

 **TERRE ET CÔTE BASQUES**
PAYS DE SAINT-JEAN-DE-LUZ - HENDAYE



R E G I O N



AQUITAINE

Programme local de formation interfilières 2010 – 2012 de Terre et Côte Basques – Pays de Saint-Jean-de-Luz – Hendaye.

Contact : Laurence HARISPE
Tél. 09 70 20 02 65
contact@terreetcotebasques.com

AHETZE
AINHOA
ARBONNE
ASCAIN
BIRIATOU
CIBOURE
GUÉTHARY



TERRE ET CÔTE BASQUES
PAYS DE SAINT-JEAN-DE-LUZ - HENDAYE

HENDAYE
SAINT-JEAN-
DE-LUZ
SAINT-PÉE-
SUR-NIVELLE
SAIRE
URRUGNE

RAPPEL DU CONTEXTE

Terre et Côte Basques – Pays de Saint-Jean-de-Luz – Hendaye est un Pays d'Accueil Touristique, structuré en association loi 1901, composé d'un collège d'élus communautaires, d'un collège des offices de tourisme et des communes et d'un collège de socioprofessionnels du territoire.

Le territoire couvre 12 communes du sud Pays Basque : Ahetze – Ainhoa – Arbonne – Ascain – Biriou – Ciboure – Guéthary – Hendaye – Saint-Jean-de-Luz – Saint-Pée-sur-Nivelle – Sare – Urrugne.

Un plan local de formation a été réalisé de **2007 à 2009 avec le personnel des offices de tourisme** dont les objectifs affichés étaient :

- La professionnalisation des offices de tourisme,
- La connaissance du territoire,
- L'harmonisation des procédures de travail,
- La familiarisation avec les nouvelles technologies et notamment l'outil Internet.

De ce plan local de formation, plusieurs actions ont été mises en œuvre :

- Rédaction du « badakit », le « que sais-je » du territoire utilisé quotidiennement par le personnel des offices de tourisme et mis à disposition des professionnels,
- Organisation d'une matinée des saisonniers à l'échelle du territoire,
- Réalisation d'un document des visites accompagnées des villes et villages du territoire mettant en avant la complémentarité de chacun.

Parallèlement, **un DLA** a été mené sur le territoire en deux phases :

- Réaliser un diagnostic sur les stratégies commerciales respectives de chacun des offices de tourisme et des partenaires touristiques,
- Déterminer l'opportunité de mettre en place d'une stratégie de commercialisation à l'échelle du territoire,
- Finaliser un plan d'actions pour une mise en œuvre effective de la stratégie de commercialisation.

A l'issue de ces deux actions, il paraissait évident de mettre en place un autre programme de formation et la proposition de la MOPA d'utiliser le principe de **programme local de formation interfilière** impliquant à la fois le personnel des offices de tourisme et les socioprofessionnels du territoire nous paraissait adapter à l'objectif que nous souhaitions atteindre.

PROGRAMME LOCAL DE FORMATION INTERFILIERE 2010 - 2012

L'objectif de ce programme à 3 ans est la conception, la mise en place et le pilotage d'un plan d'actions commerciales à l'échelle du territoire de Terre et Côte Basques.

Les participants :

- Les directeurs, le personnel d'accueil et/ou le personnel en charge de la commercialisation de l'offre en fonction de l'organisation de chaque office de tourisme,
- Des directeurs d'hôtels, de villages de vacances, de résidences de tourisme, de l'hôtellerie de plein air, des sites à visiter.
- Des prestataires d'activités.
- Des propriétaires de chambres d'hôte.

La répartition géographique des participants : 50% des communes du littoral et 50% des communes de l'intérieur.

PROGRAMME 2010

Ce programme a été établi sur 3 modules et 8 journées de formation :

- 1^{er} module : diagnostic stratégique et positionnement de la marque commerciale Terre et Côte Basques en 4 journées (4 mars 2010 – 26 mars 2010 – 6 mai 2010 – 3 juin 2010), réalisé par François PERROY, du cabinet Emotio Tourisme.
- 2^{ème} module : Les contenus d'une offre commerciale touristique en 3 journées (7 octobre 2010 – 21 octobre 2010 – 18 novembre 2010), réalisé par Nathalie PARALIEU, du cabinet Transformation.
- 3^{ème} module : Les techniques de suivi de l'action et d'animation d'un réseau de commercialisation (9 décembre 2010), réalisé par Nathalie PARALIEU, du cabinet Transformation.

BILAN 2010

Forte participation des acteurs du tourisme local et assiduité : en moyenne entre 15 et 20 participants à chaque journée.

