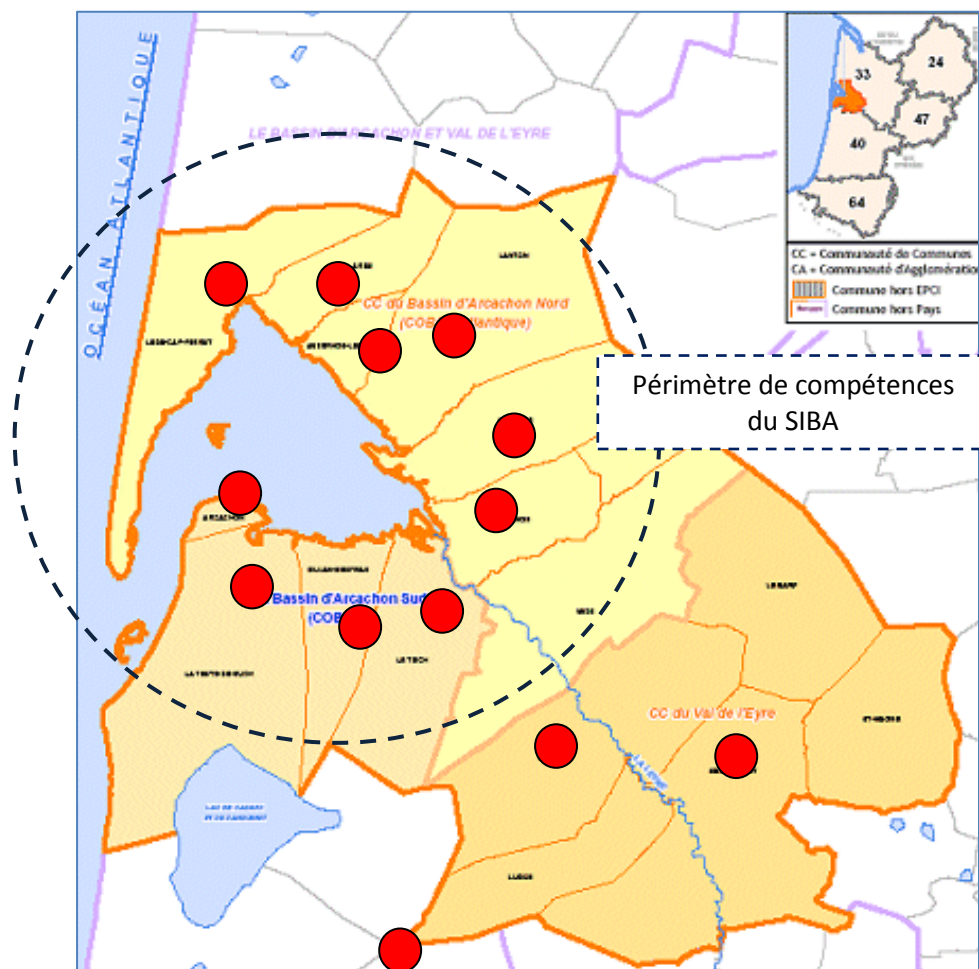


# PROGRAMME LOCAL DE FORMATION – ANNEE 1 PAYS BASSIN D'ARCACHON – VAL DE L'EYRE

## 1. Présentation du territoire du Pays Bassin d'Arcachon – Val de l'Eyre



La destination Bassin d'Arcachon est composée de 10 communes (du sud au nord) : **Arcachon, la Teste de Buch, Gujan-Mestras, le Teich, Biganos, Audenge, Lanton, Andernos-les-Bains, Arès et Lège-Cap Ferret**, auxquelles nous avons associé des communes du Val de l'Eyre, bassin versant du Bassin d'Arcachon, notamment **Salles et Mios**. Ces 12 communes du Pays Bassin d'Arcachon-Val de l'Eyre (points rouges sur la carte ci-dessus) représentent donc le **territoire de réflexion** pour la mise en place d'un futur Programme Local de Formation en 2012.

Ces communes s'étalent sur une superficie totale de plus de 800 km<sup>2</sup> (pour une population de plus de 110 000 habitants, triplée en saison).

