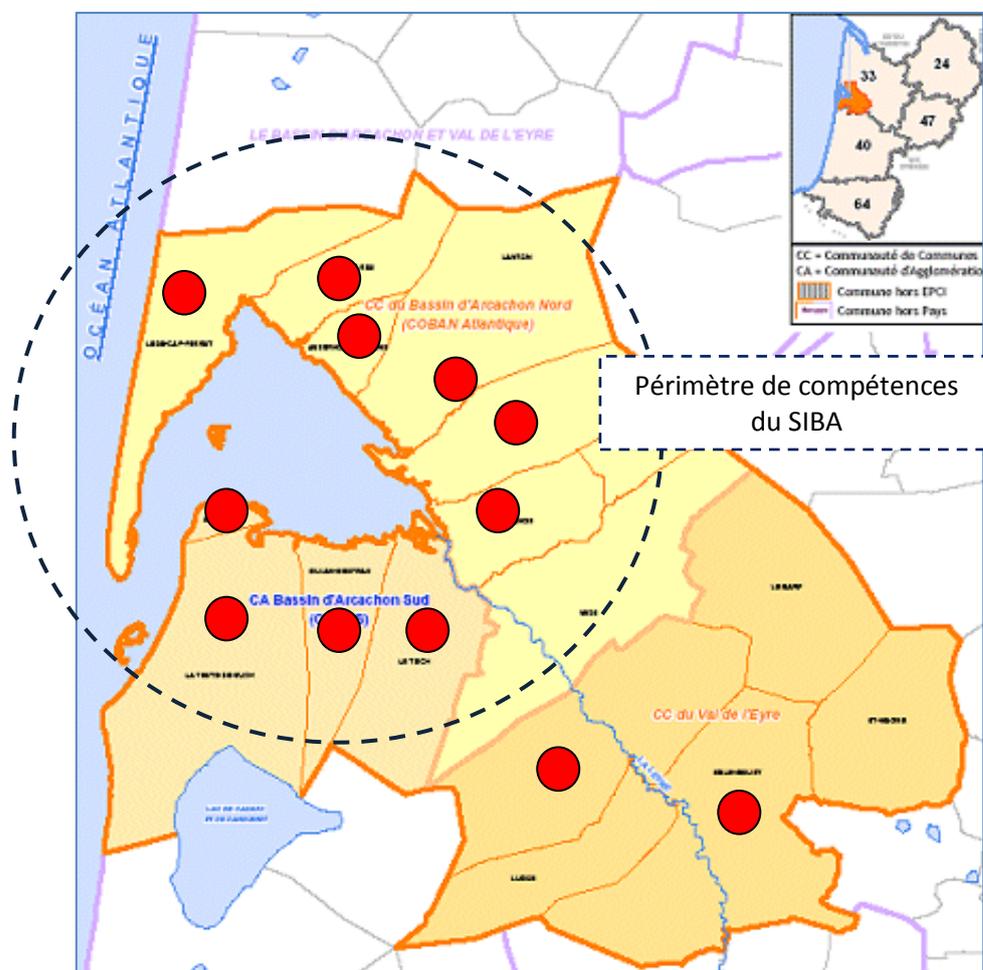


PROJET DE PROGRAMME LOCAL DE FORMATION – ANNEE 2 PAYS BASSIN D'ARCACHON – VAL DE L'EYRE

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



 12 communes concernées

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 km² (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 km² : 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 m³ en fonction de la marée)
- 56 km² : le lac de Cazaux, 2ème plus grand plan d'eau de France
- 20 ports et villages pittoresques qui ceinturent 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, les applications smartphones & tablettes tactiles (Apple & Android).
- le développement d'une approche partenariale avec les professionnels : éducateurs 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 & OTIntercommunaux) 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	**	3	3
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 6 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 dès 2011 :

En amont, 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
- Communication commerciale

3. Retour sur l'année 1 du PLF PBAVE (2012)

L'AXE DEFINI POUR L'ANNÉE 1 :

« DYNAMISATION ET HARMONISATION DE L'APPROCHE CLIENTÈLE »

Les formations ont été 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 ont été utilisés dans les exercices, les études de cas, les menus de formation...

3.1 Le contenu de l'année 1

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	: Service Intercommunal d'Hygiène & de Santé du SIBA, à Biganos (33)
Objectifs	: augmenter l'efficacité de l'approche commerciale, en adaptant les propositions touristiques aux différents clients
Modalités	: la formation s'est effectuée 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.

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 apporte 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 est également plus unifiée.

Contenu détaillé du module :

- 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

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, ont dégagé une unité à laquelle les clients seront sensibles en passant d'un OT à l'autre.

Contenu détaillé du module :

- 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

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 sont 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 débouchent sur la fidélisation du client.

Contenu détaillé du module :

- 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

3.2 Le bilan de l'année 1 (en cours) :

... de manière générale, très positif !

