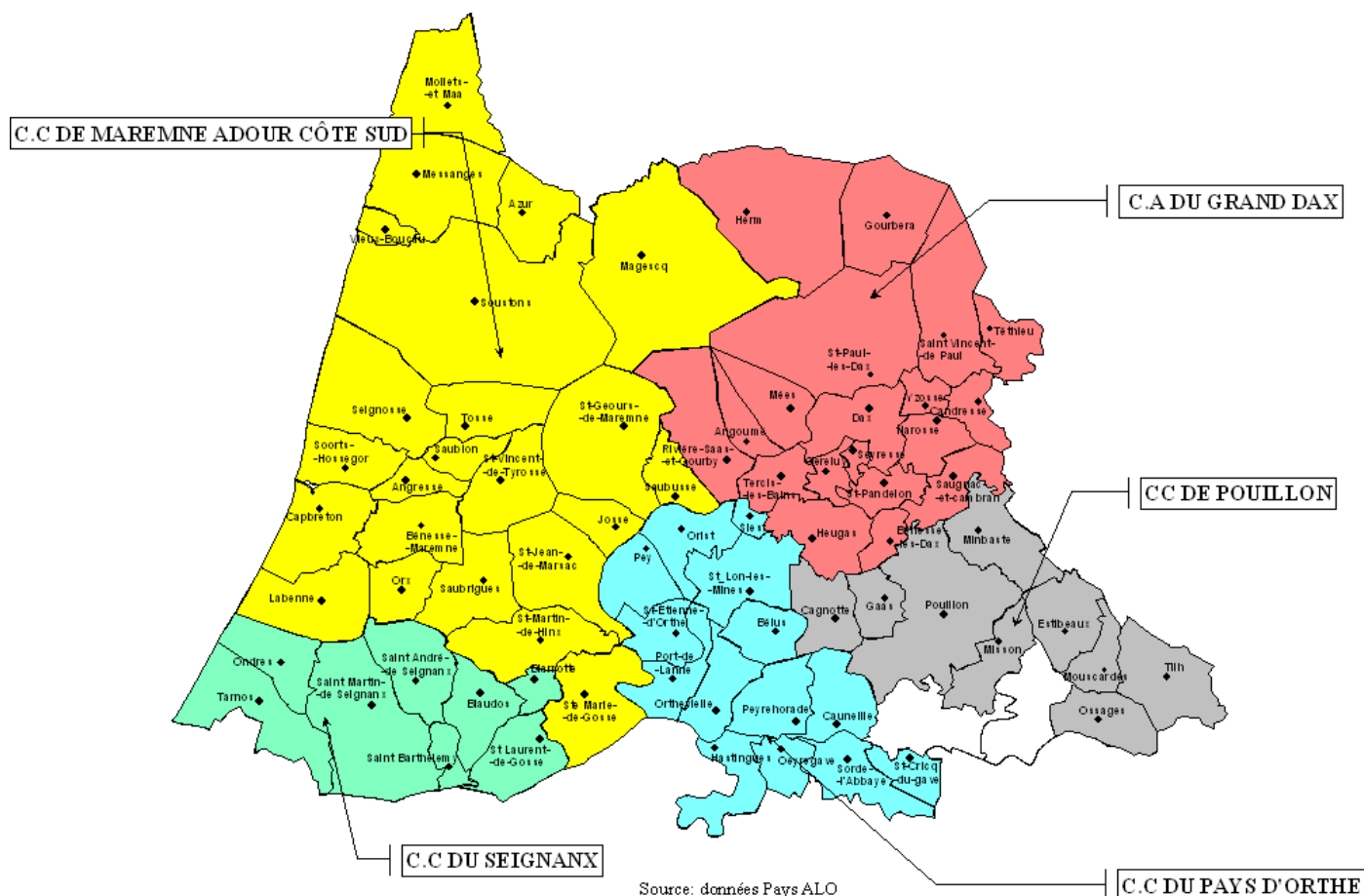


PLFI 2012 – Année 2

Pays Adour Landes Océanes

Avant la lecture de ce document, nous vous conseillons de lire **l'ANNEXE 1** qui vous permettra de comprendre le territoire et les bases du projet PLFI initié depuis 2011.