## 1.1. Spécificités Touristiques :

- 76 kilomètres de plage : dont 39,5 km de plages océanes
- 785 km<sup>2</sup> : de forêt, incluant une partie du Parc Naturel Régional des Landes de Gascogne
- Une rivière de 100 km de long : la Leyre
- 18 000 hectares : plan d'eau à marée haute (200 et 450 millions de m<sup>3</sup> en fonction de la marée)
- 56 km<sup>2</sup> : le lac de Cazaux, 2ème plus grand plan d'eau de France
- 20 ports et villages pittoresques qui ceignent le Bassin d'Arcachon
- 105 mètres : la plus haute dune maritime d'Europe «la Dune du Pilat» site classé membre du réseau des Grands Sites et géré par le Syndicat Mixte de la Grande Dune du Pilat, dont l'objet est la préservation et la valorisation touristique de ce monument naturel
- 232 mètres : la jetée d'Andernos-les-Bains, la plus longue de France
- 258 marches pour grimper au sommet du phare du Cap Ferret
- 150 kilomètres : de pistes cyclables tout autour du Bassin
- 84 kilomètres : de sentiers de GR de pays
- 42 000 lits touristiques marchands sur le Bassin d'Arcachon

## 1.2. Présentation du Syndicat Intercommunal du Bassin d'Arcachon (SIBA) :

Après avoir défini, en étroite partenariat avec les différents acteurs du tourisme la stratégie de promotion touristique, le service tourisme du SIBA développe un plan d'actions qui s'articule autour des axes suivants :

- la coordination des opérations de promotion commerciale en partenariat avec le CDT Gironde et le CRT Aquitaine : salons tourisme, opérations de marketing direct...
- l'animation des relations presse : accueils de journalistes, dossier de presse, photothèque...
- le déploiement d'une vaste campagne de communication par voie d'affichage, télévisée, radio, d'insertions dans les médias de presse écrite et sur le Média Internet...
- la réalisation des supports de communication : le guide touristique commun aux 10 communes, la carte des déplacements & carte écotourisme, le matériel promotionnel, le portail touristique internet [www.bassinarcachon.com](http://www.bassinarcachon.com), l'application iPhone, la cartographie interactive du Bassin (via le service SIG du SIBA)...
- le développement d'une approche partenariale avec les professionnels : éductours par cible, promotion spécifique de filières thématiques (pescatourisme et écotourisme)...

Enfin, en application des dispositions statutaires, le SIBA concourt avec l'Etat, la Région, le Département et autres entités, à accompagner les acteurs touristiques dans le projet de Pays Bassin d'Arcachon / Val de l'Eyre. C'est dans ce cadre que s'inscrit ce Programme Local de Formation.



## 2. Les éléments du contexte

### 2.1 Les structures concernées :

Les structures concernées par ce PLF sont les **10 Offices de Tourisme (OT)** des 10 communes du Bassin d'Arcachon et des 2 communes du Val de l'Eyre.

Fort de son expertise en matière de promotion touristique sur le territoire Bassin d'Arcachon, la maîtrise d'ouvrage du PLF est assurée par le Syndicat Intercommunal du Bassin d'Arcachon (SIBA), suite à la demande du Pays Bassin d'Arcachon – Val de l'Eyre.

Les structures concernées par la mise en place de cette mission d'accompagnement (effectifs au 15 mars 2011) :

OFFICE DE TOURISME	STATUT DE L'OT	CLASSEMENT	EFFECTIF TOTAL	NOMBRE D'AGENTS DE DROIT PRIVÉ
Andernos-les-Bains	Régie Municipale à autonomie financière	**	4	0
Arcachon	SPIC	***	6	6
Arès	Association	**	4	4
Coeur du Bassin (Biganos, Audenge, Lanton)	SPIC	***	6 à 8	6 à 8
Gujan-Mestras	EPIC	***	9	8
La Teste de Buch	EPIC	***	5	4
Le Teich	Association	**	6	6
Lège-Cap Ferret	EPIC	***	8	7
Mios	SPA	*	1	0
Salles et Val de l'Eyre	Association	*	1	0

Nombre total de personnes concernées : **46**.

