

CAHIER DES CHARGES

ANNEE 2011

PROGRAMME LOCAL DE FORMATION INTERFILIERES

Territoire concerné : Pays Adour Landes Océanes

Axe 1 : Inscrire le « Développement Durable » dans une logique de positionnement marketing du territoire

PALO.1

Module : Inscrire le « Développement Durable » dans son quotidien et sa pratique professionnelle en tant qu'acteur du tourisme au sein d'une stratégie de positionnement de territoire

MODULE OUVERT

1. Contexte :

Aujourd'hui, on parle de plus en plus de développement durable, de tourisme durable, d'écotourisme, mais beaucoup s'interrogent sur ces notions, ces concepts, leurs enjeux, les intérêts de s'engager dans ce type de démarche, les retombées que chacun peut en retirer...au niveau d'une entreprise touristique, au niveau d'un territoire...

Dans le cadre de la Charte de Développement Durable du Pays Adour Landes Océanes signée en 2003, cette question a été soulevée au regard :

- de la nature même du territoire en termes d'espaces et de paysages (Zone Natura 2000, les Barthes, les réserves naturelles, l'Adour...etc.),
- mais aussi au regard des mutations sociales et économiques du territoire (2% de croissance démographique par an, de nouvelles attentes, de nouveaux enjeux...).

Ainsi, le Pays, dans le cadre de son Projet de Développement Touristique, s'oriente sur un positionnement « Nature », l'objectif étant de travailler sur les interactions et les complémentarités entre l'espace littoral, l'espace thermal et l'espace intérieur.

Des expériences sont de plus en plus initiées et développées sur le territoire portées par des acteurs privés ou des acteurs publics :

- depuis la prise de conscience,
- en passant par la mise en place d'éléments, d'outils, de pratiques respectueuses de l'environnement, d'écogestes... de manière individuelle ou collective
- jusqu'aux démarches de labellisation et l'obtention d'un écolabel

Ainsi, à titre d'exemple, une démarche collective sur l'Ecotourisme est menée à l'échelle du Pays de Seignanx en partenariat avec l'Office de Tourisme, le CPIE (Centre Permanent d'Initiative à l'Environnement) et le CBE (Comité du Bassin d'Emploi) à destination principalement des hébergeurs

touristiques et de leurs clientèles. Ainsi, cette formation-action s'inscrit en complémentarité et en continuité de cette action collective menée sur une partie du territoire du Pays.

Parallèlement, des prestataires touristiques sur d'autres parties du territoire ont mis en place des actions visant à informer, sensibiliser les clientèles à notre patrimoine, mais aussi et surtout à une logique de respect de cet environnement au travers de comportements, de pratiques faciles à adopter... Ainsi, l'enjeu pour le Pays est de fédérer les acteurs du tourisme autour de la notion de Tourisme Durable, de favoriser une culture commune, en vue de définir et développer une stratégie touristique collective et d'inscrire ainsi le Développement Durable dans une logique de positionnement marketing du territoire, partagée par tous.

En amont des premières journées de formation, une rencontre thématique sera organisée à destination des prestataires touristiques sur les éléments clefs du Tourisme Durable afin que chacun bénéficie d'un même niveau d'information et soit sensibilisé à minima à cette question.

A terme, au regard des objectifs et des travaux réalisés en Année 1, l'objectif sera d'accompagner le groupe vers la définition et la mise en œuvre d'une démarche marketing, se fondant sur une dimension « Tourisme Durable » au travers d'un volet production (ex : Offre / Produit structuré et qualifié ; Communication ; Promotion).

2. Les objectifs de la formation :

Objectif général du module : définir et mettre en place une démarche de positionnement touristique commune de Tourisme Durable à l'échelle du territoire du projet.