1) Le territoire Pays Adour Landes Océanes :



2) Stratégie et bases du projet interfilières 2011 – 2013 :

Au travers du PLFI, il s'agit de poursuivre et développer la dynamique enclenchée grâce au PLF mené durant 3 ans avec les personnels des offices de tourisme, l'objectif principal est d'accompagner le développement d'une offre touristique structurée sur le territoire.

Le Pays, dans le cadre de son projet de développement touristique, s'oriente sur un positionnement « Nature » - « Tourisme Durable » en intégrant les interactions et les complémentarités entre l'espace littoral, l'espace thermal et l'espace intérieur.

De plus, des expériences en matière de développement durable 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'outils, de pratiques respectueuses de l'environnement, d'éco-gestes, jusqu'aux démarches de labellisation et l'obtention notamment de l'écolabel.



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 pour ensuite pouvoir inscrire le « Tourisme Durable » dans une logique de positionnement marketing du territoire.

Deux thématiques ont ainsi été validées sur la durée du programme :

- **Le Tourisme Durable** comme logique de positionnement marketing du territoire
- **L'E-tourisme**, par le développement des compétences des professionnels sur Internet

3) Principaux enseignements depuis le lancement du programme en 2011 :

Très bonne mobilisation des acteurs et forte implication des structures touristiques dans le programme. Trois raisons majeures :

- **La majorité des structures touristiques avaient été rencontrées individuellement par les offices de tourisme et le pays** en 2009-2010 pour évoquer leurs besoins en formation et leur sentiment vis-à-vis d'un programme de formation territorial
- **Constitution d'un groupe de travail interfilières** en amont de toute réflexion. Parmi les « porte-paroles » du secteur, on retrouve : 5 représentants des intercommunalités ayant la compétence tourisme et des offices de tourisme du territoire (soit 1 référent par territoire communautaire) et des prestataires de tout horizon (16 structures).
Cf ANNEXE 2 « Composition du groupe de travail PLFI PALO »
- **Un lancement officiel du PLFI** a été organisé en octobre 2010 sous la forme d'une conférence. L'ensemble des partenaires régionaux (financiers et filières touristiques) du dispositif des PLFI avait été associé à cette manifestation. L'objectif était de sensibiliser les 80 professionnels présents sur l'importance d'Internet avant, pendant et après le séjour. L'autre enjeu était de présenter le guide des éco-gestes élaboré à l'échelle de la Communauté de communes du Seignanx par l'office de tourisme et ses hébergeurs. Les modules de formation et les possibilités d'inscription avaient ainsi été proposés à la fin de cette conférence.

Les participants sont de secteurs très divers. Sur près de 75 personnes physiques inscrites, nous retrouvons :

- 33% d'hébergement touristique (campings, hôtels, gîtes et chambres d'hôtes),
- 32% d'offices de tourisme et collectivités,
- 27% d'activités diverses (surf, centre aquatique, canoë, voile, croisadour, équitation, ferme découverte/produits locaux/visite, pêche),
- 4% de restaurateurs
- 4% d'établissements thermaux



Une Charte environnementale, colonne vertébrale du PLFI

Dans le cadre du module « Tourisme Durable », le 1^{er} groupe ayant suivi la formation a été formé sur les techniques et outils à mettre en place pour développer la pratique des éco-gestes au sein de leur structure. Ce travail a permis également de conduire le groupe vers la définition d'un projet de Charte qui sera validé par l'ensemble des acteurs du territoire dès la fin de l'année 1.