Les participants sont satisfaits du programme proposé et très intéressés.

Lors de l'évaluation à « chaud » organisée à l'issue de la dernière journée du 1^{er} module, les participants présents ont exprimé l'apport de ces 4 journées.

Les participants ont été moins satisfaits des 4 journées suivantes.

Elles ont permis :

- De prendre conscience de l'importance de définir un positionnement marketing à l'échelle individuelle et collective,
- De disposer d'une méthode de réflexions et d'analyse sur les arguments différenciants,
- de « développer des idées communes »,
- de se « réapproprier la démarche collective et notre territoire »,
- « une identification à Terre et Côte Basques »,
- « une envie de construire ensemble une offre touristique »,
- « d'ouvrir des perspectives que l'on n'imaginait pas »,
- des rencontres et des échanges d'idées riches entre des filières totalement différentes.
- une connaissance entre acteurs locaux engagés dans la démarche collective : de l'activité et du responsable.

François Perroy, formateur, remercie à l'issue de ces 4 jours, tous les participants et indique que c'est **un « tour de force » de déterminer 7 axes de positionnement en 4 jours.**

Méthode de travail proposée et acceptée par l'ensemble des acteurs participants :

- Utilisation de tous les savoirs individuels pour mener des actions collectives,
- Utilisation d'un support power point de présentation sur les 2 premières journées,
- Travaux à réaliser entre chaque séance,
- Mise en commun et échanges au début de chaque séance,
- réflexion individuelle la 1^{ère} journée sur les arguments différenciants de nos concurrents puis mise en commun,
- Travaux en groupe de travail de 4 personnes lors de la 3^{ème} journée pour déterminer les cibles de clientèle, leurs attentes, les produits existants... selon un tableau réalisé par le formateur et le référent PLFI.

Les différentes étapes de la construction du « diagnostic stratégique marketing et du positionnement de la marque commerciale Terre et Côte Basques » :

- Verbalisation des objectifs à travailler,
- Définition des arguments différenciants de nos concurrents même proches sans tomber dans les éléments emblématiques du Pays basque,
- Détermination des argumentaires collectifs,
- Analyse du positionnement et de sa mise en valeur par d'autres territoires sur leur site Internet,
- Définition et réflexion sur les attentes de nos cibles de clientèle.

En conclusion, le positionnement marketing touristique du territoire de Terre et Côte Basques a été défini autour de 7 axes :

- **Un territoire entre mer et montagne,**
- **Un littoral et des plages sécurisants,**
- **Un maillage de villes et villages basques charmants où tout est à proximité,**
- **Un territoire accessible à tous et animé toute l'année en toutes saisons,**
- **Un territoire « transfrontalier » : un avantage et pas un inconvénient,**
- **Une diversité d'hébergements qualitatifs,**
- **Un territoire composé de grands espaces naturels préservés et protégés maritimes ou montagnards.**

Ces 7 éléments concurrentiels différenciants face aux voisins de proximité ou plus éloignés doivent être présents dans l'ensemble de notre production et notre communication.

Ces 7 axes de positionnement ont été validés par l'ensemble des participants. Il conviendra maintenant de les valider en Conseil d'Administration de l'Association et en commission Tourisme à la Communauté des Communes Sud Pays Basque avant la 2^{ème} partie de la formation 2010.

De ces 7 axes de positionnement, sont en cours de rédaction **12 fiches-actions** sur des clientèles individuelles déterminées par le groupe que sont :

- Une clientèle de proximité (française ou européenne) à moins de 3h de route,
- Une clientèle française et européenne familiale,
- Les séniors en couple,

- Les jeunes actifs en couple ou sportifs, amoureux de la nature, en desserte aérienne,
- Les handicapés.

La 2^{ème} partie du Programme Local de Formation Interfilières 2010 de Terre et Côte Basques s'est attaché à créer un contenu de l'offre commerciale pour chacune des fiches-actions.

Deux produits commerciaux ont été réfléchis :

- Un produit « court-séjour » qui se décline en 2 jours / 1 nuit et en 4 jours / 3 nuits comprenant : un hébergement en hôtel, chambre d'hôte ou résidence de tourisme (avec prestations hôtelières), petit déjeuner, un déjeuner ou un dîner (au choix du client) et une activité sport ou bien-être.
- Le « baskopass » : pass permettant au client de visiter les sites et musées du territoire en 24h, 48h ou 72h.

Les fiches produits ont été rédigés et les fiches de présentation aux prestataires également.

Les produits « courts-séjours » ont été mis en place dès 2011.

Le « baskopass » est encore en réflexion.

