

Votre **Stratégie** de **communication** pour les Offices de Tourisme et les Pays d'Accueil Touristiques



Bordeaux le 11 et 12 mars 2010

2 jours

Aujourd'hui : avec François Perroy

- ✘ La stratégie
- ✘ La campagne de communication

Demain : avec Jean-Luc Boulin

- ✘ L'observation économique
- ✘ Les données économiques





Notre journée

Développer les arguments de la campagne pour conforter votre rôle et vos métiers auprès de vos élus et techniciens : application sur votre territoire

Et si temps disponible...

Explorer les voies d'un ciblage vers les prestataires comme prévu pour 2010 (séminaire des 18 et 19 mars à Lanton)



Une campagne de conviction

- ✘ Passer d'une communication pour les autres...
- ✘ A une communication pour soi...
- ✘ Pour expliquer et démontrer la richesse et l'impact...
- ✘ De vos missions et de vos métiers
- ✘ Un nouvel état d'esprit :
 - ✘ Informer, séduire et convaincre élus et cadres territoriaux

Une communication pour vous !





Un DLA Collectif

Participants au DLA :

- ✘ Les **cinq UDOTSI** à travers leurs permanents
- ✘ **Cinq offices de tourisme** : Saint-Jean-de-Luz, Sanguinet, Villeréal, Saint-André-de-Cubzac et Sarlat à travers leur directeur(rice)
- ✘ La MOPA (présidente et directeur)



Les cibles 2009

Les cibles retenues :

- ✘ élus référents locaux (maires, présidents de communautés de communes), conseillers généraux et régionaux
- ✘ autres élus locaux
- ✘ techniciens des collectivités

Segmentation :

- ✘ Selon la position de l'interlocuteur et selon la touristicité de la commune, une **segmentation** a été établie par le groupe.





Les cibles 2009

Segmentation :

- ✘ Le Décideur, le Découvreur
- ✘ Le Relayeur, le Non Averti
- ✘ Le Distant, l'Interrogatif





Cibles 2010 : prestataires

Segmentation :

✘ A concevoir

Argumentaire :

✘ A concevoir

Outils de communication :

✘ A concevoir





Votre message

Office de tourisme de....

ou Pays d'accueil touristique de...

Metteur en scène de territoire

Clap, clap, clap...





Votre message

Justifications :

- ✘ Déclinaison possible quel que soit le territoire (villes, stations, pays rural, montagne, mer...)
- ✘ L'ensemble fait référence au métier et à sa capacité à valoriser son substrat
- ✘ L'ensemble évoque aussi un monde positif, qui fait toujours rêver, celui du cinéma
- ✘ L'office de tourisme n'est pas un spectateur ni un acteur que l'on dirige : il ordonne (metteur en scène)



Votre métier

- ✘ Des professionnels vs une occupation
- ✘ Beaucoup de compétences de haut niveau : *accueil, information, promotion, animation et commercialisation*
- ✘ Publics d'ailleurs et d'ici
- ✘ Back office toute l'année
- ✘ Front office en saison
- ✘ **L'office de tourisme : un bon coup de projecteur sur notre territoire**





Vous : des metteurs en scène

- ✘ Construction et ordonnancement des forces valorisant le territoire
- ✘ Harmonisation des atouts locaux
- ✘ Création image et notoriété
- ✘ **L'office de tourisme : à l'origine des rencontres entre le territoire et ses publics**



Le territoire

- ✘ Pour les visiteurs et les résidents, l'office de tourisme personnalise le territoire
- ✘ L'office de tourisme : le meilleur soutien du développement territorial
- ✘ **L'office de tourisme : moteur, action, ça tourne !**



>> **CDC / OFFICE DE TOURISME.** En assemblée générale mercredi, le président de l'Office de tourisme du Cubzaguais Serge Jeannet a mis en avant le travail d'Hélène Richet et son équipe pour rendre le canton attractif

«Metteur en scène du territoire»

Anne-Claire Parola

«**L'**Office de tourisme doit chaque jour se battre pour être reconnu», avoue Serge Jeannet, président de la structure cubzaguaise depuis 1997 (sauf en 2001 et 2002). C'est dire si l'accueil réservé par Laurent Ricci à son assemblée générale mercredi soir, salle du Mascaret, lui va droit au cœur: « Nous devons avoir beaucoup d'intérêt pour ce qui se passe autour du tourisme », a insisté le maire de St André. Il est bon de temps en temps de rappeler que l'Office de tourisme est quelque chose de fondamental, un facteur économique extrêmement important ».