Cf ANNEXE 3 « Projet de Charte environnementale à l'échelle du Pays Adour Landes Océanes »

Rappels des actions de formation 2011 initiées sur le territoire (année 1 du PLFI) :

Territoire	Code PLFI	Intitulé	Nb de j. par gpe	Nb de gpe	Nb de j. total	OF
Pays Adour Landes Océanes	PALO.1	Inscrire le développement durable dans son quotidien et sa pratique professionnelle	5	2	10	CPIE Landes
	PALO.2	Techniques de meilleure visibilité et de meilleur référencement sur Internet	3	5	15	GMT Editions

4) Souhaits pour l'année 2012 :

AXE 1. TOURISME DURABLE

Code de l'action : PALO.1

Intitulé : Mise à niveau pour les nouvelles structures intéressées par la démarche « mettre en place au sein de sa structure des éco-gestes »

Appel d'offre fermé. Organisme de formation reconduit : CPIE Landes

Public : structures touristiques qui n'a pas suivi le cycle 2011

Objectifs du module : permettre à de nouveaux acteurs du territoire de mettre en place des éco-gestes au sein de leur structure. Le contenu de la formation permettra :

- de développer la mise en réseau des acteurs déjà initiée sur ce thème en 2011 et de favoriser une culture commune autour du tourisme durable,
- de s'approprier les enjeux, les principes, les éléments méthodologiques et les outils définis collectivement en année 1 en particulier la **Charte environnementale**.

Durée : 2 jours – 1 groupe

Le cahier des charges complet du module PALO.1 est l'ANNEXE 4 jointe à ce dossier.

Code de l'action : PALO.2

Intitulé : Inscrire les éco-gestes et éco-comportements dans son quotidien et sa pratique professionnelle en tant qu'acteur du tourisme, selon 3 corps de métier :

- **métiers-activités liés à l'entretien extérieur des espaces verts**
- **métiers-activités liés à l'entretien intérieur des structures, au ménage, à l'hygiène**
- **métiers-activités liés à l'accueil et l'information des clientèles**

Appel d'offre ouvert à tout organisme de formation.

Public : structures touristiques ayant suivi le cycle de 2011

Objectifs du module :

Le contenu de cette formation a pour but de prolonger et consolider la démarche initiée en 2011. Ceci afin d'inscrire l'ensemble des corps de métiers, depuis l'accueil et l'information, en passant par l'entretien des espaces extérieurs (ex : espaces verts) et intérieurs (hygiène, ménage). Ceci afin de prendre conscience de l'importance d'une démarche collective et territoriale avec des déclinaisons très opérationnelles en lien avec la Charte environnementale.

L'enjeu étant d'inscrire au mieux les valeurs et les principes du tourisme durable et de rendre lisible et visible cette démarche en s'appuyant sur le respect et la mise en valeur des richesses environnementales et patrimoniales locales, où que l'on se trouve sur le territoire.

Quelques thèmes et exemples à aborder en fonction des publics :



- pour le public s'occupant de l'entretien extérieur : notion de jardinage durable, équipements et ressources contribuant au respect de l'environnement (eau, biodiversité...)
- pour le public s'occupant de l'entretien intérieur : les produits naturels d'entretien ménager, labels et écolabels des produits d'entretien...
- pour le public lié à l'accueil et l'information des clientèles : les atouts environnementaux du territoire en matière de faune et flore, les sites et offres touristiques à découvrir, la Charte environnementale et ses déclinaisons (le message à faire passer auprès des clientèles en terme de respect des ressources: eau, énergie, déchets, achats, biodiversité, environnement)

Durée : 1 jour par groupe – 6 groupes (2 groupes par type de public)

[Le cahier des charges complet du module PALO.2 est l'ANNEXE 5 jointe à ce dossier.](#)

Code de l'action : PALO.3

Intitulé : Construire l'identité « tourisme durable » par la définition et la mise en œuvre d'un positionnement marketing partagé

Appel d'offre ouvert à tout organisme de formation.