Déroulé du module :

- Acquérir une connaissance générale sur les notions de développement durable, de tourisme durable, d'écotourisme ; prendre conscience de l'intérêt de cette/ces démarche(s) ; connaître et s'approprier les éléments clefs du tourisme durable (dimensions environnementales, sociales et économiques, enjeux, conséquences, retombées...mais aussi les pratiques, techniques, méthodes, outils...) Quel intérêt de s'y investir pour un professionnel touristique ? Quel intérêt à l'échelle d'un territoire ? Quelle(s) clientèles ?
- Définition et éléments de méthodologie pour construire un plan d'action sur le territoire de projet. De la prise de conscience à la traduction en termes d'actions concrètes pour un professionnel touristique :
 - o **Délimitation du projet** avec les professionnels à l'échelle du territoire, clarification des objectifs de l'axe de formation en année 1 et sur les trois années. Elaboration d'une feuille de route commune.
 - o **Inventaire des bonnes pratiques et mise en place de procédures « d'éco-gestes » et « éco-comportements »** pour les professionnels du tourisme du territoire
 - o **De la mise en pratique à l'argumentaire commercial touristique** pour un territoire, pour un professionnel touristique. Quel message, quel contenu et quelle stratégie marketing sur cet axe de positionnement ?

Ensemble des objectifs à atteindre lors du déroulé :

- Rendre lisible la démarche dans le quotidien des professionnels, puis dans une démarche globale de territoire
- Etre en mesure et en capacité de définir, et de mettre en place une ou des pratiques/outils s'inscrivant dans cette démarche au sein de sa structure

- Etre en mesure et en capacité d'informer, de sensibiliser le personnel de sa structure à cette démarche et de l'amener à intégrer cette dimension
- Etre en mesure et en capacité de définir un outil commun, de type Charte, partagé en terme de principes, d'objectifs, de critères, mais aussi de mise en application. Un outil de création, de consolidation et de développement d'un réseau d'acteurs du tourisme autour du Tourisme Durable, un outil d'information et de sensibilisation auprès des partenaires (mise en avant d'arguments), un outil de communication voire de promotion vis-à-vis de l'extérieur
- Etre en mesure et en capacité de définir et de mettre en place de manière partagée au sein de sa structure un outil de mesure (grille d'auto-évaluation) permettant d'évaluer sa progression au regard du premier outil (Charte), en terme de prise en compte, de mise en application de pratiques...
- Définir et mettre en place un Guide des bonnes pratiques, permettant à chacun de connaître, de s'approprier et surtout de pouvoir être en mesure d'appliquer directement ces pratiques (ex : au travers de fiches techniques)
- Etre en mesure et en capacité de construire un ou des argumentaires en fonction de groupes d'acteurs à sensibiliser et à accompagner tant dans la connaissance, l'appropriation, le respect de cette démarche que dans la mise en application au travers d'actions, de pratiques concrètes. Plusieurs groupes peuvent être d'ores et déjà indiqués : les acteurs du tourisme, les acteurs participant de l'accueil des clientèles (acteurs actifs et passifs dans la démarche touristiques, acteurs économiques, agriculteurs...), les clientèles touristiques, la population locale, les collectivités... Dans ce cadre, un outil pourra être défini et mis en place afin de fonder ces arguments au travers de données quantitatives et qualitatives (ex : Observatoire, Centre ressources...etc.)

Ces outils seront construits de manière collective, en s'appuyant sur un travail préalable de recensement et d'inventaire de l'existant (ex : référentiels...).

3. La méthode pédagogique à mettre en œuvre :

L'organisme de formation devra apporter une approche marketing du territoire en s'appuyant sur les spécificités territoriales. Il assurera la coordination des interventions et l'approche pédagogique du cycle.

Il devra alterner des temps d'apprentissage (théorie...) et des temps d'échanges et/ou de mise en pratique. Ainsi, il pourra mettre en place, par exemple, des ateliers pratiques, techniques et concrets, sur le terrain. Il pourra également s'appuyer sur l'action collective engagée à l'échelle de la Communauté de communes du Seignanx ou sur des expériences individuelles menés sur le territoire par des prestataires touristiques (personnes ressources du territoire, témoignages...)

S'agissant d'une formation action, chaque participant devra pouvoir mettre en œuvre tout ou partie des recommandations apportées par le formateur pendant et après la formation.

Important : une note rédigée par l'organisme de formation devra être transmise, à la personne référente du territoire de projet, mentionnant les avancées du groupe et les objectifs atteints ou restant à atteindre. Il en va de l'intérêt du projet et de son utilité pour le territoire.

