DESTINATION BRAND (DB) 21

Mesure de la compétence thématique de votre destination + l’effet de la COVID-19 + utilisation des médias et des langues

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Client | | | | Personne-contact | |
| Institution : |  | Nom, prénom : | |  | |
| Rue : |  | Tel : | |  | |
| Code postal, ville : |  | E-Mail : | |  | |
| Numéro de TVA intracommunautaire (pour les entreprises ayant leur siège en dehors de l'Allemagne) : | | | | | |

Sélection des marchés sources et des études complémentaires *(Veuillez cocher !)*

Veuillez sélectionner **les marchés sources** pour lesquels vous souhaitez commander un rapport individuel sur   
**la compétence thématique** de votre destination, un module supplémentaire (MS) sur **l'effet de la COVID-19** sur votre destination et / ou un dossier d'information indépendamment de la destination sur **l'utilisation des médias et des** **langues** du marché source.[[1]](#footnote-1)

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | Enquête en / au(x) | | | | | | | | | |
|  | **Marché source**  **Étude partielle[[2]](#footnote-2)** | France | | Italie | | Espagne | | Royaume-Uni | | États-Unis | |
| Enquête de | **Compétence thématique** *(rapport incl. analyse standard des groupes cibles)* |  | **3.500 €** |  | **3.500 €** |  | **3.500 €** |  | **3.900 €** |  | **3.900 €** |
| **Effet de la COVID-19 (MS)**  *(incl. analyse standard des groupes cibles)* |  | **2.500 €** |  | **2.500 €** |  | **2.500 €** |  | **2.750 €** |  | **2.750 €** |
| **Utilisation des médias et des langues (Voyages à l'étranger) Dossier d'information** |  | **1.500 €** |  | **1.500 €** |  | **1.500 €** |  | **1.750 €** |  | **1.750 €** |
| **Marché source**  **Étude partielle2** | Allemagne | | Autriche | | Suisse | | Pays-Bas | | Chine | |
| **Compétence thématique** *(rapport incl. analyse standard des groupes cibles)* |  | **3.500 €** |  | **3.500 €** |  | **3.900 €** |  | **3.500 €** |  | **3.900 €** |
| **Effet de la COVID-19 (MS)**  *(incl. analyse standard des groupes cibles)* |  | **2.500 €** |  | **2.500 €** |  | **2.750 €** |  | **2.500 €** |  | **2.750 €** |
| **Utilisation des médias et des langues (Voyages à l'étranger) Dossier d'information** |  | **1.500 €** |  | **1.500 €** |  | **1.750 €** |  | **1.500 €** |  | **1.750 €** |
| **Utilisation des médias**   **Voyages nationaux**  **Dossier d'information** |  | **1.000 €** | *Le dossier d'information pour les voyages nationaux est proposé exclusive-ment sur le marché source ALLEMAGNE et ne contient aucune information sur l'utilisation des langues.* | | | | | | | |
| Supplémentaire analyses des groupes cibles[[3]](#footnote-3) | **Sinus-Milieux® Allemagne**  *(uniquement pour le marché source Allemagne)* |  | **1.500 €** | **sur la compétence thématique** | | *Condition préalable : votre institution a réservé au moins un dossier d'information de l'Institut SINUS pour la période de 2018 à 2021 ou vous commandez un tel dossier d'information dans le cadre de cette commande DB21.*  *Dans les deux cas, vous pouvez nous demander un formulaire de commande supplémentaire à cette fin.* | | | | | |
|  | **1.000 €** | **au module supplémentaire** | |
| **Sinus-Meta-Milieux®**  *(uniquement pour le marché source Allemagne)* |  | **1.500 €** | **sur la compétence thématique** | |
|  | **1.000 €** | **au module supplémentaire** | |
| **« BeST**-**types de vacanciers »** *(uniquement pour le marché source Allemagne)* |  | **1.200 €** | **sur la compétence thématique** | |  | | | | | |
|  | **800 €** | **au module supplémentaire** | |

*Prix net (plus TVA en vigueur pour les sociétés ayant leur siège social en Allemagne).*

Votre avantage : Pour les commandes à partir de 2 marchés sources par destination : **5% de réduction** sur les rapports individuels sur la compétence thématique et le module supplémentaire ; à partir de 4 marchés sources : **10% de réduction**

Services supplémentaires facultatifs pour le transfert ou l'interprétation des données