En conclusion, ce programme local de formation interfilières a permis à notre territoire de :

- **Redynamiser le tissu professionnel autour du projet de territoire et autour de la marque Terre et Côte Basques,**
- **Faire prendre conscience à chacun de l'importance de mener des actions collectives,**
- **Donner à chacun une méthode de réflexion pour définir son positionnement touristique.** En effet, le cheminement utilisé par et pour le collectif doit, maintenant, être utilisé par les participants pour leur propre structure afin qu'individuellement, chacun puisse également déterminer son positionnement commercial, concurrentiel et différenciant de son propre voisin. Ce travail leur permettra de travailler leur descriptif commercial « publicitaire » diffusé sur les plateformes web et notamment saisi dans la base de données départementale et régionale.
- **Rappeler et développer le fait qu'un positionnement n'est pas tant un exercice identitaire, de valorisation exclusive de soi, mais d'orientation des éléments de valorisation vers les marchés et cibles choisis.**

Dès cet automne, chaque professionnel a travaillé son positionnement dans la rédaction de son descriptif commercial pour la base de données du Comité Départemental du Tourisme des Pyrénées Atlantiques en suivant la charte web éditoriale préalablement travaillée avec le CDT.

Deux « critiques » :

- **la non-prise de conscience de certains acteurs touristiques de l'importance de ce programme** et le réel apport de la réflexion collective dans la construction du territoire.

- **La non possibilité d'intégration des élus dans ces programmes.** Conscients des enjeux de territoire et participants à la mise en œuvre individuelle et collective, nos élus locaux s'impliqueraient différemment dans la réflexion des schémas territoriaux d'organisation touristique.

L'objectif pour la 2^{ème} année : convaincre ces décideurs de participer en 2011 et en 2012.

PROGRAMME 2011

Ce programme a été établi sur **6 journées de formation** :

- 3 jours par Pierre ELOY, de Touristic, les 26 janvier, 9 février et 2 mars,
- 3 jours par François PERROY, du cabinet Emotio Tourisme, les 6, 13 et 27 mai.

L'objectif de ce programme est de:

- Définir l'arborescence du « futur » site Internet portail www.terreetcotebasques.com,
- Participer à la rédaction du cahier des charges de ce site Internet,
- définir la stratégie de visibilité en ligne territoriale,
- traduire nos axes de positionnement de manière publicitaire,
- maquetter la communication du positionnement commercial à l'échelle du territoire et d'offrir un cadre d'appropriation pour chaque professionnel individuellement.

Un autre module de formation a été ajouté : une ½ journée de **formation « Agent de vente » sur le logiciel de vente en ligne** acquis en novembre 2010, **Citybreak**. Il concernait uniquement l'ensemble du personnel des offices de tourisme de Terre et Côte Basques, soit 32 agents.

En 2010, Terre et Côte Basques, après avoir obtenu une autorisation de commercialisation à l'échelle des 12 communes qui composent le territoire, s'est doté d'un outil de commercialisation en ligne, une licence Citybreak permettant de vendre toutes les prestations touristiques : hébergements, sites, musées, activités, billetterie... et de proposer aux internautes l'agrégation des différentes offres dans un panier dynamique.

Les ventes de prestations touristiques peuvent s'effectuer directement en ligne mais également par téléphone ou au comptoir par les conseillers en séjour des 9 offices de tourisme et de l'association Terre et Côte Basques.

Afin de familiariser l'ensemble des agents à cet outil de vente, une formation d'une ½ journée a été proposée et réalisée les 3 et 4 mars par groupe de 7 à 9 personnes.

BILAN 2011

Les acteurs touristiques (offices de tourisme et professionnels) qui ont suivi le programme 2010, ont également participé à ces journées. On peut noter une forte participation de tous les acteurs : 1 représentant au minimum par office de tourisme, 1 représentant au minimum par filière professionnelle (hôtel, résidence de tourisme, chambre d'hôte, site, musée, prestataire d'activité).

La mise en œuvre de ce programme en 2^{ème} année verra sa concrétisation dans la refonte du site Internet www.terreetcotebasques.com. Sa mise en ligne est prévue pour la fin décembre 2011.

Avant de faire évoluer le site Internet www.terreetcotebasques.com et de lui donner une nouvelle dimension, il est nécessaire de :

- Disposer d'un positionnement marketing, réfléchi collectivement,
- Avoir une appropriation individuelle de ce positionnement,
- S'assurer que les professionnels - acteurs touristiques étaient engagés dans une démarche collective, consensuelle, participative et nécessaire au développement touristique de notre territoire,
- Et de définir une stratégie web territoriale de communication.

