

PROGRAMME LOCAL DE FORMATION INTERFILIERES

PAYS DE SAINT JEAN DE LUZ – HENDAYE

Cahier des charges 2010

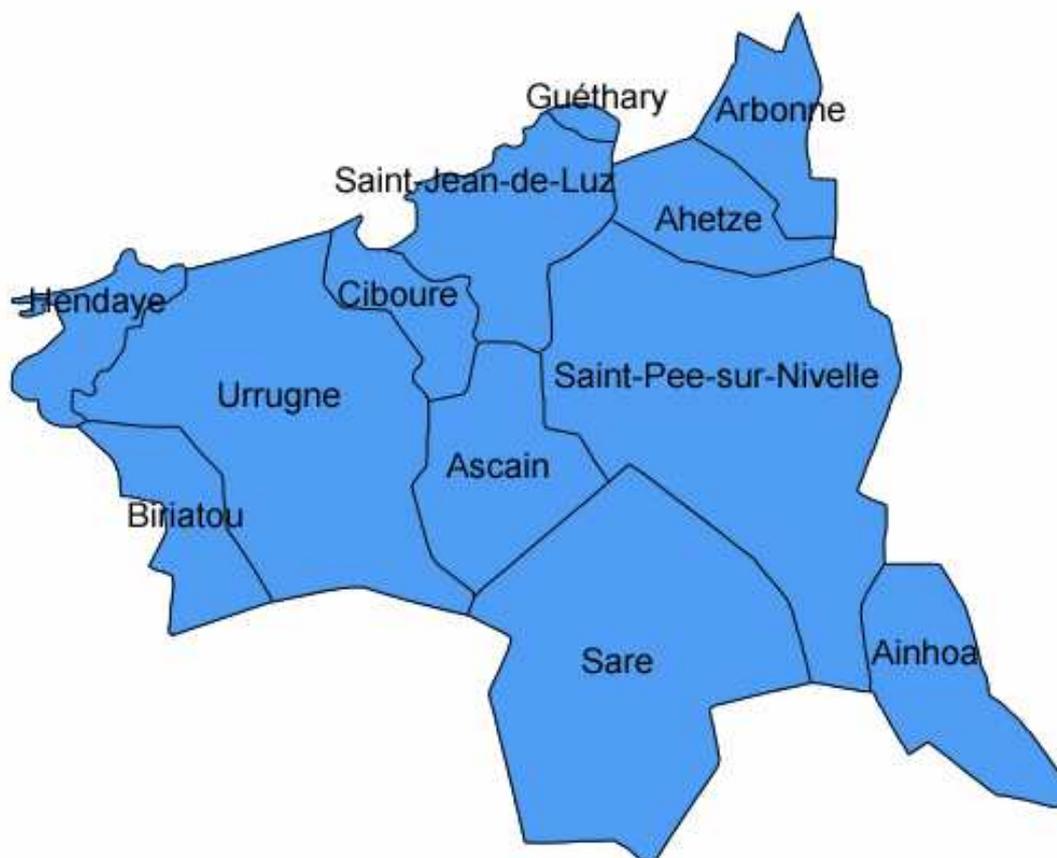
1) Présentation du territoire Pays de Saint-Jean-de-Luz - Hendaye

Le Pays de Saint-Jean-de-Luz – Hendaye est situé dans le Sud-Ouest de la France, au sein du Pays Basque dans la province du Labourd.

Il possède une frontière avec l'Espagne.

Le contexte territorial :

12 communes : Ahetze – Ainhoa – Arbonne – Ascain – Bariatou – Ciboure – Guéthary – Hendaye – Saint-Jean-de-Luz – Saint-Pée-sur-Nivelle – Sare – Urrugne.



Une **situation géotouristique exceptionnelle**, entre océan et montagne.

Deux stations balnéaires d'environ 15 000 habitants chacune à forte notoriété auprès des publics touristiques.

Une destination « d'excellence » avec une grande **variété de filières** différenciées : balnéaire, ville, espaces naturels, montagne...

Une **période estivale majeure** pour le territoire.

Des **villages typiques intérieurs** : Ahetze, Ainhoa, Ascain, Saint-Pée-sur-Nivelle et Sare, dont deux classés parmi les « Plus beaux villages de France » : Ainhoa et Sare.

