

**CAHIER DES CHARGES**  
**ANNEE 2013**  
**PROGRAMME LOCAL DE FORMATION**

**Territoire concerné : Le Pays d'Oloron Haut Béarn**

**A. Contexte :**

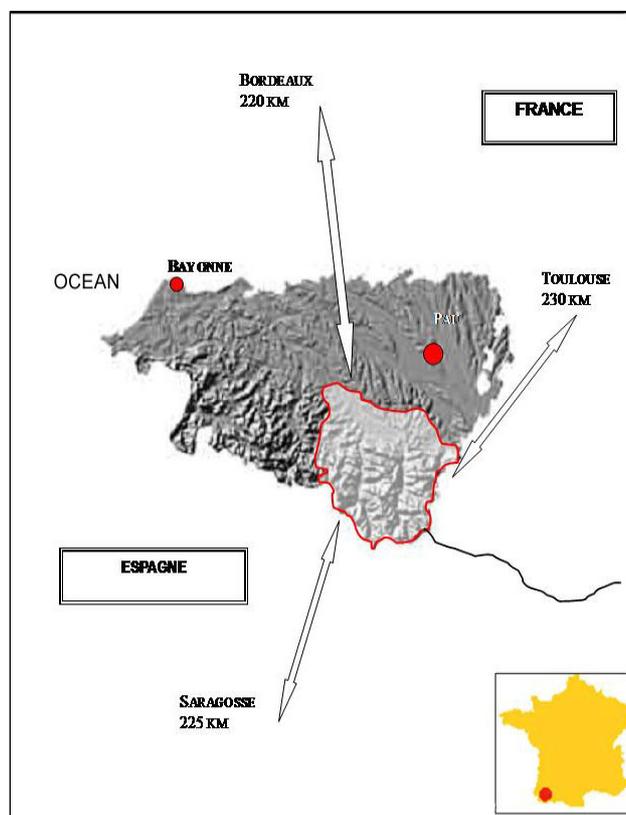
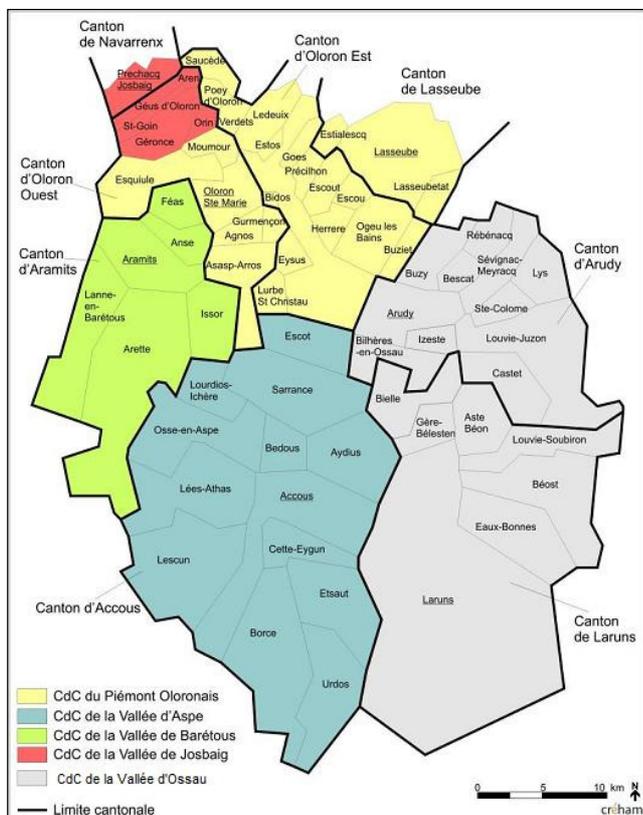
**a/ Le territoire Pays d'Oloron Haut Béarn :**

L'ensemble appelé en communication touristique « Pyrénées Béarnaises » est situé au sud des Pyrénées Atlantiques. Il est délimité :

- Au nord par les coteaux du Jurançon,
- A l'ouest par la Soule,
- A l'est par le département des Hautes Pyrénées,
- Une ouverture au sud vers l'Aragon et la Navarre constituant ainsi une zone frontalière avec l'Espagne.

S'étendant sur une superficie de 1650 Km<sup>2</sup>, ce territoire peut être découpé en quatre secteurs géographiques. On distingue :

- la zone du piémont oloronais,
- les quatre vallées d'Aspe, de Barétous, d'Ossau et de Josbaig



Le Pays d'Oloron - Haut Béarn est porté par le Syndicat mixte du Pays d'Oloron – Haut Béarn qui a pour objet l'élaboration, l'approbation, la mise en place du Pays ; le suivi et l'animation des actions du Pays ; les études et éventuelles maîtrises d'ouvrage, dans les domaines inscrits au Contrat de Pays, à l'échelle du Haut Béarn ; les actions et études ponctuelles menées, dans le cadre de ses compétences, pour des collectivités (non)adhérentes, sur tout ou partie de son territoire, par convention.