Pour définir et mettre en place une stratégie territoriale de visibilité en ligne, 1 journée de formation pratique aux outils du web et de l'Emarketing est apparue nécessaire. Au cours de la journée, Pierre Eloy a également rappelé précisément aux participants le cycle du voyageur et insisté sur l'importance de chaque étape de ce cycle.

2 journées ont ensuite été consacrées à la réflexion de l'arborescence du site portail www.terreetcotebasques.com dans le cadre de sa refonte et à la détermination de l'univers (sphère) web de notre territoire.

Lors de la 3^{ème} journée, l'arborescence du futur site a été validée collectivement et sa base sera réutilisée par les offices de tourisme d'Hendaye et de Saint-Jean-de-Luz, en réflexion également sur la refonte de leur propre site Internet.

Le principe de rédiger pour les 3 structures a été acté. L'appel d'offre sera réalisé sur un groupement d'achat (marché à bons de commande) par Terre et Côte Basques, l'Office de Tourisme d'Hendaye et celui de Saint-Jean-de-Luz.

Les 2 dernières journées ont été réalisées par François Perroy. Le formateur s'est attaché à nous faire travailler sur le web éditorial et a déterminé collectivement une ligne éditoriale pour le futur site portail en réécrivant les titres des rubriques et sous-rubriques de l'arborescence, les accroches et textes de présentation de nos 7 axes de positionnement.

L'objectif était également de rédiger une page de présentation de notre territoire, page qui sera insérée dans chaque site individuel des offices de tourisme et proposée à l'ensemble des professionnels du territoire : chacun pouvant à l'issue de ce travail prioriser les axes en fonction de ces propres axes de positionnement.

A l'issue de ce programme, le cahier des charges a été rédigé et comprendra 7 lots :

- 3 lots « communs » aux 3 structures précitées :
 - o Un lot de refonte d'un site Internet de préparation de séjour,
 - o Un lot référencement,
 - o Un lot web éditorial,
- 4 lots pour le site portail :
 - o Un lot « photos »,
 - o Un lot « vidéos »,
 - o Un lot de création d'un blog touristique,
 - o Un lot de création de site Internet de séjour, réalisé courant 2012 à l'issue de la 3^{ème} année du PLFI.

A l'issue de ces 6 journées, chaque participant disposera d'un document synthèse récapitulant les étapes de la réflexion à engager lors de la création ou de la refonte de son site Internet.

En conclusion, cette 2^{ème} année a permis de renforcer les liens entre les offices de tourisme du territoire et les participants socioprofessionnels et a contribué aux prémices d'une véritable réflexion sur la mise en place d'une véritable stratégie territoriale web.

Fin juin, la ligne éditoriale sera présentée en commission tourisme à la Communauté des Communes Sud Pays Basque et en Conseil d'Administration afin que les décideurs puissent valider préalablement le choix préconisé par notre formateur afin de décliner dans une 2^{ème} phase l'ensemble des éditos.

Il est nécessaire que les élus, présidents des offices de tourisme et représentants des socioprofessionnels soient associés à ce brief et à la démarche.

Au cours du 2^{ème} semestre, forte de cette expérience, notre chargée webmarketing, « Animatrice numérique du territoire », proposera et rédigera cette stratégie et une organisation de gestion des outils et de rédaction de contenus pour le futur blog touristique. Seront associés à la création de contenus les offices de tourisme du territoire et les professionnels participants aux différents modules de formation.

Concernant le module de formation à l'outil de vente par téléphone et au comptoir des prestations touristiques sur l'outil Citybreak, l'ensemble des conseillers en séjours, comptables et agents en charge de l'animation des socioprofessionnels a bénéficié d'une ½ journée de présentation de l'outil et de pratique de ventes.

Cette formation a permis non seulement à l'ensemble du personnel de découvrir l'outil et de le pratiquer avant son utilisation en « réel » mais également d'exprimer leurs craintes et leurs freins sur cette nouvelle mission : temps à consacrer à la vente, difficultés de vendre des prestations, comment peut-on proposer au client la réservation...

Les questions posées au cours de ces ½ journées ont également permis d'écrire des procédures de vente et de rédiger une « foire aux questions » propre aux offices de tourisme et une seconde spécifique aux partenaires professionnels. Ces FAQ ont été mises en ligne sur le site « professionnel » <http://terreetcotebasques-pro.jimdo.com>. Elles sont évolutives et mises à jour à chaque question. Chacun peut également à l'aide d'un formulaire demandé une information particulière. La réponse sera transmise à l'ensemble des partenaires.

