

Travail de Bachelor

Dépôt de sujet – Version 1

Confidentiel

Date du document : xx.xx.xxxx

Domaine de l'étude : Marketing

Titre provisoire : Etude de marché en vue d'identifier la clientèle, parents et enfants, actuelle et potentielle de l'offre passeport-vacances d'[une ville] et d'apporter des axes d'amélioration pour répondre à ses attentes et besoins.

Etudiant-e

NOM Prénom : SANDRE Mélissa, HP33

Classe :

Entreprise/organisation confiant l'étude

Nom (raison sociale) : Secteur Enfance et loisirs, Service Jeunesse et cohésion sociale d'[une Ville]

Adresse complète : Rue de XXXXX
XXXX Une Ville

N° téléphone : XXX XX XX

Représentant-e de l'entreprise/organisation

Madame UNTEL Mirelle

Fonction : Responsable du secteur Enfance et loisirs

E-Mail : xxxxx.xxxx@xxxxx.ch

N° téléphone : XXX XX XX

Souhait-s de conseillers/ères (max. 3 noms)

Prof 1

Prof 2

Prof 3

Les éléments de votre dépôt de sujet de TB :

1.	Domaine de l'étude	<i>Le domaine général dans lequel s'inscrit le travail doit être sélectionné (un seul choix). Communication - Développement d'affaires – Développement durable - Economie publique/touristique/des services – Finance – Fiscalité - Gestion – Gouvernance – Logistique – Management – Marketing – Organisation – Ressources humaines – RSE - Stratégie</i>
2.	Titre provisoire du travail de Bachelor	<i>Le titre du TB doit être formulé précisément et doit refléter avec exactitude le contenu du travail. Il doit contenir le nom de l'entreprise/organisation (paraphrase en cas de confidentialité), ainsi que la nature de l'étude envisagée. Ce titre est, en principe, celui qui figurera sur la page de couverture et qui sera définitif lors de la préétude.</i>
3.	Contexte	<i>Le contexte consiste en une description de l'entreprise/organisation (nombre d'employés, situation, chiffre d'affaires, etc.). A cela s'ajoutent les événements/éléments factuels expliquant les besoins de l'entreprise/organisation conduisant à la problématique.</i>
4.	Problématique	<i>La problématique découle du contexte et décrit la situation sur laquelle porte l'analyse. L'article « Problème et problématique » de l'Office québécois de la langue française peut vous aider dans la rédaction de votre problématique.</i>
5.	Objectif principal du travail	<i>L'objectif indique en une phrase la démarche analytique envisagée (par exemple : analyser, évaluer, identifier, comparer, etc.). Réfléchir, comprendre, consulter, etc. ne sont pas des objectifs. L'objectif donne lieu à un/des livrable(s).</i>
6.	Etat de la littérature	<i>Les concepts utilisés sont définis ; un résumé des principaux travaux pertinents est présenté ; les documents fondant l'approche méthodologique sont mis en évidence. Le texte est construit selon la structure de l'entonnoir (références générales, travaux spécifiques, documents directement utilisés pour construire l'approche méthodologique). Les principales références sur lesquelles s'appuie le travail sont indiquées (liste des références, selon un format connu – norme APA ou ISO690).</i>
7.	Phases, livrables et choix méthodologiques (workpackages)	<i>Cette partie peut être présentée sous forme de texte ou tableau détaillé. L'étudiant-e précise les différentes phases de son étude et, pour chacune, son objectif spécifique, la démarche et le résultat concret attendu (livrable). (Exemples de livrables : étude de faisabilité, évaluation financière, cahier des charges, modèle d'affaires). L'étudiant-e explique et justifie concrètement les méthodes qu'il/elle compte utiliser pour parvenir au résultat mentionné dans l'objectif. Il/Elle précise les techniques qu'il/elle compte employer (nombre d'entretiens, questionnaires, obtention et analyse de données secondaires – en indiquant les objectifs de collecte (échantillon) ainsi que les ressources nécessaires (base de données, experts, etc.) et en démontrant leur accessibilité.</i>
8.	Echéancier	<i>Les principales étapes datées de l'étude sont quantifiées et indiquées, avec une dotation en heures. L'étudiant-e présente une planification avec détail et quantification du travail à fournir de chaque étape avec un délai de réalisation (échéancier).</i>
9.	Éléments publiables provisoire	<i>Les éléments publiables sont le titre du travail de Bachelor et son résumé publiable. Le résumé publiable doit contenir les éléments suivants : le contexte, la problématique, les objectifs du TB, l'approche méthodologique, la nature des résultats et les livrables.</i>

Nous vous remercions de bien vouloir vérifier votre orthographe !