Public : structures touristiques ayant suivi le cycle de 2011

Objectifs du module :

Définir un positionnement marketing et mettre en place la stratégie autour des thématiques « Nature » et « Valeurs du tourisme durable ». Ce module de formation pourra s'organiser autour de trois thèmes principaux :

- la valorisation de la démarche
- la communication
- la promotion

Il s'agira au préalable de rendre lisible, visible et compréhensible cette démarche pour :

- l'ensemble des acteurs du tourisme sur le territoire : consolidation et développement du réseau autour de la Charte environnementale
- les clientèles touristiques existantes et potentielles
- les différents partenaires
- les acteurs locaux

Durée : 3 jours par groupe – 2 groupes

[Le cahier des charges complet du module PALO.3 est l'ANNEXE 6 jointe à ce dossier.](#)



Code de l'action : PALO.4

Intitulé : Formation de référents locaux : techniques d'animation de la démarche éco-tourisme/tourisme durable au sein du territoire

Appel d'offre ouvert à tout organisme de formation.

Public : principalement les offices de tourisme, personnels des intercommunalités et du Pays. Les représentants locaux de filières touristiques pourront également y prétendre.

Objectifs du module :

Ce module de formation a pour but de développer et de pérenniser la démarche en travaillant sur l'animation de réseau. Cela permettra aux agents formés, qu'ils soient dotés d'outils, de méthodes et de techniques d'animation. Préalables nécessaires pour pouvoir ensuite être en capacité d'assurer l'accompagnement des prestataires touristiques intéressés par la démarche.

Plusieurs questions préalables :

- Comment animer et dynamiser son territoire et les prestataires autour de cette démarche ? Quel est mon rôle au sein de cette dynamique du territoire ?
- Comment devenir prescripteur (techniques de communication et argumentaire à faire valoir) ? Quels outils ? Quelles méthodes ?
- Comment mesurer et évaluer mon action ?

Durée : 2 jours – 1 groupe

Le cahier des charges complet du module PALO.4 est l'ANNEXE 7 jointe à ce dossier.

Code de l'action : PALO.5

Intitulé : Techniques et méthodologie pour mettre en place au sein de sa structure l'écolabel européen

Appel d'offre ouvert à tout organisme de formation.

Public : structures touristiques intéressées par l'écolabel européen

Objectifs du module :

Dans une logique de démarche de progrès (inscrite en continuité et en complémentarité avec le travail lié à l'application des critères de la Charte environnementale), il s'agit d'accompagner les prestataires qui le souhaitent vers les démarches d'éco-labellisation (Ecolabel Européen).

L'enjeu de cette formation est de permettre aux professionnels d'acquérir une culture générale sur les fondamentaux, les outils méthodologiques et les techniques d'une démarche d'éco labellisation. Le professionnel devra être en mesure de s'engager dans cette démarche dans le temps.

Durée : 2 jours – 1 groupe

Le cahier des charges complet du module PALO.5 est l'ANNEXE 8 jointe à ce dossier.



HORS FOND FORMATION PLFI :

En parallèle aux 5 modules portant sur le Tourisme Durable souhaités pour 2012, certaines actions hors PLFI seront proposées :

- Une journée-conférence sera programmée à destination des professionnels du territoire, avant la mise en œuvre des premiers modules 2012. Cette journée soulignera les principes et les valeurs de la démarche Tourisme Durable initiée et validera les grands principes de la Charte environnementale réalisée par les acteurs.

- L'idée d'educteur(s) organisé(s) sur le territoire pour rencontrer et partager autour de réalisations très concrètes en matière d'éco-gestes sera développée.

AXE 2. E-TOURISME

Rappels importants :

8 touristes sur 10 utilisent Internet pour préparer leur séjour touristique. Parmi eux, 1 sur 3 achète une prestation touristique en ligne.