- ✓ **Le contenu de la formation** : satisfaisant ou très satisfaisant pour tous
- ✓ **L'utilité/l'application pratique de la formation à son poste de travail** : satisfaisante
- ✓ **L'organisation générale** : satisfaisante pour tous
- ✓ **Les points forts (à maintenir)** :
 - contenu des formations
 - qualité de la méthode pédagogique des formateurs
 - lieu de formation central

- ✓ **Points faibles/manques (à valoriser) :**
- coordination entre les formateurs d'un même module
 - prise en compte des contraintes existantes (dans le cas du module 2)
 - qualité des supports & documentation remis

4. Le Projet année 2 du PLF PBAVE (2013)

Le contenu de l'année 2

MARKETING TERRITORIAL (3 JOURS POUR CHAQUE GROUPE)	
Public	: 4 groupes d'une douzaine d'agents chacun
Calendrier	: hors-saison (de janvier à mai – de septembre à décembre 2013)
Lieux	: Service Intercommunal d'Hygiène & de Santé du SIBA, à Biganos (33)
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.

APPEL D'OFFRE OUVERT

« L'ANIMATION DE RESEAU » CODE ACTION PBAVE.1

PBAVE.1 : L'ANIMATION DE RESEAU (2 JOURS) – Continuité des modules suivis en 2011

Objectif :

Continuer la mise en réseau des OT, entre eux et avec leurs partenaires. Elle doit être un moyen de véhiculer des messages communs et de travailler sur des produits communs. A l'issue de ce module, l'agent pourra animer son propre réseau de prestataires, mieux articuler son travail avec l'ANT et les autres agents d'accueil des OT de son territoire.

Eléments de programme :

- Créer un **réseau d'Ambassadeurs** entre OT puis avec les partenaires : outils & méthodes
- Donner du contenu à l'« **Esprit d'Equipe Bassin** »
- Appropriation de la nouvelle marque des « **Vraies Vacances** », par les Offices de Tourisme, savoir en parler, la vendre
- **Savoir communiquer auprès des partenaires** pour obtenir leur implication concrète sur les thématiques prioritaires du territoire
- **Mutualiser** les ressources et les retours d'expériences
- Créer des **offres communes** : identifier les besoins et les possibilités liées au territoire
- Etre en mesure de **développer des arguments** valorisant les offres touristiques du territoire et **suscitant le désir de découverte** du visiteur.
- **Harmoniser les discours d'accueil** afin de mieux vendre le territoire (méthodologie, démarche lors du conseil donné auprès du visiteur), pouvant aboutir à des journées d'échanges de conseillers entre OT
- **Traduire dans un support commun** (guide touristique, portail Internet) l'argumentaire de positionnement de la marque
- Etude de cas / mise en situation

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. Il pourra également s'appuyer sur l'action collective engagée à l'échelle du territoire Bassin d'Arcachon – Val de l'Eyre ou sur des expériences propres aux OT.

Important : à la fin de ce module, une note rédigée par l'organisme de formation devra être transmise, à la personne référente du territoire, mentionnant les avancées du groupe et les objectifs atteints ou restant à atteindre.

Durée du module : 2 journées par groupe. 4 groupes.

APPEL D'OFFRE OUVERT

« L'INDISPENSABLE DU WEB 2.0 - Initiation » CODE ACTION PBAVE.2

PBAVE.2 : L'INDISPENSABLE DU WEB 2.0 - INITIATION (1 JOUR)

Objectif :

Au regard de l'évolution constante des techniques et technologies dans le domaine du tourisme, des nouveaux comportements des clientèles, il apparaît stratégique de proposer un module sur la thématique des TIC. Les objectifs poursuivis étant de former des agents des Offices de Tourisme à la maîtrise, à la gestion et à l'utilisation quotidienne et stratégique de cet outil, mais aussi de son environnement afin de mieux communiquer, de mieux promouvoir voire de « mieux vendre » le territoire et son offre touristique...

Eléments de programme :

Cette journée devra fournir les éléments fondamentaux du web 2.0.

En effet, les sites communautaires sont des sources de plus en plus utilisées par les clients pour préparer leur séjour. Le volume de connexion sur ces outils justifie une implication rapide des opérateurs touristiques sur ces médias.

Parallèlement, si un bon référencement sur les moteurs de recherche est indispensable, les Offices de Tourisme doivent aussi être générateurs de contenu externe (par exemple en s'assurant du contenu de Wikipedia sur leur territoire, en insérant des photos sur Flickr, en échangeant des infos sur Facebook).

Toutefois, il convient de les guider dans le choix des outils à investir en priorité.

- **Connaître l'environnement du web 2.0** et les **sites communautaires** les plus utilisés par les clients pour préparer leur séjour (panorama général : partage multimédia, réseaux sociaux, e-réputation, analyse des retombées)
- Etre **sensibilisé à l'utilisation des outils et aux enjeux du web 2.0** tout en étant guidé dans les choix à investir en priorité
- Entretenir une **veille technologique**
- Connaître le comportement, les **nouvelles attentes** et le process de navigation de l'e-touriste
- Disposer **d'exemples concrets d'utilisation du web 2.0** dans le tourisme

Il est proposé qu'à la fin du module de formation, une synthèse des points clefs à retenir soit remise 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.

Durée du module : 1 journée par groupe. 4 groupes.

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