Une **côte exceptionnelle** de Guéthary à Hendaye en passant par Saint-Jean-de-Luz, Ciboure et Urrugne.

Deux baies magnifiques : la baie de Saint-Jean-de-Luz / Ciboure et la baie de Txingundi à Hendaye.

Deux ports : un port de pêche Saint-Jean-de-Luz / Ciboure et un port de plaisance Hendaye.

Une identité basque, sa gastronomie, ses savoir-faire, ses produits du terroir...

En résumé, le « Plus Beau du Pays Basque ».

Quelques chiffres clefs :

12 communes rattachées à 4 cantons différents :

- Canton d'Espelette : Ainhoa et Sare,
- Canton d'Hendaye : Biriartou, Ciboure, Hendaye et Urrugne,
- Canton de Saint-Jean-de-Luz : Ascain, Bidart, Guéthary et Saint-Jean-de-Luz,
- Canton d'Ustaritz : Ahetze et Arbonne.

8 offices de tourisme structurés : 2 en EPIC et 6 en association.

Rattachement Maison de la France – Comité Départemental du tourisme des Pyrénées Atlantiques

59 670 habitants en 2007, soit 20% de la population du Pays Basque

24 km de littoral

270 km² de superficie

Une agriculture encore très présente occupant 30% du territoire

8% de territoire urbanisé

17 692 emplois en 1999 représentant 8% des emplois des Pyrénées-Atlantiques

L'organisation du territoire :

Terre et Côte Basques – Pays de Saint-Jean-de-Luz – Hendaye est organisé autour de 2 pôles :

- Un pôle politique et économique, **la Communauté des Communes Sud Pays Basque**, Etablissement Public de Coopération Intercommunale, créée par arrêté préfectoral en date du 21 décembre 2005. Elle a pour objet le développement et la solidarité des communes du Sud Pays Basque. Avec ses 12 communes et ses 59 000 habitants, c'est la plus importante structure intercommunale des Pyrénées-Atlantiques après les communautés d'agglomérations du BAB (Biarritz-Anglet-Bayonne) et de Pau.
- Un pôle touristique, **L'Association Terre et Côte Basques Pays de Saint-Jean-de-Luz – Hendaye**, association loi 1901 créée le 19 janvier 2007, association représentative du tourisme du territoire. Elle a pour but de structurer le Pays de Saint-Jean-de-Luz – Hendaye, est un lieu de concertation, d'élaboration de la politique touristique, de décision et de coordination d'actions touristiques d'intérêt communautaire. Elle est l'interlocuteur Tourisme du Pays auprès des partenaires institutionnels.

Les deux structures sont sur le même territoire de compétence.

L'organisation touristique du territoire :

La structure, porteuse du Projet «Pays d'Accueil Touristique » : la structure touristique intercommunale, l'Association Terre et Côte Basques – Pays de Saint-Jean-de-Luz – Hendaye.

Elle se compose de représentants des Offices de Tourisme du Territoire et des représentants des communes pour celles qui n'ont pas d'Office de Tourisme et de l'Association des Socioprofessionnels du Tourisme du Pays de Saint-Jean-de-Luz, créée en novembre 2006.

Elle est présidée par Madame Emma TORTES SAINT-JAMMES, Maire-Adjoint en charge du développement économique et touristique de la commune de Saint-Jean-de-Luz.

Elle a pour objet :

- la réalisation de toutes actions facilitant l'identification du territoire,
- la mise en réseau des différents Offices de Tourisme ou service tourisme des communes pour la réalisation d'opérations contractuelles d'harmonisation et de promotion du Pays de Saint-Jean-de-Luz – Hendaye,
- la coordination des efforts des personnes publiques et privées intéressées dans le développement du tourisme sur le territoire,
- la promotion du tourisme en général,
- à titre accessoire et dans la limite des dispositions légales et réglementaires applicables à l'activité considérée, l'exploitation d'installations touristiques et sportives, la vente de biens et prestations touristiques, la gestion de services de réservation.

Elle regroupe au sein d'une même structure :

- 8 Offices de Tourisme : 2 en EPIC et 6 en association,
- l'Association des socioprofessionnels du tourisme du territoire, association loi 1901, présidée par Monsieur André Elustondo.