Avec l'émergence de la mobilité, le touriste consulte de plus en plus les informations touristiques directement sur son smartphone. Toutes les prévisions s'accordent sur le fait qu'au premier trimestre 2014, il y aura autant d'ordinateurs que de smartphones dans le monde (1,6 milliard). Ce qui rend, d'autant plus important, le fait de mieux comprendre les enjeux de la mobilité et de la géo-localisation, pour une structure touristique. (Sources : Le journal du net, veille info tourisme, Atout France).

Code de l'action : PALO.6

Intitulé : Utiliser les ressources de Google pour optimiser la fréquentation de son site et être visible sur smartphone

Appel d'offre ouvert à tout organisme de formation.

Public : toute structure touristique du territoire

Objectifs du module :

Google est devenu l'outil incontournable à comprendre pour pouvoir être en capacité d'investir le web de façon efficace et visible. Comprendre les enjeux d'y être présent et être en capacité de l'investir est un atout certain pour accroître ses chances d'augmenter son chiffre d'affaires.

Cette formation comporte deux volets importants :



- Les clés du référencement naturel (Google adresse*, publier et investir du contenu sur les plateformes 2.0 ex : vidéos, photos, sites d'avis, et les techniques de rédaction web)
- Les outils Google pour une meilleure efficacité dans son travail quotidien (Google agenda, Google docs, Google alertes, Google analytics)

* fait l'objet d'un traitement spécifique cf. module PALO.7

Durée : 2 jours par groupe – 3 groupes

[Le cahier des charges complet du module PALO.6 est l'ANNEXE 9 jointe à ce dossier.](#)

Code de l'action : [PALO.7](#)

Intitulé : Inscrire les sites d'avis dans sa démarche commerciale auprès de ses clientèles afin d'augmenter sa notoriété et son chiffres d'affaires

Appel d'offre ouvert à tout organisme de formation.

Public : toute structure touristique du territoire

Objectifs du module :

Parmi les personnes qui consultent les avis d'internautes, 68% d'entre eux leur prêtent une attention particulière. (Sources : Le journal du net, veille info tourisme, Atout France).

Avec l'émergence de la contribution des internautes et de la mobilité, le touriste est de plus en plus sensible aux avis postés. Ce réflexe qui accompagne l'acte de consommation, d'achat ne doit pas être subi. Bien au contraire, il apparaît fondamental pour une entreprise touristique d'utiliser les avis et d'en faire une force pour son activité (d'autant que les avis sont sources de référencement naturel).

Outre la veille et l'analyse des sites 2.0 (notion de e-réputation), l'enjeu est de pouvoir inciter les vacanciers à laisser des commentaires et les faire devenir de véritables prescripteurs de leur territoire, de leur destination, de leur prestation touristique. Même les avis négatifs doivent faire l'objet de procédures de traitement spécifique.

L'objectif de cette formation est de fournir les techniques et outils qui permettront aux structures touristiques d'optimiser et de consolider le lien avec les clientèles touristiques. Avoir une véritable démarche commerciale, nourrie par les avis, favorisant le développement de son chiffre d'affaires.

Durée : 2 jours par groupe – 3 groupes

[Le cahier des charges complet du module PALO.7 est l'ANNEXE 10 jointe à ce dossier.](#)



5) PLFI PALO 2012 :

Modules 2012	NB de groupe et de journée de formation par groupe 2012
PALO.1	1 groupe 2 journées par groupe
PALO.2	6 groupes 1 journée par groupe
PALO.3	2 groupes 3 journées par groupe
PALO.4	1 groupe 2 journées par groupe
PALO.5	1 groupe 2 journées par groupe
PALO.6	3 groupes 2 journées par groupe
PALO.7	3 groupes 2 journées par groupe
TOTAL	33 journées

6) Le référent territoire du PLFI :

Claire Rouchaléou

Chargée de mission tourisme

Pays Adour Landes Océanes

Grand Tourren – Allée des Magnolias

40 230 St Vincent de Tyrosse

Tél: 05 58 57 41 44

claire@pays-adour-landes-oceanes.com