1. Domaine de l'étude : Marketing**2. Titre provisoire du travail de Bachelor :**

Etude de marché en vue d'identifier la clientèle, parents et enfants, actuelle et potentielle de l'offre passeport-vacances d'[une Ville] et d'apporter des axes d'amélioration pour répondre à ses attentes et besoins.

3. Contexte :

Depuis 41 ans, la ville d'[une Ville] propose aux enfants de la région âgés entre 7 et 13 ans, diverses activités durant les vacances scolaires du mois d'octobre. Cette offre est désignée sous l'appellation « passeport-vacances ». En 41 ans, l'offre du passeport-vacances s'est élargie pour proposer plus d'activités à plus d'enfants, mais celle-ci ne s'est que peu modernisée, elle s'est également spécifiée à une tranche d'âge.

L'offre du passeport-vacances est présentée dans différentes villes de la Suisse romande, par ailleurs, une organisation faîtière a été créée en 2013 afin de rassembler toutes les villes proposant cette offre ; l'Association romande des passeports vacances (ARPV).

A [une Ville], le passeport-vacances est organisé depuis 1 année par le secteur Enfance et loisirs qui fait partie du service Jeunesse en collaboration avec le secteur [un secteur] qui s'occupe de l'accueil préscolaire et parascolaire. Il a été constitué récemment afin de mettre en place une politique de l'enfance dans la ville *unevilloise*. Il compte actuellement 4 collaborateurs qui travaillent avec des moniteurs, aides-moniteurs, aide de cuisine, accompagnants pour les devoirs surveillés et des bénévoles, dans le cadre des diverses prestations qu'il propose. Parmi celles-ci, il est possible de citer ; les colonies de vacances, les devoirs accompagnés, les activités du centre aéré et le passeport vacances.

En ce qui concerne les émissions des passeports vacances, de 2018 à 2021, le ratio d'offres et de demandes étaient équilibrés. Cependant, en 2022, sur les 400 passeports initialement prévus par le service Enfance et loisirs d'[une Ville], 300 ont été imprimés et 220 ont été vendus. Les prix sont ajustés en fonction de la commune de résidence des enfants ainsi qu'en fonction du nombre de passeport pris par famille. Un prix plus avantageux est appliqué aux communes partenaires, de plus, si plusieurs enfants d'une même fratrie veulent participer aux activités, le prix est également ajusté.

Cette étude a été demandée par le secteur Enfance et loisirs afin de répondre au mieux aux souhaits de la population *unevilloise*. Ce secteur est, aujourd'hui, axé sur une démarche participative des enfants dans la commune, ceci dans le but d'obtenir le label « Commune amie des enfants » décerné par l'UNICEF. Dans cette optique, l'étude qui sera effectuée devra prendre en considération ces caractéristiques.

4. Problématique :

Etude de marché en vue d'identifier la clientèle, parents et enfants, actuelle et potentielle de l'offre passeport-vacances d'[une Ville] et d'apporter des axes d'amélioration pour répondre à ses attentes et besoins.

Cette problématique permettra d'identifier le processus décisionnel entre parents et enfants quant au choix des activités.

Ceci apportera également des perspectives d'amélioration applicable aux prestations du passeport-vacances, afin que celles-ci soient en adéquation avec les besoins de sa clientèle. Divers thèmes seront ainsi traités afin de connaître le but réel d'achat :

- Moyen de garde facilité
- Découverte d'activités ludiques et enrichissantes
- Choix par l'enfant
- Choix par le(s) parent(s)

5. Objectif principal du travail :

L'objectif principal du travail est d'identifier la clientèle réelle à qui s'adresse le passeport-vacances, et d'analyser ses besoins et attentes afin que l'offre puisse répondre à ceux-ci.

6. Etat de la littérature

Les activités extra-scolaires sont essentielles à une évolution cognitive complète de l'enfant. Elles peuvent influencer directement les résultats scolaires de celui-ci ainsi que faciliter ses capacités d'apprentissage (Florin, Vrignaud 2019). Il est ainsi nécessaire de prendre en considération les envies et les besoins des enfants lors de l'organisation des activités qui lui seront proposées. En lui offrant la possibilité de donner son avis, l'enfant se sentira écouté et cela renforcera ainsi son estime et sa confiance (Tourigny, 2021). Un enfant s'exprime la plupart du temps par le biais d'un adulte, que ce soit un parent ou une personne faisant partie de son entourage, ainsi les véritables idées ou envies de celui-ci ne sont que rarement prises en considération (Munro, 2008).