La Communauté de Communes Sud Pays Basque n'a pas pris la compétence tourisme mais a créé depuis les élections de mars 2008 une commission « Tourisme » composée d'élus communautaires, présidée par Monsieur Jean-Michel Berra, Maire-Adjoint en charge du développement économique de la commune d'Hendaye.



2) Éléments de contexte

Le Pays de Saint Jean de Luz – Hendaye est Pays d'Accueil Touristique* depuis 2009.

* Notion de Pays d'Accueil Touristique en clair : il est organisé autour de terroirs, de bassins de vie ou d'une filière. A partir d'une démarche de diagnostic territorial, il bâtit un projet de développement de l'économie touristique cohérent avec les démarches de développement globales ou sectorielles engagées sur tout ou partie du territoire. Il s'engage dès lors avec l'ensemble des acteurs locaux dans sa mise en œuvre.

6 conditions formelles :

- l'existence d'un groupement intercommunal ayant un territoire cohérent à vocation touristique affirmée.
- la mise en œuvre par ce groupement d'un projet de développement pluri annuel de l'économie touristique locale.
- une déclinaison annuelle du projet de développement.
- l'implication des acteurs locaux dans l'élaboration et la mise en œuvre du projet.
- l'animation du projet par un ou plusieurs techniciens professionnels spécialisés tourisme.
- un engagement fort des collectivités locales et des structures intercommunales dans le fonctionnement du PAT.

Les engagements d'un PAT concernent prioritairement :

- l'aménagement et le développement de l'offre touristique locale, l'organisation de la production et la valorisation de l'offre
- l'animation touristique locale
- la formation
- la promotion et mise en marché de l'offre
- l'accueil et information des clientèles touristiques
- l'observation de l'économie touristique locale
- l'évaluation des politiques publiques

Le Pays de Saint Jean de Luz – Hendaye coordonne et anime un programme local de formation à destination des offices de tourisme du territoire.

En 2007 – 2008 et 2009, la MOPA et le Pays de Saint Jean de Luz – Hendaye animent un PLF au profit de 39 salariés des 8 offices de tourisme locaux (Ascain, Ciboure, Guéthary, Hendaye, Saint Jean de Luz, Saint Pée sur Nivelle, Sare et Urrugne).

L'outil PLF bénéficie du soutien d'AGEFOS-PME, du Conseil Régional d'Aquitaine et de l'Etat (DRTEFP).

L'objet du PLF : il s'inscrit dans le cadre de la professionnalisation des acteurs touristiques du Pays de Saint-Jean-de-Luz, autour des filières du territoire et de la relation littoral et arrière pays.

Dans un second temps, le PLF a permis d'asseoir la marque Terre et Côte Basques auprès des acteurs touristiques locaux.

Les axes de formation retenus sur la durée du programme :

Axe 1 : valorisation du territoire

Axe 2 : optimisation de l'utilisation du courrier électronique

Axe 3 : organisation d'événements : aspects juridiques et communication

Axe 4 : techniques d'accompagnement (visites guidées)

Axe 5 : Internet – Positionner son territoire et être plus lisible sur Internet

Les points forts de la dynamique PLF à l'échelle du Pays : construction et rédaction du Badakit (manuel de l'inventaire touristique à l'échelle du Pays), construction et rédaction d'un manuel de vente (marque ombrelle : Terre et Côte Basque).

Les acteurs touristiques du Pays de Saint Jean de Luz – Hendaye

A l'échelle du territoire, le Pays collabore étroitement avec l'Association des socioprofessionnels touristiques du Pays créée en novembre 2006. Cet élément témoigne d'un investissement et d'un engagement fort d'acteurs touristiques aux métiers différents mais complémentaires à l'échelle du Pays.

Travaux et actions déjà inscrits dans une logique interfilières.

L'Association souhaite inclure la dynamique Terre et Côte Basques.

L'Association des socioprofessionnels du Pays regroupe environ une centaine de membres et disposent de 28 représentants au sein de l'Association Terre et Côte Basques – Pays de Saint-Jean-de-Luz – Hendaye (2 représentants par filière d'activités et des représentants de toutes les communes disposant d'un office de tourisme). 7 de ces

membres sont membres du Conseil d'Administration de l'Association et 3 du bureau. Cette structure souhaite participer activement à la politique touristique et aux actions menées sur le territoire.