Nous serons également heureux de vous aider à transférer et interpréter les données. À cette fin, vous pouvez réserver les services supplémentaires suivants, qui pourront être effectués à une date choisie à partir d'**avril** **2022 :**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Transfert / interprétation des données (*une seule fois et indépendamment  du cadre de la sélection)* | **DB-** **Présentation des résultats** |  | **1.000 €** | **Online** | *Présentation des résultats de base spécifiques  à la destination, y compris discussion et première interprétation des données.*  *Durée : 45-60 minutes* |
|  | **1.500 €** *plus frais de voyage* | **Sur place** |
| **DB-** **Atelier « Potentiels »** |  | **2.500 €** | **Online** | *Présentation des résultats de DB + présentation de potentiels encore inexploités concernant le portefeuille de thèmes demandés + développement conjoint de dérivés pour les stratégies de marketing et de vente.*  *Durée : demi-journée* |
|  | **2.500 €** *plus frais de voyage* | **Sur place** |
| **Analyse de la combinaison thème-groupes cibles (atelier supplémentaire réservable)[[4]](#footnote-4)** *(uniquement pour les destinations allemandes sur le marché source Allemagne)* |  | **3.000 €** | **Analyse des données + rapport** | *Analyse approfondie des données, recommandations pour l'orientation stratégique du marketing de  destination : hiérarchisation des sujets,  identification des combinaisons thème-groupe cible et thème-marché source les plus potentielles,*  *Durée de l'atelier complémentaire : demi-journée* |
|  | **2.500 €** | **Atelier online** |
|  | **2.500 €** *plus frais de voyage* | **Atelier  sur place** |

*Prix net (plus TVA en vigueur pour les sociétés ayant leur siège social en Allemagne).*

Détermination du nom de votre destination [[5]](#footnote-5) *(Veuillez remplir !)*

Veuillez indiquer ci-dessous **sous quel nom** la mesure de la compétence thématique de votre destination doit être mesurée dans les marchés sources que vous avez sélectionnés (idem en cas de réservation du module supplémentaire sur l’effet de la COVID-19 sur votre destination) :

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | | Nom de la destination | |
| Enquête en | France (FR) |  |
| Italie (IT) |  |
| Espagne (ES) |  |
| Royaume-Uni (UK) |  |
| États-Unis (US) |  |
| Allemagne (DE) |  |
| Autriche (AT) |  |
| Suisse (CH) |  |
| Pays-Bas (NL) |  |
| Chine (CN) |  |

*Veuillez saisir le nom de votre destination dans la langue nationale ou le nom avec lequel vous souhaiter désigner votre destination dans le marché source. Veuillez noter que la destination est interrogée telle qu'elle est indiquée dans ce tableau (c’est-à-dire dans la ou les langues nationales que vous indiquez, y compris les majuscules et les minuscules et les signes de ponctuation éventuels). Si vous avez besoin d'aide pour traduire le nom de la destination dans la langue nationale, veuillez nous contacter.*

Sélection des thèmes spécifiques pour l'analyse de la compétence thématique *(Veuillez remplir !)*

En réservant le rapport individuel sur la compétence thématique, la pertinence du thème est examinée par défaut pour les **5 activités de vacances générales** suivantes, **pour toutes les destinations** du marché source réservé[[6]](#footnote-6) :

1. Savourer des spécialités culinaires / gastronomiques
2. Visiter des sites culturels / profiter des offres culturelles
3. Faire des randonnées en pleine nature
4. Pratiquer une activité sportive
5. Visiter des villes

**En outre**, **5 autres thématiques spécifiques par destination et par marché** **source** peuvent être sélectionnées librement pour l'interrogation de l'adéquation du sujet soutenu. Parmi ceux-ci, il est également possible de nommer un thème (formulé comme une activité de vacances) qui ne figure pas dans la liste suivante des thèmes spécifiques (ligne 35) :

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Thème spécifique comme  **activité de vacances** | | Veuillez cocher pour sélectionner | | | | | | | | | |
| DE | FR | IT | ES | UK | US | AT | CH | NL | CN |
| 1. | Assister à des événements |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 2. | Découvrez l'architecture Bauhaus et l'architecture moderne classique |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 3. | Découvrez les traces de Martin Luther |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 4. | Découvrir les « scènes » locales (par exemple quartier de shopping tendance, festivals, scène artistique alternative, vie nocturne) |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 5. | Être actif dans et autour de l'eau |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 6. | Faire de la randonnée |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 7. | Faire de la voile |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 8. | Faire du cheval |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 9. | Faire du tourisme durable et responsable (respect de l'environnement, tourisme socialement et économiquement équitable) |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 10. | Faire du vélo (hors VTT) |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 11. | Faire du VTT |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 12. | Jouer au golf (pas au golf miniature) |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 13. | Participer à une excursion viticole (par exemple, dégustation de vin, visite de fêtes du vin, promenades dans les vignobles, participation aux vendanges) |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 14. | Partir en vacances / voyages adaptés aux personnes en situation  de handicap |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 15. | Passer des vacances à la campagne  (par exemple dans une ferme ou un domaine viticole) |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 16. | Pratiquer un sport aquatique (hors voile) |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 17. | Pratiquer un sport d'hiver (par exemple ski, ski de fond) |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 18. | Profiter des boutiques de luxe |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 19. | Profiter des offres de bien-être |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 20. | Profiter des offres de luxe |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 21. | Profiter des offres d'études / de formation |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 22. | Profiter des offres liées à la santé  (autofinancées, ne comprend pas les cures) |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 23. | Profiter des offres pour la famille |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 24. | Profiter des possibilités de shopping |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 25. | Se baigner et passer du temps à la plage |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 26. | Se détendre et se reposer |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 27. | Visiter des châteaux, manoirs, parcs et jardins |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 28. | Visiter des manifestations traditionnelles  (par exemple, festivals de tir, carnaval, fête foraine) |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 29. | Visiter de festivals culturels / musicaux |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 30. | Visiter des châteaux et des cathédrales |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 31. | Visiter des jardins / parcs |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 32. | Visiter des musées / expositions / musées d'art |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 33. | Visiter des sites appartenant au patrimoine industriel  (par exemple visite d'usines, de mines, de musées de l'industrie) |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 34. | Visiter des sites du patrimoine mondial de l'UNESCO |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 35. | Activité de vacances choisie librement [[7]](#footnote-7): |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