En démontrant de réel changement en fonction de ce qu'il aura exprimé, l'enfant sera plus apte à entreprendre des démarches dans le but de participer à des activités qu'il aura proposées. Il est donc nécessaire d'entreprendre une démarche participative des enfants dans le cadre de cette étude. Il a été, par ailleurs, démontré que les enfants ne sont que peu écoutés et pris en considération par les organisations. Ce genre d'intervention engendre une organisation et un temps supplémentaire, principalement lors de la création du lien de confiance entre l'enfant et l'intervenant, mais cela apportera des données primaires permettant de s'adresser directement à ce public (Tourigny, 2021). Ces données permettront de mieux identifier le public-cible.

En complément, il est essentiel de placer le contexte environnemental de l'organisation. Pour ce faire une analyse SWOT, qui permet de définir les forces, faiblesses, opportunités et menaces de l'environnement externe et interne à l'entreprise, offrira la possibilité de faciliter la prise de décision dans les axes de recommandations (Abdellaoui, Noureddine 2011).

Il sera ainsi possible de constituer un plan d'action afin de pallier un possible manquement dans l'offre actuelle proposée. Cet outil est utilisé pour l'application de recommandations et d'actions constituées via des études de marché. Il est composé des étapes pour la réalisation de la recommandation ; l'objectif des étapes, la personne responsable, un échéancier, un budget et des moyens de mesures et de contrôle de l'efficacité de l'application des recommandations (SOLOMON, Micheal R., MARSHALL, Greg, STUART, Elnora, 2013).

Afin de prendre ceci en considération, cette étude s'adressera d'une part aux parents et d'une autre part aux enfants. Une étude qualitative sous forme d'entretiens individuels, d'un échantillon restreint, sera réalisée. Cette étude offrira des informations primaires qui donneront des indications sur les motivations et comportements d'achat des individus concernés. A la suite de cette étude préalable, une étude quantitative sera réalisée afin de pouvoir extrapoler des résultats et faire des conclusions basées sur un grand nombre de répondants (Houver, 2020).

Cela permettra de connaître le point de vue des acteurs principaux répondant à l'offre proposée. Les données récoltées permettront de constituer une analyse détaillée sur la clientèle du passeport-vacances, ses besoins et attentes. En connaissance de l'environnement de l'organisation et des besoins et attentes de sa clientèle, il sera possible de constituer un plan d'action permettant à l'offre du passeport-vacances de s'élargir et de se recentrer sur les réels besoins de sa clientèle.

ABDELLAOUI, Okba et NOUREDDINE, Djouadi, 2011. L'analyse stratégique SWOT et L'entrepreneuriat L'importance, les impacts. In : *Research Gate* [en ligne]. [Consulté le 31 octobre 2022]. Disponible à l'adresse : <https://www.researchgate.net/publication/279963336>

FLORIN, Agnès, VRIGNAUD, Pierre, 2019. *Réussir à l'école : les effets des dimensions conatives en éducation. Personnalité, motivation, estime de soi, compétences sociales*. Presses universitaires de Rennes. ISBN 978-2-7535-6408-4. [Consulté le 1 novembre 2022]. Disponible à l'adresse : <https://books.google.ch/books?hl=fr&lr=&id=XK2LDwAAQBAJ&oi>

HOUVER, Nathalie, 2020. *Le petit Marketing : l'essentiel en bref*. Les petits experts. Malakoff : dunod. ISBN 978-2-10-080470-2.

MUNRO, Eileen, 2008. *Empowering looked-after children*. Child & Family Social Work. Volume 6, Issue 2, pp. 129-137. [Consulté le 1 novembre 2022]. Disponible à l'adresse : <https://doi.org/10.1111/j.1365-2206.2001.00192.x>

SOLOMON, Micheal R., MARSHALL, Greg, STUART, Elnora, 2013. *Marketing : Real People, Real Decisions*. Pearson. Edinburgh : Pearson Education Limited. ISBN 978-0-13-217684-2

