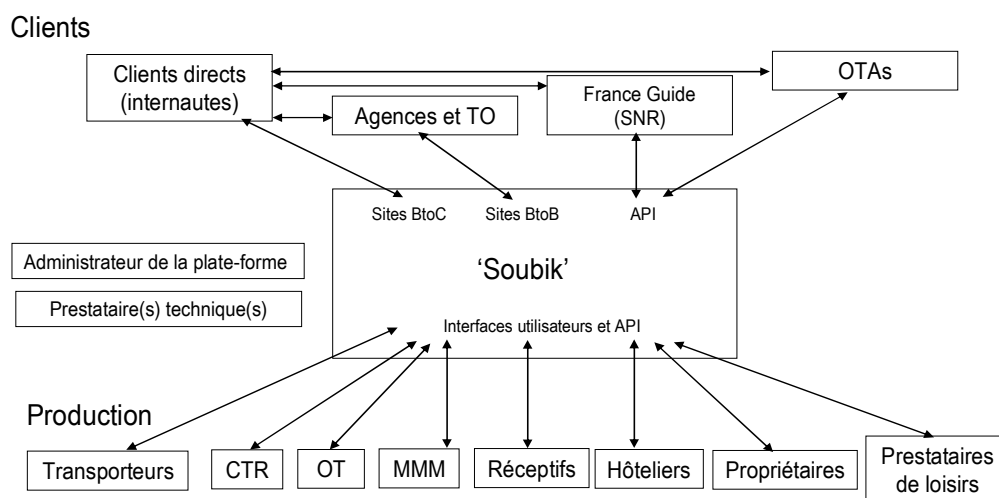
Les acteurs institutionnels du tourisme comprennent :

- Le Comité du Tourisme de la Réunion et son futur observatoire du tourisme
- MMM (Maison de la Montagne et de la Mer)
- Les OTSI (Offices de Tourisme et Syndicats d'Initiative), dont les plus importants sont l'OT de St Paul, l'OT Nord (Saint Denis), et la MT de Cilaos.

2. Les objectifs généraux du projet et de la consultation

La Région Réunion s'est engagée dans une démarche visant à favoriser l'entrée de l'île dans la société de l'Information et a élaboré en 2006 un schéma de l'e-tourisme pour la Réunion. Les enjeux sont de positionner la Réunion sur le marché touristique Internet international par cible de clientèle et de produit afin d'augmenter la demande touristique et de soutenir les prestataires locaux dans leur démarche commerciale et dans la gestion de leurs prestations.

Dans ce cadre, la Région lance une consultation pour la réalisation et la mise en œuvre d'un outil de promotion et de commercialisation en ligne des prestations touristiques régionales. Cet outil aura vocation à rassembler l'ensemble de la production touristique de l'île sous la forme d'une place de marché orientée BtoC et BtoB, et à proposer aux producteurs (centrales de réservation, réceptifs, hôteliers, prestataires de loisir...) des outils de vente/promotion de leurs produits leur permettant de promouvoir et vendre en ligne, directement ou par des intermédiaires.



Le portail Internet (front office) issu de la plate-forme SOUBIK s'adresse aux visiteurs individuels à la recherche d'information ou de produits touristiques de l'île, mais aussi et dans un deuxième temps, aux professionnels intermédiaires du tourisme, traditionnels ou distributeurs en ligne (OTAs).

La consultation présente a pour objet la fourniture clé en main de la plate-forme d'e-tourisme SOUBIK qui devra permettre :

- Une présentation sous la forme d'un portail Internet multi-langue accessible aux individuels et aux professionnels du tourisme et comprenant un ensemble de sites thématiques générés simplement
- la réservation de produits touristiques par les internautes et les intermédiaires du tourisme
- la gestion de leur production par les producteurs touristiques.
- la gestion et la recherche de l'information relative au contenu de l'offre touristique et sa publication en ligne sur l'ensemble des éléments de la plate-forme

- la gestion des contacts avec les internautes et l'envoi d'une communication automatisée sous format électronique
- la gestion des droits d'accès aux producteurs pour utiliser les outils de promotion et de réservation
- L'émission de rapports et de statistiques de fréquentation et de ventes

S'agissant d'une prestation clé en main, les candidats proposeront les prestations suivantes :

- L'assistance à la mise en place initiale des sites Internet (hors contenu et charte graphique),
- L'intégration et la mise en œuvre opérationnelle de l'ensemble des solutions,
- L'assistance au démarrage et à la formation des personnels utilisateurs,
- L'assistance au référencement des sites Internet (option)
- L'hébergement et la maintenance des serveurs et des applications (option).