**NB** : Les 5 agents du SIBA pourront assister aux formations mises en place pour suivre l'avancement du projet commun de territoire.

### 2.2 La mise en place d'une mission d'ingénierie préalable :

*Cf. ANNEXE 1 : compte rendu détaillé de l'ingénierie préalable menée par ISCER*

Au préalable, il nous a semblé nécessaire de réaliser une mission d'ingénierie par un cabinet extérieur afin de déterminer ensemble les axes de formation. Pour ce faire, l'agence ISCER a :

**Réalisé un état des lieux des besoins « individuels »** de formation de l'ensemble du personnel de chaque Office de Tourisme

**Fait émerger des besoins « collectifs »** permettant d'aboutir à l'élaboration du Programme Local de Formation (PLF)



Et ainsi faire apparaître les différentes thématiques et secteurs d'activité à optimiser afin de créer un réseau effectif et performant de structures d'accueil touristique.

**Les objectifs :**

- Mettre en lumière les forces et les faiblesses du territoire
- Accentuer la conscience de l'effet réseau
- Déterminer les axes de formation adaptés

**ANIMATION DE LA REFLEXION ET EMERGENCE DES AXES DE FORMATION : L'ECOUTE ET LA PARTICIPATION**

A travers une trentaine d'entretiens individuels menés par le cabinet ISCER, les préoccupations et les souhaits des agents en matière de compétences et de formation ont pu émerger.

**Les points communs :**

- Polyvalence réelle
- Conscients que les nouveaux medias modifient la relation au client.
- Echanges avec leurs homologues d'autres OT quant à la réalisation de certaines actions.

**Les différences :**

- Tailles et natures juridiques différentes
- Identité territoriale nécessite un partage de connaissance et une mise en forme commune pour communiquer sur ce thème avec les clients.

**Les thèmes de formation** ayant émergés :

- Animation et coordination du réseau
- Gestion des espaces naturels et éco-tourisme
- Dynamisation de l'approche clientèle
- Gestion du stress
- Communication commerciale

**DEFINITION D'UN AXE POUR L'ANNÉE 1 : « DYNAMISATION ET HARMONISATION DE L'APPROCHE CLIENTÈLE »**

Il est primordial que les formations soient irriguées par 2 concepts « transversaux » :

**L'identité territoriale**

**La durabilité de l'offre touristique :** le tourisme sur notre territoire est fortement dépendant de la qualité des paysages, des sites naturels, de l'environnement et du caractère authentique de notre territoire maritime. Il est donc primordial de promouvoir des formes de tourisme garantissant la préservation de ces éléments, l'accès de tous à la mer et un développement équilibré de notre territoire.

Ces deux concepts doivent être utilisés dans les exercices, les études de cas, les menus de formation...



### 3. Le contenu du projet 2012

#### DYNAMISATION ET HARMONISATION DE L'APPROCHE CLIENTELE (5 JOURS POUR CHAQUE GROUPE)

**Public :** 4 groupes d'une douzaine d'agents chacun.

**Calendrier :** hors-saison (de janvier à mai – de septembre à décembre 2012)

**Lieux :** dans les différents lieux touristiques du territoire

**Objectifs :** augmenter l'efficacité de l'approche commerciale, en adaptant les propositions touristiques aux différents clients.

**Modalités :** la formation s'effectuera par groupe d'une douzaine de personnes, sur le territoire Bassin d'Arcachon - Val de l'Eyre. Chaque module s'accompagnera d'études de cas et de mise en situation collective et personnelle des agents. L'ensemble des trois modules est nécessaire pour valider l'action.