TOURIGNY, Sarah, 2021. *Comment favoriser la participation des enfants dans les interventions qu'ils reçoivent : une étude participative avec des enfants de 7 à 12 ans* [en ligne]. Québec : Université du Québec en Outaouais (UQO). Mémoire de maîtrise. [Consulté le 1 novembre 2022]. Disponible à l'adresse : https://di.uqo.ca/id/eprint/1320/1/Tourigny_Sarah_2021_memoire.pdf

7. Phases, livrables et choix méthodologiques (workpackages)

Partie 1 : la recherche d'informations

Phase : recherche d'informations sur l'entreprise (préétude)

L'objectif spécifique : l'objectif de ce livrable est de définir les ajustements passés qui auraient été fait sur le passeport-vacances. Cela permettra de correctement définir le cadre de l'étude et dans quelle mesure les analyses et recommandations seront envisageables. Les informations récoltées seront ainsi ajoutées à la préétude du travail. Une analyse sur les forces, faiblesses, opportunités et menaces sera également effectuée. Ceci afin de définir la place qu'occupe le passeport-vacances de l'administration communale d'[une Ville] sur le marché.

La démarche : une recherche dans les archives de la ville quant à l'offre du passeport-vacances sera entreprise ainsi que des entretiens directement avec la représentante du service Enfance et loisirs, Madame XXX.

Le livrable : la préétude du travail ainsi qu'une analyse SWOT.

Le choix méthodologique : une analyse sur des données secondaires sera effectuée avec également des entretiens exploratoires avec la représentante de l'entreprise. Un accès aux archives de la ville d'[une Ville], plus précisément sur la documentation concernant le passeport-vacances, devra être nécessaire. Une analyse SWOT sera créée en fonction des informations obtenues.

Accessibilité : possible – à prévoir pour les archives

Phase : récolte des données qualitatives

L'objectif spécifique : les données récoltées permettront de connaître plus en profondeur les avis des parents et enfants sur l'offre du passeport-vacances.

La démarche : un questionnaire sera constitué en vue d'obtenir des informations complémentaires et plus complètes sur l'offre actuelle proposée par le passeport-vacances ainsi que les possibilités d'améliorations sur le prix, les horaires, les dates et les activités. Une démarche participative envers les enfants sera effectuée, ceci afin de comprendre en détail leur attrait pour le passeport-vacances.

Le livrable : des données primaires d'études pour l'élaboration des recommandations.

Le choix méthodologique : le questionnaire sera qualitatif et créé pour convenir à une durée d'entretien d'une heure. L'objectif de collecte serait d'interroger 10 parents, 5 achetant le passeport-vacances et 5 qui ne l'achètent pas, et 10 enfants, 5 participants à des activités et 5 n'y participant pas. Un accès aux parents et enfants ayant souscrit au passeport-vacances sera nécessaire ainsi qu'un accès via les écoles pour les parents et enfants n'ayant pas participé au passeport-vacances.

Accessibilité : possible

Phase : réalisation d'un benchmarking

L'objectif spécifique : les données récoltées permettront d'identifier les offres faites par les autres entités proposant le passeport-vacances et de faire un comparatif avec l'offre proposée à [une Ville]. Ceci afin de définir ce qui serait envisageable ou non dans les potentielles améliorations.

La démarche : une prise de contact avec l'organisation faitière du passeport-vacances, l'ARPV, sera faite afin de trouver des représentants disponibles. Un questionnaire sera ensuite créé en fonction de l'offre proposée par le passeport-vacances du/des représentant(s) disponible(s).

Le livrable : des données primaires d'études pour un comparatif entre organisations similaires.

Le choix méthodologique : le questionnaire sera qualitatif et créé pour convenir à une durée d'entretien d'une heure. L'objectif de collecte serait d'interroger 2 voire 3 représentants du passeport-vacances dans d'autres villes de la région du [un District], 1 ou 2 proposant des activités durant la période des vacances d'octobre et 1 proposant des activités durant une autre période de l'année.

Accessibilité : à prévoir

Phase : récolte des données quantitatives

L'objectif spécifique : les données qui seront récoltées permettront d'obtenir des informations primaires sur le sujet et ainsi guider de manière concrète et générale les besoins et attentes de la population unevilloise et des communes partenaires sur le passeport-vacances. Cela permettra également de définir les raisons qui font que les personnes achètent ou non le passeport-vacances.

La démarche : un questionnaire sera diffusé auprès des parents des enfants unevillois âgés de 7 à 13 ans via les écoles. Le questionnaire sera tout d'abord constitué en fonction des informations nécessaires pour l'élaboration de recommandations en vue de répondre à leurs attentes et besoins. Une première partie sera dédiée aux parents et une seconde aux enfants.