Il s'agit d'un lot unique. L'éditeur sélectionné à la suite de l'appel à candidatures devra proposer une solution pour répondre à l'ensemble du périmètre et des objectifs qui seront décrits par le programme fonctionnel.

Les réponses fonctionnelles exprimées seront intégrées dans la version commercialisable du (ou des) progiciel(s) proposé(s) : les candidats sélectionnés les présenteront lors de la démonstration envisagée par la procédure.

L'éditeur précisera obligatoirement les modules à partir desquels les fonctionnalités sont opérées.

Dans les cas où les fonctionnalités proposées nécessiteraient un développement, il le précisera et chiffrera le développement.

La consultation prévoit la possibilité de répondre à l'appel à candidatures dans le cadre d'un groupement de prestataires.

3. Les objectifs fonctionnels de Soubik

La plate-forme a pour objectif de donner aux touristes potentiels la possibilité de mieux préparer leur séjour à la Réunion via les technologies de l'information et de la communication, en premier lieu Internet. Elle doit leur permettre de mieux s'informer, recevoir une information personnalisée, réserver.

Par conséquent, il est nécessaire de permettre aux producteurs une gestion facilitée et optimum de leur production.

Quatre objectifs fonctionnels sont donc poursuivis :

1. Informer :

La plate-forme comprendra la gestion dynamique d'un portail Internet d'information/vente touristique de l'île. Sa mise en œuvre, pour la partie intégration technique hors contenu et graphisme, fait partie intégrante de la consultation. Le portail Internet sera subdivisé en une quinzaine de sites thématiques (par exemple : randonnée, mer...) ou territoriaux (par exemple : volcan, côte au vent, sud sauvage...), illustrant des aspects touristiques et regroupant des offres liées à la thématique, ou au niveau le plus fin à des mini-sites de producteurs particuliers souhaitant pouvoir dialoguer et vendre en direct avec les internautes.

Une information complète sera apportée. Par conséquent, la solution proposée permettra de collecter, de gérer et de diffuser de l'information en utilisant plusieurs supports (texte, photos, vidéos, animations, éventuellement cartographie...), de façon à assurer, à partir d'une source unique, la mise à jour de l'information sur l'ensemble des sites, en plusieurs langues, et la génération de documents (plaquettes...).

Les producteurs pourront accéder et mettre à jour les informations les concernant (description de l'offre, conditions de vente...)

2. Gérer la relation client

La solution proposée permettra d'assurer la relation clients, (fiches client et gestion de campagnes/newsletter par e-mailing) centralisée auprès de la structure responsable de la promotion du portail et directement par les producteurs adhérents à la plate-forme, sur leur propre clientèle.

La base de contact centrale comprendra les contacts apportés par le Comité du tourisme, complétés par les coordonnées communiquées par les visiteurs de la plate-forme ou entrées par les producteurs ...

La solution devra donc permettre de:

- gérer automatiquement les contraintes légales en vigueur (opt in...),
- qualifier a minima les contacts clients (individuels ou professionnels, suivi des achats, préférences...)
- mettre à jour la base (contrôle des doublons, adresses invalides...)
- faciliter le lancement de campagnes d'e-mailing
- envoyer des informations personnalisées

3. Réserver :

Toutes sortes de prestations (hébergement, loisirs...) pourront être réservées en ligne. Cependant, la structure d'administration de la plate-forme n'aura pas la charge de la commercialisation (vente, encaissement, etc.) des séjours réservés via le portail. Les internautes contractualiseront et devront directement régler leurs prestations auprès des producteurs (centrale de réservation, tours operators, hôteliers, prestataires de loisirs...) qui auront adhéré au système de la plate-forme.