Livraison des données : La livraison de résultats est prévue pour la fin mars 2022 au plus tôt.

Date limite d'inscription et modalités de paiement *(Veuillez remplir !)*

La date limite d'inscription est le **30.09.2021**.Une **commande ultérieure n'est possible que pour le marché source Allemagne** et seulement si la destination fait partie du pool de destinations évaluées.[[8]](#footnote-8) Les factures seront émises après la date limite d'inscription. Veuillez cocher le mode de paiement souhaité :

**Mode de paiement 1 :** 100% du prix total est dû en 2021.

**Mode de paiement 2 :** 50% du prix total est dû en 2021, 50% au 2ème trimestre 2022.

**Mode de paiement 3 :** 100% du prix total est dû au 2ème trimestre 2022.

Le client charge inspektour (international) GmbH, conformément à la sélection effectuée aux pages 1 à 3, de fournir les services pertinents dans le cadre de l'étude « Mesurer la compétence thématique de votre destination + effet de la COVID-19 + utilisation des médias et des langues ».

Déclaration de consentement en vertu de la loi sur la protection des données :En signant ce formulaire, j'accepte qu'inspektour (international) GmbH m'envoie des informations et des offres, en particulier concernant DESTINATION BRAND, par courrier ou par e-mail à des fins publicitaires.

Droit d'objection : En principe, vous pouvez faire usage de votre droit d'opposition à tout moment sans indication de motifs et modifier ou révoquer complètement la déclaration de consentement accordée en vertu de la loi sur la protection des données avec effet pour l'avenir.

Déclaration de confidentialité pour le dossier d'information sur l'utilisation des médias et des langues : Par ma signature, je confirme de manière contraignante qu'en cas de réservation d'un ou de plusieurs des dossiers d'information indépendants de la destination à des fins médiatiques et linguistiques, aucun de ces dossiers (pas même des extraits) ne sera publié, reproduit ou transmis à des tiers - pas même aux régions partenaires, aux prestataires de services, aux sociétés de coopération, etc.

      Votre personne-contact chez inspektour :

Lieu, date Ellen Böhling

Tel : +49 (0)40 414 3887 412

Veuillez nous renvoyer le bon de commande rempli par :

Fax : +49 (0)40 414 3887 44

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ E-Mail : ellen.boehling@inspektour.de

Signature / Tampon Courrier : inspektour (international) GmbH

Osterstraße 124

D-20255 Hambourg

1. **Droits d'exploitation :** Les droits sont détenus par inspektour (international) GmbH. **Droits d'utilisation des acheteurs :** Une utilisation illimitée des résultats de l'évaluation n'est pas

   autorisée. Dans le cas du rapport individuel sur la compétence thématique et du module complémentaire sur l'effet de la COVID-19, les destinataires sont toutefois autorisés à publier

   certains résultats ponctuels dans le contexte de leurs propres travaux, en citant la source de l'enquête comme suit : « inspektour (international) GmbH ». Cependant, **aucun des dossiers**

   **d'informations (même par extraits) concernant l'utilisation des médias et des langues ne peut être ni publiés, ni dupliqués, ni transmis à des tiers** – pas même à des régions

   partenaires, à des prestataires de services, les sociétés de coopération, etc. **Le client n'a aucun droit exclusif sur les résultats des études** **partielles proposées** ici (par exemple,

   l'intérêt général pour les activités de vacances, l'intention générale de voyager, l'utilisation générale des médias et des langues), **qui sont indépendants de la destination de voyage**.