Au départ animé par des bénévoles « dont la principale mission consistait à distribuer des dépliant », l'Office de tourisme emploie aujourd'hui deux salariées, Hélène Richet, la directrice, diplômée d'un BTS Animation, Gestion Touristique Locale, et Isabelle Bonnin, dont le métier ne cesse d'évoluer. En 2008, 16000 visiteurs ont été accueillis au guichet, square François Mitterrand à St André, soit une progression de 6 % par rapport à 2007. L'hébergement représentait 10 % des demandes: avec un taux d'occupation moyen des chambres d'hôtes de 38 %, soit une moyenne annuelle de 138 nuits par lit touristique, le Cubzaguais « se situe bien au-delà de la moyenne nationale », souligne Serge Jeannet. La dépense moyenne globale par nuit

par personne étant de 24 euros, tous types de séjours confondus (chambres d'hôtes, hôtels, gîtes meublés), l'hébergement dans le Cubzaguais est « une superproduction à 600000 euros ».

Le président changera ou changera pas?

Mais ce n'est pas tout: « Pour beaucoup de gens, l'Office de tourisme est leur premier contact dans le Cubzaguais, observe son président. Il fabrique et diffuse l'image de son territoire ». A ce titre, l'événement de l'année a sans doute été la sortie du Guide pratique du Cubzaguais, réalisé grâce au financement de la communauté de communes, « un document référence », a salué Cédric Naffrichoux, qui représentait l'UDOTSI (Union Départementale des OT et SI) à l'assemblée générale. Sollicitée par la Mission des Offices de Tourisme et Pays Touristiques d'Aquitaine pour participer avec d'autres directeurs de la région à la « mise en place d'une stratégie de communication à destination des techniciens et élus des collectivités locales », « nous avons choisi de comparer notre activité au cinéma », explique Hélène Richet. « Dans son action, l'Office de tourisme est incontestablement le metteur en scène du territoire », confirme son président. « Ça tourne » entre les différentes missions! « Il contribue à l'animation du territoire en gérant directement des événements tels que les Journées du Patrimoine qui ont lieu chaque année en septembre ou en apportant une aide

logistique aux associations qui organisent des manifestations: en moyenne, plus de 40 offres d'animations sont saisies chaque mois ». En 2008, l'Office de tourisme du Cubzaguais a même créé un jeu pour les 6-12 ans sur les Pistes de Robin, partant du principe que ce qui plaît aux enfants, plaît aussi aux parents, qui permet à la fois de découvrir le patrimoine de St André et le travail de la vigne. Des viticulteurs qui savent trouver là une vitrine via notamment les dégustations ventes du samedi matin en mai et juin. Le temps fort 2009 sera l'organisation du grand Rallye touristique le 26 avril (lire ci-dessous). Pour cette nouvelle année, Jacques Bastide, vice-président de la CDC chargé entre autres du tourisme, « espère de tout cœur que l'entière subvention sera votée ».

« Derrière le rideau », les employés de l'Office de tourisme sont aujourd'hui devenues de vraies « techniciennes de la mise en scène ». Après le blog <http://tourisme.cubzaguais.over-blog.com/>, créé en mars 2007 pour tenir informés les prestataires de l'Office de tourisme (hébergeants, viticulteurs...), le site internet a été mis en ligne le 1er août dernier. « Sa fréquentation est excellente, se réjouit Serge Jeannet, puisque depuis son ouverture plus de 2000 visites, dont 1516 uniques ont été enregistrées ».

Mercredi soir, le conseil d'administration a renouvelé son tiers sortant: Anne-Marie Merlet, de l'association des St Laurent d'Arce, n'ayant pas souhaité se représenter,



Serge Jeannet est un président passionné par sa mission

Florence Prud'homme, du château Saincrist à St André, est une nouvelle venue. Serge Jeannet, quant à lui, a fait part de ses hésitations à se représenter au poste de président de l'Office de tourisme: « Je vais être appelé à suivre la position de mon conseil municipal et donc à voter contre le budget de la CDC demain soir (N.D.L.R.: jeudi 26 mars), a déclaré le premier adjoint au maire de Gauriaguet. Je suis un peu en difficulté par rapport au fait qu'en tant que président, je suis obligé de défendre la structure au sein du conseil communautaire ». Passionné par le tourisme, l'élu compte bien en tout cas « rester dans le conseil d'administration ». Rien n'est encore voté, affaire à suivre... ■