Le livrable : des graphiques des réponses obtenues et autres données primaires.

Le choix méthodologique : le questionnaire sera quantitatif et créé via une plateforme telle que Google forms ou Sphinx. L'objectif de collecte serait d'obtenir XXX réponses, avec une marge d'erreur de 5% et un niveau de confiance de 95%, il sera nécessaire d'envoyer XXX questionnaires. Un accès aux parents et enfants via les écoles

sera donc nécessaire pour pouvoir transmettre le questionnaire. (*Actuellement en attente du nombre d'enfants âgés entre 7 à 13 ans, il n'est pour le moment pas possible de définir l'objectif de collecte, sans connaissance de la population cible, demande envoyée par l'entreprise au contrôle des habitants le 31.10.2022.*)

Accessibilité : possible

Partie 2 : l'analyse des données

Phase : analyse des données quantitatives et qualitatives

L'objectif spécifique : l'objectif va être de dresser et de regrouper les informations récoltées afin de les analyser et de comprendre les besoins et attentes des parents et enfants sur l'offre du passeport-vacances. L'analyse permettra également de trouver les pistes d'améliorations que devrait entreprendre le service Enfance et loisirs afin de cibler une clientèle plus large et de savoir à qu'il doit s'adresser dans son offre (enfant ou parent ou les deux). Pour le benchmarking, une analyse et un comparatif des prestations seront effectués.

La démarche : grâce au logiciel utilisé pour le questionnaire quantitatif, il faudra analyser les graphiques obtenus et/ou les données transcrites, ceci afin d'avoir une vue globale de l'intérêt de la clientèle actuelle et potentielle quant à l'offre proposée. Les données brutes obtenues lors des entretiens qualitatifs seront consignées dans un tableau afin de faciliter leurs comparaisons. Les idées principales seront ensuite reprises et développées en parallèle des réponses obtenues lors de l'étude quantitative.

Le livrable : des graphiques grâce à l'analyse quantitative seront mis en page pour la complémentarité de l'analyse rédigée qui sera effectuée et un tableau des réponses brutes des entretiens quantitatifs sera constitué.

Le choix méthodologique : en premier lieu, une analyse des données quantitatives primaires permettra d'identifier les axes principaux des recommandations et sera complétée par une analyse des données qualitatives obtenues via les entretiens des enfants, parents et lors du benchmarking.

Accessibilité : possible

Partie 3 : recommandations et plan d'action

Phase : élaboration des recommandations

L'objectif spécifique : l'objectif est, à l'issue des analyses, de pouvoir élaborer des recommandations basées sur des pistes d'amélioration de l'offre du passeport-vacances.

La démarche : grâce aux données récoltées et à l'analyse effectuée, il sera dès lors possible de transcrire les axes d'amélioration à envisager.

Le livrable : une liste de recommandations applicables par le service Enfance et loisirs.

Le choix méthodologique : rédaction des recommandations à entreprendre sur le court, moyen et long terme.

Phase : élaboration d'un plan d'action pour mettre en œuvre les recommandations

L'objectif spécifique : pour donner suite aux recommandations définies, un plan d'action sera mis en place afin de faciliter l'intégration des améliorations pour l'offre du passeport-vacances.

La démarche : utiliser les recommandations, à court, moyen et long terme, proposées et constituer un plan d'action applicable.

Le livrable : un plan d'action des recommandations définies.

Le choix méthodologique : constitué un plan d'action pour chaque recommandation. Dans celui-ci sera indiqué, le titre du plan d'action, son objectif, sa description, sa responsabilité, son échéancier, si possible son budget, sa mesure et son contrôle.