L'ensemble des participants aux différents modules proposés sont satisfaits du programme proposé et de l'organisation et tiennent à remercier tous les partenaires financiers et organisateurs qui leur permettent de bénéficier, sur leur territoire, à proximité de leurs activités professionnels, de formation intéressante et collective.

Ces journées-rencontres permettent également des échanges entre professionnels dans une ambiance conviviale autour d'une même thématique.

Les acteurs touristiques ont également profité, lors de ses journées, pour découvrir les établissements de professionnels de Sare, village qui nous a accueillis en 2011, soit 3 restaurants et 2 hôtels-restaurants.

CAHIER DES CHARGES – ANNEE 2012

Quatre modules de formation sont envisagés en 2012 :

- **Module 1 « Suivi des travaux réalisés en 2011 et réflexions sur la création d'un site Internet de séjour »** avec pour objectifs :
 - 1/ un audit sur la refonte du site portail de Terre et Côte Basques à sa mise en ligne : les consignes, les conseils et le travail réalisé en 2011 ont-ils été bien retraduits et appliqués ? Le site portail correspond-il aux attentes des touristes et répond-il aux différents cycles du voyageur ? Préconisations d'évolution de la version 1 du site Internet en ligne.
 - 2/ une validation de la stratégie territoriale Internet à déployer à l'échelle du territoire et l'organisation de ce déploiement.
 - 3/ réflexions sur le contenu d'un site Internet de séjour et sur l'orchestration des éléments sur une ou plusieurs interfaces web.

Ce module serait travaillé avec l'ensemble des participants.

- **Module 2 « Contenu des offres commerciales »** avec pour objectifs :
 - 1/ travailler la production de contenu sur 2 phases du cycle du voyageur : avant son départ et pendant son séjour.
 - 2/ travailler la formulation de l'offre en fonction des besoins du client. Sélectionner les offres et les avantages clients.
 - 3/ réfléchir à une newsletter : son objectif, son contenu, sa fréquence, la clientèle et à des newsletters thématiques spécifiques.
- **Module 3 « Relation client »** avec pour objectifs :
 - 1/ harmoniser les réponses au client par mail et par téléphone : rédiger les argumentaires, les orientations des offres et les conseils « plus »,
 - 2/ organiser la politique territoriale sur les messages adressés aux clients qui ont réservé quelques jours avant leur arrivée : quelles offres ? quels avantages clients ?
 - 3/ donner des argumentaires et des outils aux personnels d'accueil pour faciliter la réservation immédiate sur place dans les offices de tourisme et chez les prestataires hébergeurs des prestations de visites et de loisirs.

Les modules 2 et 3 seraient travaillés en 2 groupes de 10 personnes environ. En effet, il semble difficile de réaliser un travail de production avec un groupe important.

- **Module 4 « Harmonisation des procédures de vente sur le logiciel Citybreak » et chaînage de la commercialisation à l'échelle territoriale / filière** avec pour objectif :
 - 1/ réfléchir à l'affichage de l'offre en vente en ligne sur les sites Internet des prestataires : affichage visuel / commercial / technique. Ex. sur les sites des hébergeurs, les offres des prestataires « culture et loisirs ».
 - 2/ formation des prestataires aux logiciels de vente.

Ce module sera réalisé en 2 journées.

Il est envisagé de **mener ces actions de formation sur 14 journées en 2012 (soit 9 journées par participant)** :

- 3 jours : 1 jour pour bilan du programme 2011 : rappel des objectifs du site, de la ligne éditoriale et présentation de la mise en œuvre de la stratégie territoriale marketing web validée et 2 jours sur le site Internet de séjour.
- 9 jours pour les modules 2 et 3 (soit 4 jours / groupe et 1 jour avec l'ensemble des participants) :
- 2 jours pour le module 4.

La mise en œuvre de ce programme en 3^{ème} année devrait voir sa concrétisation dans la création d'un site Internet de séjour ou dans des outils d'accueil numérique à destination des offices de tourisme, des hébergements et des sites touristiques. Quel contenu pour quelle clientèle et dans quel cadre de consultation client ?

Toutes les journées de formation pourraient se dérouler au cours du 1^{er} semestre 2012 :

- Module 2 : en janvier,
- Module 3 : en mars,
- Module 1 : début février,
- Module 4 : en mars.

Base de l'effectif prévisionnel : 20 acteurs concernés toutes filières confondues.

Lieux : sur une des communes du territoire.

Référent formation du Pays d'Accueil Touristique Terre et Côte Basques – Pays de Saint-Jean-de-Luz – Hendaye :

Laurence HARISPE

Tél. 09 70 20 02 65

Mobile : 06 03 85 08 29

Courriel : contact@terreetcotebasques.com