Le tourisme mis en scène

LOISIRS Fort de 16 000 visiteurs en 2008, l'Office de tourisme revendique son rôle de chef d'orchestre sur le territoire

L'Office de tourisme du Cubzaguais a tenu mercredi son assemblée générale, à Saint-André-de-Cubzac. En tant qu'hôte, le maire Laurent Ricci a dit son intérêt « sur ce qui se passe autour du tourisme, qui en cette période morose, peut être un excellent palliatif. D'où la pertinence d'un Office de tourisme performant, service de proximité dont chaque commune du canton peut se servir pour valoriser son patrimoine. C'est un facteur économique extrêmement important. »

Dans son rapport moral, le président Serge Jeannet a mis l'accent sur les nouvelles façons de communiquer, attachées aux nouvelles façons de s'informer des touristes. « En effet, l'écrasante majorité des touristes étrangers et français qui se rendent sur notre territoire ont recours au Web.

Agent d'accueil numérique
L'Office de tourisme exerce donc un nouveau métier, celui d'agent d'accueil numérique, dont la compétence revêt une grande part de conseils.

En 2008, sur place ou via la toile, 16 000 visiteurs ont été enregistrés, un chiffre en constante augmentation. Les Français sont les plus nombreux à fréquenter le Cubzaguais. Pour les étrangers, ce sont les Britanniques, suivis des



Laurent Ricci et Serge Jeannet, ardents défenseurs du tourisme comme vecteur économique fort pour le canton. PHOTO F. D.

Espagnols et des Canadiens. La capacité d'hébergement du Cubzaguais est estimée à 125 établissements, totalisant 759 lits. À noter qu'avec 38 %, le taux d'occupation moyen des chambres d'hôtes dépasse la moyenne nationale. Enfin, d'après le calcul des dépenses des clients en meubles de tourisme, hôtels et chambres d'hôtes, il ressort une dépense moyenne de l'ordre de 600 000 euros.

L'Office de tourisme se pose donc en véritable metteur en scène du territoire. C'est d'ailleurs autour de ce thème du cinéma que sera désormais déclinée la communication du tourisme en Aquitaine. Porteur de projets et ac-

teur d'opérations, l'Office de tourisme du Cubzaguais véhicule l'image du canton bien au-delà de ses frontières, en participant par exemple à la Fête du vin à Bordeaux ou au Grand Pavois de La Rochelle, avec ses homologues de la Haute Gironde et avec le Syndicat de Pays.

Créateur de « produits »

Au plan local, il est un interlocuteur privilégié des élus des dix communes du canton, ainsi que de tous les acteurs touristiques, tels les hébergeurs et les viticulteurs. Des journées du patrimoine aux visites guidées, en passant par les billetteries ou l'accompagne-

ment des porteurs de projets d'activités touristiques, il anime le territoire et crée également des « produits ».

Nous citerons l'édition du guide pratique du Cubzaguais, les cartes postales et enveloppes pré-timbrées, les parcours pédestres pour les enfants « sur les pistes de Robin », les sets de table...

Le budget 2008 de l'Office de tourisme du Cubzaguais s'équilibre autour de 98 000 euros. Prochainement, le conseil d'administration désignera son président, Serge Jeannet se posant la question de savoir s'il sera candidat à sa propre succession.

Françoise Dumontheil



La stratégie

Elle repose sur la valorisation du rôle et de la place de votre Office de tourisme dans les services qu'il apporte aux différentes cibles identifiées

Débat lexical : adhérents (cotisations) ou prestataires (prestations payantes)

La question à régler : comment convaincre mes publics B to B ?





La stratégie

3 axes :

- ✘ **Production de contenus** : votre **boîte à outils** « metteur en scène de territoire », pour vous aider dans toutes vos missions de communication vers les élus. **Un site Internet** : évolutif et à compléter.
- ✘ **Création de supports d'animation** : des **vidéos** et une **photothèque**.
- ✘ **Politique événementielle de terrain** : organiser, avec l'aide et à l'initiative des OT et PAT des **événements locaux**.



La boîte à outils

Le site web www.metteurenscenedeterritoire.com

- ✘ La machine à rapports : comment mieux utiliser nos **propres outils** (AG, bilan de saison, etc.)
- ✘ Les indicateurs : comment trouver de **nouveaux modes d'évaluation** et armes de conviction
- ✘ L'argumentaire segmenté : tous les élus ne se ressemblent pas. Un **message selon la cible.**
- ✘ Le dossier de presse : **personnalisable.**



Merci de votre
attention