   En effet, inspektour (international) GmbH souhaite pouvoir continuer à exploiter ces résultats. inspektour (international) GmbH est généralement intéressé par la publication de résultats

   sélectionnés indépendants de la destination – sauf le paquet d'informations sur l'utilisation des médias et des langues – sous forme de présentations et de publications (en ligne).

   **Conditions de réservation :** La condition préalable à la réservation du module supplémentaire est qu'un rapport individuel sur la compétence thématique ait été réservé dans le marché

   source concerné. Le dossier d'information peut être réservé indépendamment du rapport individuel sur la compétence thématique et du module supplémentaire. **Préparation des données :**

   Les résultats de toutes les sous-études seront compilés dans un seul rapport par marché source et par sous-étude. **Analyses bivariées :** Le rapport individuel sur la compétence

   thématique et le module supplémentaire sur l’effet de la COVID-19 contiennent **une analyse standard des groupes cibles** pour les contenus de base spécifiques à la destination de

   voyage (comprend une évaluation différenciée en fonction de 6 groupes cibles max. définissables individuellement, sur la base de 1.) la socio-démographie, 2.) l'intérêt général

   (indépendamment de la destination) pour les activités de vacances ou 3.) la combinaison des options 1 et 2). Le rapport individuel sur la compétence thématique contient également des

   différenciations sociodémographiques. [↑](#footnote-ref-1)
2. Le nombre de cas est d'au moins n = 1 000 par destination et par marché source. Dans le cas d'un niveau de connaissance aidé inférieur à 12%, aucune analyse (standard) des groupes

   cibles n'est effectuée en raison du nombre de cas (et en outre, dans le cas du rapport individuel sur la compétence thématique, aucune différenciation sociodémographique). Si le cas d'une

   connaissance soutenue inférieure à 12% se présente, nous vous contacterons pour coordonner la suite de la procédure à cet égard. [↑](#footnote-ref-2)
3. Comprend une évaluation différenciée **supplémentaire** des résultats de base spécifiques à chaque destination en fonction de tous les « Sinus-Milieux® Allemagne », « Sinus-Meta-

   Milieux® » et / ou « BeST- types de vacanciers » (si possible en fonction du nombre de cas). La préparation respective comprend +/- 20 diapositives de résultats supplémentaires pour la

   compétence thématique de votre destination ou +/- 12 diapositives de résultats supplémentaires sur l'effet de la COVID-19 sur votre destination. Dans le cas d'un niveau de connaissance

   présumé de moins de 25%, nous vous consulterons avant l'enquête afin de déterminer ensemble les possibilités liées au nombre de cas. [↑](#footnote-ref-3)
4. Analyse de la combinaison thème-groupes cibles est effectuée pour une variante des options de segmentation du groupe cible. Il peut s'agir des groupes cibles standard sélectionnés dans

   le rapport individuel sur la compétence thématique ou de l'une des trois options supplémentaires sélectionnables, à savoir le « Sinus-Milieux® Allemagne », le « Sinus-Meta-Milieux® » ainsi

   que les « BeST-types de vacanciers », à condition qu'au moins une analyse supplémentaire des groupes cibles ait été réservée pour ceux-ci dans le rapport individuel sur la compétence

   thématique. [↑](#footnote-ref-4)
5. L'enquête est menée dans la langue nationale respective du marché source (dans le cas du marché source Suisse, en allemand et en français). [↑](#footnote-ref-5)
6. Par rapport aux études précédentes DB10-13-16, il peut y avoir des restrictions dans la comparabilité des désignations de thèmes dans le temps pour les thèmes spécifiques. Ces résultats

   sont dus à la standardisation de toutes les désignations de thèmes en tant qu'activités de vacances (auparavant également partiellement en tant que types de vacances) dans le cadre de

   l'étude DB18. Dans le cadre de cette optimisation, les désignations ont également été harmonisées entre les contenus de l'enquête sur le potentiel général des intéressés et la compétence

   thématique assistée des destinations. L'ajout ou l'omission de thèmes de vacances individuels est également dû à l'élargissement de l'étude pour inclure les marchés sources étrangers et la

   pertinence des thèmes dans ces pays. [↑](#footnote-ref-6)
7. Quel que soit le nombre de marchés sources réservés, la possibilité de nommer un sujet qui ne figure pas dans l'aperçu ci-dessus est limitée à un seul thème

   spécifique. Nous serons heureux de vous conseiller sur la formulation de ce thème en tant qu'activité de vacances. [↑](#footnote-ref-7)
8. Pour le marché source allemand, une enquête portant sur plus de 150 destinations allemandes et internationales est prévue. Dans le cas des autres marchés

   sources, la faisabilité de l'enquête ainsi que le nombre de destinations comparatives dans le cadre de l'analyse de la concurrence dépendent de la situation des

   commandes spécifique au marché source étudié. Veuillez nous contacter pour connaître le statut actuel de la participation.  
    [↑](#footnote-ref-8)