La démarche de notre territoire se veut :

- **Participative** : les élus, les présidents, les directeurs, les personnels des Offices de tourisme et les socioprofessionnels quelle que soit la catégorie sont invités à participer à toutes les réunions de travail organisées par l'Association Terre et Côte Basques – Pays de Saint-Jean-de-Luz – Hendaye et à toutes les actions mises en place. Six commissions de travail ont été créées :
 - o Communication interne,
 - o Editions,
 - o Nouvelles technologies,
 - o Organisation du territoire,
 - o Projets,
 - o Promotion.
- **Consensuelle** : toutes les actions engagées sur le territoire sont proposées dans les commissions de travail, sont validées par chacune des commissions et sont ensuite proposées au Conseil d'Administration de l'Association qui engagent ou pas les actions. Il apparaît important que tous les acteurs locaux du tourisme puissent s'exprimer et s'approprier le plan d'actions mené par et sur Terre et Côte Basques – Pays de Saint-Jean-de-Luz – Hendaye.
- **Pragmatique,**
- **Tournée vers les clients** : toutes nos réflexions sont engagées sur la base de nos cibles de clientèle qui ont été au préalable déterminées selon le principe exposé ci-dessus, des besoins et des attentes de celles-ci.

3) Les bases du projet interfilières

La marque Terre et Côte Basques, portée à l'échelle du Pays, est née en 2008 de la volonté des acteurs touristiques locaux d'être plus lisibles et de jouir d'une marque touristique de territoire s'appuyant sur les richesses et attraits touristiques du littoral et de l'arrière pays.

La marque est un outil de promotion et de commercialisation au service des acteurs qui composent le territoire.

Une étude via l'outil DLA (dispositif local d'accompagnement) a été menée en 2008 par le cabinet MAZARS sur la faisabilité d'une stratégie de commercialisation sur le territoire Terre et Côte Basques. Suite aux conclusions qui ont prouvé l'utilité et la faisabilité d'une telle démarche, des réunions par filières d'acteurs (sur le commissionnement, les forfaits...) ont été réalisées.

Dans cette logique, début juin : le modèle économique sera finalisé, et dès juillet-août, le budget prévisionnel sera établi.

La mise en place de la commercialisation est programmée à l'automne 2009 (système de réservation en ligne Novarésa et agrégation des différents systèmes de réservation professionnels (*Résanet/Novarésa/Homerésa/Ctvert/Reservit/Gîtesdefrance*) via une

même passerelle a été développée par le Comité Départemental du Tourisme des Pyrénées-Atlantiques avec l'appui financier du Conseil Général et du Conseil Régional Aquitaine) et s'appuiera sur un travail de production mené par les socioprofessionnels en mai et juin 2009.

Sur la partie « outils de la commercialisation », sur les systèmes techniques à proprement parlé, une offre de formation existe déjà (CCI / CDT 64).

4) Contenu du projet

- **Intitulé** du programme local de formation interfilières pluriannuel :

MONTER UN PLAN D'ACTIONS COMMERCIALES TERRE ET COTE BASQUES – PAYS DE SAINT JEAN DE LUZ - HENDAYE

- Axes de formation 2010 – 2011 - 2012

Axe 1 : les outils pour monter une stratégie commerciale, du positionnement clientèle au plan d'actions.

Axe 2 : appréhender les nouveaux outils de communication et de promotion.

Axe 3 : les techniques de suivi de l'action et d'animation d'un réseau commercialisation.

- Modules de formation 2010 voire fin 2009

Module 1 (axe 1) : la démarche de positionnement Terre et Côte Basques, marque commerciale

Module 2 (axe 1) : Les outils d'un plan commercial de territoire

Module 3 (axe 3) : techniques de suivi de l'action et d'animation d'un réseau commercialisation

Module 4 (axe 3) : Outils et méthodes d'animation d'une commission commercialisation

Nature de l'action de formation souhaitée : formation – action

- Objectifs :

En partant du plan marketing de la destination, comment construire une offre sur l'ensemble de la destination cohérente, avec des stratégies promotionnelles sur toutes les saisons ?