4. Les résultats attendus / finalités de la formation :

- Développement d'une culture générale et commune aux participants quant à cette notion de Développement Durable (bonne maîtrise du vocabulaire, des concepts, définition d'objectifs partagés...)
- Meilleure appréhension de la notion de Développement Durable et intégration au sein des structures participantes d'outil et/ou de pratiques s'inscrivant dans la dynamique du « Tourisme Durable »
- Etre en mesure et en capacité, pour chaque participant de définir et de mettre en place différents outils/pratiques, en interne au sein de sa structure, et de manière collective et partagée dans une logique de réseau et d'effet levier voire d'évaluation (exemples cités ci-dessus au sein des objectifs : outil commun de type Charte ; outil de mesure commun (grille d'auto-évaluation) ; guide des bonnes pratiques, construction d'un ou d'argumentaires en fonction de groupes d'acteurs à sensibiliser et à accompagner dans cette logique)

5. Evaluation et outil proposé :

Il est proposé que chaque journée de formation se termine par une synthèse des points clefs à retenir. Une fiche répertoriant l'ensemble des éléments fondamentaux pourra être élaborée et transmise aux participants.

Une évaluation à chaud du formateur devra être réalisée auprès des participants et transmise ensuite au référent local du PLF.

Une évaluation à froid, sous forme de questionnaire en ligne, sera envoyée par la MOPA aux participants après la fin du module de formation. Pour se faire une copie des feuilles de présence mentionnant les mails des participants sera envoyée par l'organisme de formation à la MOPA.

6. Durée :

5 journées par groupe

Soit 15 journées à programmer au total, le nombre de groupes étant de 3.

Une journée (hors PLFI) sera programmée pour faire le bilan de ce module à tous les acteurs engagés.

1 journée de clôture commune avec l'ensemble des participants sera dispensée, pour faire le point et envisager la poursuite du travail en année 2 et 3, par l'organisme de formation. (Action apparaissant hors fonds formation)

7. Effectif prévisionnel – nombre de groupe à constituer :

De 45 à 60 personnes maximum

3 groupes de 15 à 20 personnes maximum devront être constitués.

8. Période privilégiée :

Janvier à mars et octobre à décembre

Format des journées : journée entière

Jours à privilégier : mardi et jeudi

9. Lieu(x) :

Un système de rotation entre les sites de formation est à privilégier dans une logique d'équité, mais aussi de connaissance mutuelle et de réseau, en fonction par exemple des thèmes abordés, et en respectant l'équilibre entre les 4 communautés de communes et la communauté d'agglomération.

10. Contenu de la réponse attendue :

Le prestataire devra fournir les éléments suivants :

1. ses références en particulier dans le domaine du tourisme
2. ses compétences internes et externes
3. le contenu, les outils pédagogiques et les moyens mis en œuvre pour cette formation
4. la méthodologie et le phasage envisagés pour cette formation
5. la méthode d'évaluation de la mission
6. le coût global

Le prestataire pourra indiquer les formations qu'il a mises en œuvre ayant une finalité similaire ou proche de celle-ci.

Les éléments indiqués sur le contenu, la durée et l'évaluation de la formation ne sont pas figés.

Axe 2 : E-tourisme

PALO.2

Module : Techniques de meilleure visibilité et de meilleur référencement sur la toile Internet

MODULE OUVERT

1. Contexte :

Au regard des enjeux en matière de Etourisme (compétitivité, concurrence... une offre qui peut-être connue du monde entier...), de l'évolution constante des techniques et technologies (web 2.0, M-tourisme), des nouveaux comportements des clientèles (8 touristes sur 10 utilisent Internet pour préparer leur séjour et 1 sur 3 achète une prestation touristique en ligne...), mais aussi dans la perspective de développement sur certains territoires du très haut débit, il apparaît stratégique et important de poursuivre les modules de formation sur la thématique des TIC, déjà engagé au travers du PLF dispensé auprès des agents des Offices de Tourisme.

En effet, disposer d'un site Internet lisible, visible, attractif, en lien avec d'autres partenaires... est un des fondamentaux de la communication et de la promotion touristique. Toutefois, l'enjeu également pour un professionnel touristique est de savoir investir les plateformes de contenu consultées par de nombreux internautes (touristonautes et mobinautes) pour générer en retour des flux sur son propre site.