La solution proposera donc

- un système de réservation pour les distributeurs ou intermédiaires, direct (accès aux sites professionnels de la plate-forme) ou indirect (marque blanche) permettant à terme de commercialiser des produits complexes.
- un système de réservation pour les producteurs. Un interfaçage avec les PMS les plus utilisés par les producteurs concernés pourra être envisagé.
- une facilitation de la gestion des réservations (modifications, annulations...) et l'émission de confirmations de réservation ou vouchers

4. Proposer des outils mutualisés aux producteurs

La mise à disposition des outils intégrés dans SOUBIK sera donc proposée aux producteurs touristiques de l'île, selon un système d'adhésion dont les obligations contractuelles sont en cours de définition. Elle sera basée sur des notions de niveaux de services, par exemple (sans exhaustivité) :

- Niveau a : publication simple de l'information touristique et de l'information produit,
- Niveau b : possibilité de réserver et d'encaisser via la plate-forme,
- Niveau c : chaîne intégrale de la réservation y compris pour un centre d'appels.

Aux niveaux de service, pourront également se rajouter des options d'utilisation d'outils d'e-marketing et de campagne de mailing.

Ainsi, Soubik devra apporter les services suivants aux producteurs :

- Présentation individuelle sur une page du portail, affichage des disponibilités et/ou vente de leur production (paiement en ligne, émission de documents de confirmation...).
- Gestion de leur base de données clients et enrichissement par leurs propres contacts hors plate-forme
- Production automatique de messages et documents (lors de la réservation par exemple)
- Organisation de campagnes marketing simples
- Pour le cas particulier de centrales qui le souhaiteraient (par exemple Maison de la Mer et de la Montagne), une solution de réservation complète, permettant de distribuer sa production en fonction des disponibilités et déclinée selon une tarification de type TO, d'appliquer ses propres Conditions Générales de Ventes, selon la nature des clients, de gérer les relations fournisseurs jusqu'à l'enregistrement comptable des prestations.
- Pour le cas de producteurs disposant déjà de leur propre système de réservation/ gestion de la production, une solution permettant de gérer tout ou partie de leur production.

4. Les objectifs de volumes d'activités de Soubik

Afin de permettre un dimensionnement de la solution par les candidats, les projections d'activités de Soubik sont établies sous la forme des scénarii suivants :

Scénario minimal :

PROJET SOUBIK

Eléments de dimensionnement

Nombre d'utilisateurs

Admin. technique
Comité du tourisme
MMM réservation
MMM autres
Offices de tourisme
Hôtels sur accès web

Hypothèse minimale

2007	2008	2009	2010
3	3	3	3
3	3	3	3
12	14	15	16
3	4	5	5
3	4	4	4
0	10	15	20

Volumes d'activité projetés :

Visiteurs uniques (par an)
Pages lues (par an)

950 K	1 200 K	1 500 K	1 700 K
3 800 K	4 800 K	6 000 K	6 800 K

Ventes BtoC par la plate-forme

Nombre de dossiers réservés (par an)
Nombre de pax réservés (par an)

8 K	30 K	50 K	60 K
13,6K	54 K	100 K	120 K

Réervations par les prestataires

MMM

22 K	26K	27,5K	30 K
------	-----	-------	------

E-marketing :

Nombre de prospects-clients dans la base
Nombre d'e-mails émis (par an)

3 K	115 K	140 K	170 K
15 K	1 400 K	1 700 K	2 000 K

Scénario maximal :

PROJET SOUBIK

Eléments de dimensionnement

Nombre d'utilisateurs

Admin. Soubik et CTR
MMM réservation
MMM autres
Offices de tourisme
Hôtels sur accès web

Hypothèse haute

2007	2008	2009	2010
3	5	8	8
12	15	18	20
10	10	11	11
18	22	25	25
0	15	50	65

Volumes d'activités projetés :

Visiteurs uniques (par an)	950 K	1 200 K	1 700 K	2 200 K
Pages lues (par an)	3 800 K	4 800 K	6 800 K	8 800 K

Ventes BtoC par la plate-forme

Nombre de dossiers réservés (par an)	8 K	40 K	60 K	80 K
Nombre de pax réservés (par an)	14 K	76 K	120 K	176 K

Réservations par les prestataires

MMM	22 K	27,5 K	33 K	37 K
-----	------	--------	------	------

E-marketing :

Nombre de prospects-clients dans la base	10 K	125 K	165 K	220 K
Nombre d'e-mails émis (par an)	20 K	10 000 K	14 000 K	18 000 K

Le nombre de sites thématiques ou territoriaux (territoire des offices de tourisme) avoisinerait la quinzaine.