- Finalités :

Elaborer un plan media. Créer des actions collectives inscrites dans le cadre d'une stratégie territoriale de promotion et communication au travers de la marque.

- Contenus des actions de formation en 2010 :

Cibles (individuels, groupes, affaires), segmentation marchés, les produits, analyse pratique de la saisonnalité, cohérence entre les démarches individuelles et collectives, cohérence entre Terre et Côte Basques avec Hendaye et Saint-Jean-de-Luz.

- Déroulé des actions de formation en 2010 :

Module 1 -

1ère étape (2 groupes) ► présentation des bases du projet et partage de la stratégie globale du territoire
(½ journée : l'ensemble des acteurs concernés)

Module 2 -

2ème étape (3 groupes) ► élaboration de 3 sous-groupes en fonction des stratégies et attentes des participants. Un groupe pour la cible « individuels », un groupe pour la cible « groupes » et un groupe pour la cible « affaires ».
(½ journée par sous-groupe sur la stratégie-cible+ ½ journée par sous-groupe sur les attentes clientèles)

3ème étape ► travail sur les contenus des offres
(½ journée par sous-groupe + ½ journée en commun en 2 groupes)

4ème étape (3 groupes) ► création d'outils et élaboration d'un calendrier méthodique de communication et promotion de la marque
(½ journée sur les outils de com' par sous-groupe + ½ journée sur plan marketing par sous-groupe)

Module 3 -

5ème étape (2 groupes) ► techniques de suivi de l'action
(½ journée : l'ensemble des acteurs concernés en 2 groupes)

6ème étape (1 groupe) ► les outils et méthodes d'animation d'une Commission Commercialisation (1 ou 2 référent(s) par sous-groupes + le référent local du PLF Interfilières)
(½ journée : commission commercialisation)

5) Le public ciblé

Public : offices de tourisme et prestataires touristiques

Nb d'acteurs concernés : 35 personnes

Pour les prestataires, le constat est le suivant : peu de possibilités de dégager du temps en formation pour le personnel. Il est recommandé de plutôt mettre en avant des formations pour les **gestionnaires et responsables propriétaires**.

6) Format et nombre de journées

Calendrier : la période à privilégier : janvier – février – mars 2010 ; octobre – novembre – décembre 2010

Rythme : privilégier des demi-journées

Participants : petits groupes (environ 12 - 15)

7) Le référent territoire du PLF Interfilères

Laurence HARISPE

"Terre et Côte Basques - Pays de Saint-Jean-de-Luz - Hendaye"

BP 265 - 20, bd Victor Hugo

64502 Saint-Jean-de-Luz Cedex

Tél. 05 59 51 65 34 - Fax. 05 59 51 65 73.

Mobile. 06 03 85 08 29

laurence.pays@orange.fr

www.terreetcotebasques.com

CAHIER DES CHARGES
ANNEE 2010
PROGRAMME LOCAL DE FORMATION INTERFILIERES

L'appel d'offres de formation 2010 porte sur 3 modules.

La MOPA (mission des offices de tourisme et pays touristiques d'Aquitaine) coordonne cet appel d'offres en lien avec les OPCA concernés, le Conseil Régional d'Aquitaine, la DRTEFP et le territoire.

Conditions de réponse

Un organisme de formation peut répondre indifféremment à un ou plusieurs modules.

Les réponses à cette consultation devront être remises à la MOPA par courrier électronique au plus tard le 20 octobre 2009 inclus

A l'attention de Fabien Raimbaud

MOPA

Conseil Régional d'Aquitaine

14 rue François de Sourdis

33077 Bordeaux Cedex

05 57 57 03 87

mopa@aquitaine-mopa.fr

Module PSJLH 1 : Diagnostic stratégique et positionnement de la marque commerciale Terre et Côte Basques.

Axe 1 / Les outils pour monter une stratégie commerciale, du positionnement clientèle au plan d'actions

1. Contexte

Terre et Côte Basques – Pays de Saint-Jean-de-Luz – Hendaye est une association loi 1901 composée d'un collège des communes ou des offices de tourisme et d'un collège de socioprofessionnels du territoire. Notre territoire couvre 12 communes du sud Pays Basque : Ahetze – Ainhoa – Arbonne – Ascain – Biriathou – Ciboure – Guéthary – Hendaye – Saint-Jean-de-Luz – Saint-Pée-sur-Nivelle – Sare – Urrugne.