Ce projet de formation sur les TIC se veut être une « démarche de progrès » pour l'ensemble des prestataires touristiques participants, l'idée étant de « tirer vers le haut » l'ensemble de l'offre existante ou non (absence de site Internet). L'objectif étant d'une part de développer une culture générale de cette vitrine virtuelle pour l'ensemble des participants, de démystifier le web, de montrer des outils accessibles à tous... et d'autre part de les initier et de les accompagner dans la connaissance, l'utilisation au quotidien, la maîtrise, voire la gestion de manière individuelle et collective de cet outil en fonction de leurs niveaux.

Ce projet se veut en lien et en complémentarité avec les actions et les outils développés au niveau du département via le CDT des Landes (M-tourisme, agrégateur, place de marché...) et de la région via le SIRTACUI (Système d'information régionale touristique d'Aquitaine) notamment.

2. Les objectifs de la formation :

Ce module de formation s'organisera autour de trois groupes, en vue d'adapter au mieux le contenu et les interventions sur l'E-tourisme en fonction des besoins et des attentes des acteurs intéressés :

- 1/ Site géré et développé par un prestataire extérieur
- 2/ Site géré et développé en interne au sein de la structure
- 3/ Pas de site Internet actuellement : Création et développement prochain

Chacun des thèmes et des objectifs définis ci-dessous concerneront l'ensemble des 3 groupes.

Une remarque par rapport au groupe n'ayant pas de site, la priorité sera avant toute chose de leur permettre de disposer d'un site Internet gratuit. Le projet de formation consiste à leur fournir un outil leur permettant de créer des sites internet de qualité en terme de composition graphique, de référencement et d'outils multimédias. Pour cela, Jimdo peut être l'outil de conception idéal.

Ce module peut non seulement permettre à des professionnels de débiter l'aventure internet et pour d'autres, pour les institutionnels par exemple, la création de mini-sites peut s'avérer être un excellent

moyen pour assurer la promotion de certaines manifestations ou opérations commerciales (ex. réveillon du Nouvel An).

Suivant le niveau et les avancées des trois groupes, voici les points de contenu à travailler lors des journées de formation :

<p>Connaître l'outil Web et son environnement</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Comprendre et s'appropriier les enjeux d'être présent sur la toile, les attentes et les comportements des touristonautes... - Acquérir une culture générale de cette vitrine virtuelle, être en capacité de comprendre le vocabulaire, les actions à mener sur la toile, les moyens d'évaluer leurs retombées...
<p>Le Webéditorial : le contenu...</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Comprendre les enjeux et les retombées du contenu d'un site Internet (ex : gage de qualité, fidélisation...) - Connaître et s'appropriier les fondamentaux d'un bon référencement naturel, - Connaître, s'appropriier et être en capacité d'appliquer les principes de base de l'écriture journalistique - Etre en capacité et en mesure de créer des textes adaptés aux usages des internautes - Apprendre à optimiser les textes pour améliorer le référencement de mon site - Les aspects juridiques et règlementaires en matière de contenu éditorial
<p>Référencement et Visibilité : le Web 2.0, M-tourisme, les outils gratuits/libres et les plateformes existantes</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Utiliser les ressources gratuites / libres du web pour développer sa notoriété - Connaître et s'appropriier ces outils gratuits/libres : web 2.0 (Quels outils ? Comment sont-ils utilisés ? Que diffusent-ils en termes d'informations et de retombées ? Comment parle-t-on de mon offre ? de mes prestations ?...) - Etre en capacité de choisir les outils adaptés et de les utiliser au quotidien dans une optique de valorisation et de promotion de mon activité, de mon offre touristique, de mon territoire... - Comment investir ces plateformes gratuites pour créer des liens et une toile sur le web ? - Les aspects juridiques et règlementaires

Le point mentionné ci-dessous pourra être renforcé en année 2 et 3 du programme local de formation :

<p>Statistiques et E-Marketing</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Observer l'activité de mon site en vue de l'optimiser - « L'audience sur le site Internet » : être plus visible et lisible, comment augmenter l'audience sur mon site Internet?... - l'Observation : être en capacité d'enclencher une veille sur le Web (Comment les internautes accèdent-ils à mon site ? D'où sont-ils ? Que recherchent-ils ? Comment analyser ces données ? Quelles actions simples et rapides puis-je mettre en place ?...) - Connaître, s'appropriier et maîtriser les outils du E-marketing - Le E-marketing : promouvoir mon site Internet, connaître mes clientèles, le relier à mon environnement, mon territoire touristique
---	--