Il est bien entendu que ces projections ne constituent pas à ce stade des objectifs officiels, mais plutôt des hypothèses de cadrage fournies aux candidats pour dimensionner la solution proposée dans le respect des objectifs de performance demandés.

Ces hypothèses pourront être affinées ou révisées durant la phase de dialogue.

5. Les modalités de la consultation : conditions d'envoi et de remise des candidatures

L'enveloppe contenant le dossier constituant la candidature du candidat doit être placée dans un pli cacheté.

- LE PLI FERME DOIT IMPERATIVEMENT COMPORTER LA MENTION :

**« NE PAS OUVRIR, CANDIDATURE AU DIALOGUE COMPETITIF POUR :
Réalisation et mise en œuvre d'une plateforme d'e-tourisme »**

Les plis non parvenus aux dates et heures indiquées dans l'appel à candidatures ne seront pas pris en compte. Il appartient donc aux candidats de tenir compte des délais d'acheminement du courrier.

Les plis peuvent être transmis :

- soit par courrier (sous pli recommandé avec accusé de réception) ; adressé à
Région Réunion – Bureau du courrier
Hôtel de Région Pierre Lagourgue
Avenue René CASSIN – Le Moufia – BP7190
97719 SAINT DENIS MESSAG CEDEX
- soit déposés contre récépissé, en se présentant du lundi au vendredi sauf jours fériés, de 9 H 30 à 12 H et de 14 H 00 à 16 H 30 à l'adresse ci-dessus.
- soit dématérialisés sur le site : www.regionreunion.com

6. Déroulement du projet

Après ouverture des candidatures, la personne responsable du marché dresse la liste des trois candidats admis à entamer les discussions.

Ceux-ci devraient recevoir vers le 23 juillet une invitation les invitant à remettre une première proposition à la fin du mois d'août.

Des auditions, incluant une démonstration de la solution proposée, sont prévues sur la Réunion début septembre.

Le dialogue sera éventuellement poursuivi à distance jusqu'à la fin du mois.

Les offres définitives devront ensuite être remises courant octobre

Une prime de 6.000 euros sera attribuée à chaque candidat sélectionné, qui aura participé à l'ensemble de la consultation et qui déposera une offre finale.

7. Les modalités d'exécution du marché

La date prévisionnelle de début d'exécution du marché est décembre 2007.

Le projet global SOUBIK nécessitera un phasage qui pourra être envisagé de la façon suivante :

- Décembre 2007-début 2008, SOUBIK1: livraison du portail d'information intégrant une base de données information (texte, photos, vidéo ...). La Région organise actuellement la collecte de données auprès des prestataires en vue d'alimenter les bases de données descriptives de l'offre touristique au 4^e trimestre 2007. A partir de 2008, le site sera enrichi et régulièrement actualisé (articles, reportages...).

- Premier semestre 2008, SOUBIK2 : mise en œuvre de la réservation en ligne pour les ventes de la saison juin/octobre 2008 : seuls les producteurs utilisant l'outil de réservation SOUBIK (directement ou par le biais d'allotements) seront connectés à la plate-forme. Les outils de gestion de la relation clients (base de données contacts/clients, e-marketing...) seront installés.
- Fin 2008, SOUBIK3 : ouverture de l'accès des distributeurs à la réservation, établissement de passerelles comptables, finalisation de l'organisation des bases de données clients/contacts partagées.

Les éditeurs pourront proposer un autre planning si tant est qu'ils respectent la date de fin décembre 2007/début 2008 pour une mise en œuvre SIGNIFICATIVE d'un volet fonctionnel de la plate-forme.