Une démarche de positionnement marketing a été réalisée en novembre 2006 afin de déterminer le cahier des charges de la charte graphique et le nom du territoire.

2. Les objectifs de la formation

Objectif : situer la marque commerciale Terre et Côte Basques dans l'environnement macro-économique afin de définir son positionnement.

1 – déterminer les attentes de nos clientèles :

a – pour le groupe des « individuels » : déterminer les clientèles prioritaires et secondaires et les attentes de chacune.

b – pour le groupe des « groupes » : déterminer les attentes, les avantages et inconvénients de notre territoire.

c – pour le groupe « affaires » : déterminer les attentes.

2 – déterminer le positionnement de Terre et Côte Basques, marque commerciale.

3. La méthode pédagogique à mettre en oeuvre :

La démarche s'inscrit dans une logique de formation – action. Les participants à la formation travaillent sur un projet collectif, avec comme objectif un apprentissage réel de pratiques marketing.

L'interactivité entre les membres du groupe prédomine. Des points de synthèse réguliers permettent de formaliser les acquis.

4. Les résultats attendus / finalités de la formation :

Les participants devront avoir la capacité à participer à la rédaction d'un document de synthèse du positionnement de la marque commerciale Terre et Côte Basques, positionnement « voulu ».

Outils pour définir et partager une stratégie commerciale de territoire et déterminer les cibles (cœur de cible, cible primaire et secondaire).

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 Interfilières.

Une évaluation à froid, sous forme de questionnaire en ligne, sera envoyé 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 séances – 12 heures

½ journée avec l'ensemble des participants : présentation des bases du projet et partage de la stratégie globale du territoire – présentation des stratégies individuelles de chacun – présentation de l'analyse de la concurrence – détermination des groupes en fonction des attentes des participants.

½ journée en 3 groupes « Individuels » - « Groupes » - « Affaires » : sur typologie des clientèles – les attentes de nos clientèles – prioriser les clientèles.

½ journée en 2 groupes sur le positionnement de la marque commerciale.

7. Effectif prévisionnel – public concerné :

36 participants

8. Période :

Janvier – Février 2010

9. Lieu(x) :

Dans une des communes du territoire.

10. Contenu de la réponse attendue :

Le prestataire devra fournir les éléments suivants :

- ses références en particulier dans le domaine du tourisme
- ses compétences internes et externes
- le contenu, les outils pédagogiques et les moyens mis en œuvre pour cette formation
- la méthodologie et le phasage envisagés pour cette formation
- la méthode d'évaluation de la mission
- 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.

Module PSJLH 2 : Quel contenu pour une offre commerciale touristique ?.

Axe 1 / Les outils pour monter une stratégie commerciale, du positionnement clientèle au plan d'actions

1. Contexte

Terre et Côte Basques – Pays de Saint-Jean-de-Luz – Hendaye est une association loi 1901 composée d'un collège des communes ou des offices de tourisme et d'un collège de socioprofessionnels du territoire. Notre territoire couvre 12 communes du sud Pays Basque : Ahetze – Ainhoa – Arbonne – Ascain – Biriadou – Ciboure – Guéthary – Hendaye – Saint-Jean-de-Luz – Saint-Pée-sur-Nivelle – Sare – Urrugne.

Une démarche de positionnement marketing a été réalisée en novembre 2006 afin de déterminer le cahier des charges de la charte graphique et le nom du territoire.

2. Les objectifs de la formation

- Réfléchir sur le contenu des offres commerciales à développer sur un territoire en tenant compte des éléments déterminés et validés en module 1 sur les attentes des clientèles et le positionnement de notre marque commerciale.
- Déterminer un positionnement marketing sur 3 ou 4 thèmes porteurs et spécifiques du notre territoire en tenant compte de la complémentarité « Terre » et « Côte », « Intérieur » et « Littoral » et pouvant être commercialisés en fonction des saisonnalités ou en toute saison.
- Savoir structurer une offre « produits ».

3. La méthode pédagogique à mettre en oeuvre :

La démarche s'inscrit dans une logique de formation – action. Les participants à la formation travaillent sur un projet collectif, avec comme objectif un apprentissage réel de pratiques marketing.