Le point mentionné ci-dessous sera programmé en année 2 ou 3 du programme local de formation :

Commercialisation en ligne : Réservation en ligne, paiement en ligne...	<ul style="list-style-type: none">- Les enjeux d'une vente en ligne, le marché de l'E-commerce- La Commercialisation : Pour qui ? Quel niveau de pertinence ? Taille de la structure ? individuel ou collectif ?- Les réservations en ligne,- Le comportement des internautes,- Les différents moyens, outils, systèmes techniques existants ou à venir- La réglementation de la vente en ligne, les aspects juridiques
--	--

3. La méthode pédagogique à mettre en œuvre :

L'organisme de formation assurera l'approche pédagogique du cycle. Il devra privilégier une alternance entre des temps d'apprentissage et des temps de mise en situation, de réalisation de cas pratiques. Cette formation devra comporter des exemples concrets et une présentation des outils évoqués. S'agissant d'une formation action, chaque participant devra mettre en application pendant la formation tout ou partie des recommandations et des outils présentés par le formateur. Si possible, les apports théoriques et les exercices s'appuieront sur des cas et/ou des exemples proposés par les participants.

Au regard des différents groupes, le formateur devra utiliser un vocabulaire adapté aux professionnels présents.

Le contenu de ce module devra prendre en compte les actions et outils développés au niveau du département des Landes et de la région Aquitaine (en particulier SIRTAQUI).

Important : une note rédigée par l'organisme de formation devra être transmise, à la personne référente du territoire de projet, mentionnant les avancées du groupe et les objectifs atteints ou restant à atteindre. Il en va de l'intérêt du projet et de son utilité pour le territoire.

4. Les résultats attendus / finalités de la formation :

- Meilleure appréhension des outils du web
- Meilleure maîtrise des outils et des techniques présentés pour chacun des thèmes (webéditorial, référencement ...)
- Amélioration de la qualité des sites Internet actuels
- Meilleure utilisation de ces outils dans une logique de visibilité, de lisibilité, de l'offre sur le réseau Internet, voire d'efficacité et d'amélioration des ventes

5. Evaluation et outil proposé :

Il est proposé que chaque journée de formation se termine par une synthèse des points clefs à retenir. Une fiche répertoriant l'ensemble des éléments fondamentaux pourra être élaborée et transmise aux participants.

Une évaluation à chaud du formateur devra être réalisée auprès des participants et transmise ensuite au référent local du PLF.

Une évaluation à froid, sous forme de questionnaire en ligne, sera envoyée par la MOPA aux participants après la fin du module de formation. Pour se faire une copie des feuilles de présence mentionnant les mails des participants sera envoyée par l'organisme de formation à la MOPA.

6. Durée :

3 jours par groupe

Soit 18 journées au total, le nombre de groupes étant de 6 au total

7. Effectif prévisionnel – nombre de groupe à constituer :

De 60 à 90 personnes maximum

6 groupes de 10 à 15 personnes maximum devront être constitués, en fonction des besoins et des attentes de chacun, à savoir 2 groupes en fonction du classement défini ci-dessous :

1/ Site géré et développé par un prestataire extérieur

2/ Site géré et développé en interne au sein de la structure

3/ Pas de Site Internet actuellement : Création et développement prochain

8. Période privilégiée :

Janvier à mars et octobre à décembre

Format des journées : journée entière

Jours à privilégier : mardi et jeudi

9. Lieu(x) :

Une salle regroupant des postes informatiques connectés pourra être mise à disposition. Sachant qu'il existe plusieurs salles de ce type sur le territoire, un système de rotation entre les sites de formation pourra être privilégié afin de favoriser notamment la participation de tous les intéressés.

10. Contenu de la réponse attendue :

Le prestataire devra fournir les éléments suivants :

1. ses références en particulier dans le domaine du tourisme
2. ses compétences internes et externes
3. le contenu, les outils pédagogiques et les moyens mis en œuvre pour cette formation
4. la méthodologie et le phasage envisagés pour cette formation
5. la méthode d'évaluation de la mission
6. le coût global

Le prestataire pourra indiquer les formations qu'il a mises en œuvre ayant une finalité similaire ou proche de celle-ci.

Les éléments indiqués sur le contenu, la durée et l'évaluation de la formation ne sont pas figés.