8. Echancier des workpackages

Etapes	Début	Fin	Heures quantifiées
Recherche d'informations sur l'entreprise (préétude)	06.10.2023	13.03.2023	16
Recherche dans les archives ainsi que d'autres documentations	06.10.2023	24.02.2023	8
Entretiens exploratoires avec la représentante du service Enfance et loisirs	28.10.2023	24.02.2023	3
Création d'une analyse SWOT	24.02.2023	13.03.2023	5
Récolte des données qualitatives	15.03.2023	15.04.2023	80
Prise de contact avec les potentiels interviewés dès le 17.04.2023	15.03.2023	20.03.2023	10
Rédaction du questionnaire qualitatif pour les parents non-clients	15.03.2023	18.03.2023	5
Rédaction du questionnaire qualitatif pour les enfants non-participants	18.03.2023	21.03.2023	5
Rédaction du questionnaire qualitatif pour les parents clients	21.03.2023	24.03.2023	5
Rédaction du questionnaire qualitatif pour les enfants participants	24.03.2023	27.03.2023	5
Réalisation des 10 entretiens non-clients	21.03.2023	15.04.2023	25
Réalisation des 10 entretiens clients	27.03.2023	15.04.2023	25
Réalisation d'un benchmarking	13.03.2023	29.04.2023	19
Prise de contact avec [une association en lien avec le Passeport V	13.03.2023	13.03.2023	1
Prise de contact avec des représentants d'organisation similaires pour des entretiens dès le 22.04.2023	14.03.2023	17.03.2023	5
Rédaction du guide d'entretien avec les entreprises similaires	19.04.2023	22.04.2023	5
Réalisation de 2 ou 3 entretiens	22.04.2023	29.04.2023	8
Récolte des données quantitatives	12.04.2023	10.05.2023	26
Rédaction du questionnaire quantitatif et implémentation sur logiciel	12.04.2023	19.04.2023	10
Mise en page du communiqué pour la transmission du questionnaire	19.04.2023	22.04.2023	4
Emission du questionnaire quantitatif et réception des réponses	22.04.2023	05.05.2023	2
Création de graphique et mise en page des données brutes	06.05.2023	10.05.2023	10
Analyse des données quantitatives et qualitatives	01.05.2023	31.05.2023	160
Elaboration des recommandations	01.06.2023	07.06.2023	20
Elaboration d'un plan d'action pour mettre en place les recommandations	08.06.2023	14.06.2023	20
Mise en forme du rapport final (relecture, mise en page, annexes)	15.06.2023	03.07.2023	50

Heures totales estimées : 391 heures

9. Eléments publiables provisoires

Titre provisoire du travail de Bachelor :

Etude de marché en vue d'identifier la clientèle, parents et enfants, actuelle et potentielle de l'offre passeport-vacances d'[une Ville] et d'apporter des axes d'amélioration pour répondre à ses attentes et besoins.

Résumé publiable provisoire :

Depuis 41 ans, l'administration de la ville d'[une Ville], plus précisément le service Jeunesse et cohésion sociale, propose à sa population des activités extra-scolaires aux enfants âgés de 7 à 13 ans. Les ratios d'émission et de ventes étaient équilibrés, cependant, depuis l'édition 2022, les ventes de celui-ci ont diminué. Soucieux de proposer une offre répondant aux besoins et attentes de sa clientèle, le secteur Enfance et loisirs faisant partie du [service concerné] souhaite connaître sa clientèle réelle et les possibilités pour répondre à celle-ci.

Pour ce faire, une étude de marché en vue d'identifier la clientèle, parents et enfants, actuelle et potentielle de l'offre passeport-vacances d'[une Ville] sera effectuée afin d'apporter des axes d'amélioration pour répondre à ses attentes et besoins. L'objectif est donc d'identifier la clientèle du passeport-vacances ainsi que son processus décisionnel sur les activités proposées et d'analyser ses besoins et attentes, ceci dans le but de proposer des pistes d'améliorations de cette offre.

En vue de cet objectif, plusieurs démarches vont être entreprises. Tout d'abord, une analyse de l'environnement sera effectuée, ceci afin de constituer une matrice SWOT et de connaître la réelle place du passeport-vacances sur le marché. A la suite de cela, une enquête qualitative auprès de parents et d'enfants, clients et non-clients, sera instituée. En complément, une enquête quantitative auprès des parents et enfants de la ville d'[une Ville] sera diffusée via les écoles. Ceci permettra de compléter et confirmer les données primaires consignées durant les enquêtes préalablement réalisées.

Une analyse envers des organisations proposant une prestation similaire sera également nécessaire afin d'identifier les différences dans les offres proposées.

Les résultats attendus seront rendus sous forme de recommandations applicables par le secteur Enfance et loisir de la ville d'[une Ville] dans le but d'améliorer l'offre proposée et par ceci, être plus en adéquation avec les besoins et attentes de sa population.

*Nous vous rendons attentif aux points suivants : l'identification de l'instance d'où émane la proposition du TB doit être précise (par exemple : Directeur des finances, Département RH, Direction de l'entreprise, Entrepreneur, Service achat, etc. – **sans mentionner de noms propres si confidentiel**). Ne mettez pas d'abréviation ou de sigle.*