L'interactivité entre les membres du groupe prédomine. Des points de synthèse réguliers permettent de formaliser les acquis.

4. Les résultats attendus / finalités de la formation :

Capacité à « lire » le contenu d'une offre commerciale selon un schéma marketing

Capacité à établir un positionnement entreprise et produits segmenté

Capacité à reproduire la même démarche sur d'autres lignes de produits

La rédaction d'un document de synthèse détaillant les offres produits du territoire dans une prospective de 3 à 5 ans pourra constituer l'outil commun des participants.

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 Interfilières.

Une évaluation à froid, sous forme de questionnaire en ligne, sera envoyé 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 : 4 séances de 4 heures (format ½ journée)

½ journée : déterminer les thématiques de contenus par sous-groupe « Individuels », « Groupes » et « Affaires ».

2 ½ journées : positionnement et montage de l'offre produits en groupes

½ journée en commun afin de valider collectivement les offres « produits ».

7. Effectif prévisionnel – public concerné :

36 participants

8. Période :

Mars – octobre 2010

9. Lieu(x) :

Dans une des communes du territoire.

10. Contenu de la réponse attendue :

Le prestataire devra fournir les éléments suivants :

- ses références en particulier dans le domaine du tourisme
- ses compétences internes et externes
- le contenu, les outils pédagogiques et les moyens mis en œuvre pour cette formation
- la méthodologie et le phasage envisagés pour cette formation
- la méthode d'évaluation de la mission
- 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.

Module PSJLH 3 : Mesures et pilotage de l'activité commerciale.

Axe 3 / Les techniques de suivi de l'action et d'animation d'un réseau de commercialisation

1. Contexte

Terre et Côte Basques – Pays de Saint-Jean-de-Luz – Hendaye est une association loi 1901 composée d'un collège des communes ou des offices de tourisme et d'un collège de socioprofessionnels du territoire. Notre territoire couvre 12 communes du sud Pays Basque : Ahetze – Ainhoa – Arbonne – Ascain – Biriadou – Ciboure – Guéthary – Hendaye – Saint-Jean-de-Luz – Saint-Pée-sur-Nivelle – Sare – Urrugne.

2. Les objectifs de la formation

Déterminer dans une stratégie globale de territoire les critères de mesures et de pilotage de chaque action et choisir l' (les) outil(s) : techniques de tableau de bord et d'indicateurs
Organiser le suivi de l'action par la création d'une commission commercialisation : outils de pilotage de l'action collective

3. La méthode pédagogique à mettre en oeuvre :

La démarche s'inscrit dans une logique de formation – action. Les participants à la formation travaillent sur un projet collectif, avec comme objectif un apprentissage réel de pratiques marketing.

L'interactivité entre les membres du groupe prédomine. Des points de synthèse réguliers permettent de formaliser les acquis.

4. Les résultats attendus / finalités de la formation :

1 - diagnostic des outils de mesures utilisés par les prestataires ou offices de tourisme individuellement.

2 – réfléchir dans une stratégie globale de territoire sur les critères de mesures et de pilotage de chaque action à retenir.

3 – réalisation collective des outils.

4 – organisation du pilotage et du suivi

Posséder les outils d'évaluation d'une action de commercialisation.

Savoir utiliser les techniques de reporting et de suivi.

Connaître les principes d'animation d'une action collective.

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 Interfilières.

Une évaluation à froid, sous forme de questionnaire en ligne, sera envoyé 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 : 2 séances

½ journée en 3 groupes, séance n°1 consacrée aux indicateurs

½ journée pour le groupe « commission commercialisation » consacrée au suivi de l'opération

7. Effectif prévisionnel – public concerné :

36 participants séance 1

8 participants séance 2

8. Période :

Novembre / décembre 2010

9. Lieu(x) :

Dans une des communes du territoire.

10. Contenu de la réponse attendue :

Le prestataire devra fournir les éléments suivants :

- ses références en particulier dans le domaine du tourisme
- ses compétences internes et externes
- le contenu, les outils pédagogiques et les moyens mis en œuvre pour cette formation
- la méthodologie et le phasage envisagés pour cette formation
- la méthode d'évaluation de la mission
- 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.