#### APPEL D'OFFRES 2012

**Code de l'action :** PBAVE.1

#### MODULE 1 : SAVOIR COMMUNIQUER (2 JOURS)

**Objectif :**

*Les agents sont confrontés à des publics variés et à des situations diverses. Si l'expérience leur permet d'aborder ces problématiques, l'approche reste empirique. Une formation commune apporterait à tous les acteurs concernés les mêmes outils et la possibilité de délivrer de la même manière les messages concernant les offres touristiques. D'autre part, une meilleure adaptation du discours à chaque segment de clientèle nécessite d'optimiser les modes de communication au tiers. Enfin, la communication interne serait également plus unifiée.*

Les bases de la communication (définition, utilité, émetteurs et récepteurs, communication verbale et non verbale)

La communication écrite (pour quels objectifs, supports de la démarche commerciale, savoir rédiger un argumentaire)

La communication orale (pour quels objectifs, reformulation, l'écoute active, questions ouvertes et fermées, l'accueil téléphonique et en présentiel).

Etudes de cas/mise en situation :

- L'esprit Bassin
- Les vraies vacances
- L'accueil téléphonique



## Code de l'action : PBAVE.2

### MODULE 2 : SAVOIR ORGANISER UN ESPACE D'ACCUEIL, UN ESPACE DE VENTE. FLECHER L'OFFRE (1 JOUR)

#### Objectif :

*Les missions des OT évoluent non seulement vers une professionnalisation accentuée mais également vers la commercialisation de services ou de produits des partenaires. Une réflexion sur l'aménagement de l'espace d'accueil et/ou de vente ainsi qu'un meilleur fléchage des offres à mettre en valeur devient indispensable. Les OT, en utilisant les mêmes concepts, dégageront une unité à laquelle les clients seront sensibles en passant d'un OT à l'autre.*

Les bases du merchandising (définition et utilité, logiques d'implantation, informer le consommateur, courbes et ratios, le merchandising comme élément de négociation avec les partenaires)

Organiser son espace de vente (définir et schématiser l'espace, la PLV, les critères de choix)

Diagnostiquer votre espace de vente actuel (forces et faiblesse, la demande du client, optimiser l'espace de vente, évaluation des apports)

Etudes de cas / mise en situation :

- Mettre en avant les offres « développement durable »
- Mettre en avant les produits communs

## Code de l'action : PBAVE.3

### MODULE 3 : CONSTRUIRE UNE OFFRE COMMERCIALE COHERENTE (2 JOURS)

#### Objectif :

Il est primordial de concevoir le service au client comme une meilleure compréhension de ses besoins, plutôt que de partir de l'offre.

A l'issue de ce module, les agents seront en mesure d'analyser le discours d'un client, de faire une offre adaptée, de traiter les objections et de finaliser leur action. Cette qualité de service et cette meilleure compréhension doivent déboucher sur la fidélisation du client.

Les besoins du client (détection des besoins, questionnement, reformulation)

Faire une offre (savoir construire un argumentaire, vérifier l'adéquation besoin/proposition, les produits complémentaires)

Traiter les objections (les différents types d'objection, leur traitement, savoir construire un contre-argumentaire)

Conclure une proposition

Fidéliser un client (évaluer la satisfaction d'un client, le fidéliser, proposer de nouvelles offres)



Etude de cas / mise en situation :

Un exemple : les produits « pécaturisme »

Utiliser le développement durable comme argumentaire

Proposer une offre plus importante que celle que le client était venu chercher

**A la suite de ces modules et après avec une évaluation des apports en fin d'année 1, les 4 autres thèmes ayant fait l'objet feront l'objet d'une validation & seront traités en année 2 et 3, en respectant les mêmes préoccupations (identité territoriale, développement durable...).**

PLF PBAVE 2012 (ANNEE 1)		
Modules 2012	NB de groupes et de journées de formation par groupe 2012	TOTAL 2012
Module 1	4 groupes 2 journées par groupe	= 8 journées
Module 2	4 groupes 1 journée par groupe	= 4 journées
Module 3	4 groupes 2 journées par groupe	= 8 journées
TOTAL		= 20 journées

**Le référent du Programme Local de Formation :**

**Audrey RAMBAUT**

Chargée de mission tourisme et communication

16 Allée Corrigan – CS 40002

33311 ARCACHON CEDEX

Tél : 05 57 52 74 94

Fax : 05 57 52 74 75

[a.rambaut@siba-bassin-arcachon.fr](mailto:a.rambaut@siba-bassin-arcachon.fr)