- **Population** : 41668 habitants
- **Superficie** : 1650 km<sup>2</sup>
- **Nombre de Communes** : 67 communes
- **Ville principale** : Oloron-Sainte-Marie

Concernant la structuration touristique du territoire, les vallées d'Aspe et de Barétous ainsi que le Piémont Oloronais disposent d'un office de tourisme avec une compétence intercommunale. L'organisation touristique de la Vallée d'Ossau est beaucoup plus complexe puisqu'il existe 3 offices de tourisme, à compétence communale pour Laruns, Eaux-Bonnes/Gourette et Arudy.

- 5 intercommunalités, dont 3 dotées de la compétence tourisme : Communautés de Communes des Vallées d'Aspe et d'Ossau ainsi que du Piémont Oloronais.
- 6 Offices de Tourisme en Haut Béarn :
  - Office de Tourisme du Piémont Oloronais (Office de Tourisme intercommunal - EPIC)
  - Office de Tourisme de la Vallée de Barétous (Office de Tourisme communautaire - EPIC)
  - Office de Tourisme de la Vallée d'Aspe (Office de Tourisme communautaire - association)
  - Office de Tourisme de Laruns (Office de Tourisme communal - EPIC)
  - Office de Tourisme d'Eaux-Bonnes/Gourette (Office de Tourisme communal - EPIC)
  - Office de Tourisme d'Arudy (Office de Tourisme communal - association)

### **b/ Stratégie et bases du projet interfilières 2011 – 2013 :**

Depuis 2009, les territoires du Pays d'Oloron Haut Béarn ont décidé de marquer davantage leur volonté de mener une politique de développement touristique en s'engageant dans des procédures de « Pôles Touristiques Pyrénéens ». Quatre pôles sont aujourd'hui identifiés sur le territoire :

- La Vallée d'Aspe
- La Vallée de Barétous
- La Vallée d'Ossau
- Le Piémont Oloronais : s'inscrit dans une procédure de pôle touristique associé

Sans remettre en cause les instances territoriales actuelles, il a été décidé de mettre en place une coopération entre ces 4 pôles touristiques pyrénéens afin de mutualiser les moyens affectés au tourisme et de contribuer à un développement touristique global. Le syndicat mixte du Pays d'Oloron Haut Béarn a été chargé de coordonner et d'animer cette coopération en développant un programme d'actions mutualisées. Le PLFI fait parti des outils mobilisés et permet ainsi de favoriser la volonté de professionnaliser les acteurs du territoire.

Il s'agit aujourd'hui de la 3<sup>ème</sup> année du PLFI.

En 2011, le PLFI portaient sur les thématiques suivantes : E Tourisme et Espagnol.

En 2012, la thématique e-tourisme a été reprise avec une évolution dans les modules. Un module sur le marketing de territoire a été rajouté.

Pour 2013, le PLFI se décline ainsi :

Axe 1. Marketing du territoire

Axe 2. Techniques de vente

## **B. Contenu 2013 :**

---

### **Axe 1 : Marketing du territoire**

Module 1 : spécial Offices de tourisme

« Mieux promouvoir les Pyrénées Béarnaises »

Code action : POHB.1. Appel d'offre ouvert.

#### **1. Les objectifs de la formation :**

Mieux connaître l'offre des Pyrénées Béarnaises, échanger sur les nouveautés de chaque territoire, maîtriser la stratégie marketing des Pyrénées Béarnaises et les 3 clientèles cibles (familles adeptes d'activités de pleine nature, accompagnants de sportifs et épicuriens), s'approprier le label Pays d'Art et d'Histoire.

#### **2. La méthode pédagogique à mettre en œuvre :**

Il s'agit d'une formation/action qui devra se faire de manière participative et ludique. Chaque Office de Tourisme bénéficiera d'un temps consacré à la présentation des nouveautés et des sites phares en fonction des clientèles cibles. Elle pourra prendre la forme d'un éductour sur le territoire.

#### **3. Les résultats attendus / finalités de la formation :**

L'enjeu lors de cette formation est d'apporter aux agents des Offices de tourisme les connaissances nécessaires pour qu'ils puissent faire la promotion de l'ensemble du territoire des Pyrénées Béarnaises.

Outre le travail lié à la connaissance du territoire, l'enjeu sera également de créer des liens et des réflexes de travail entre les agents des offices de tourisme.

#### **4. Evaluation et outil proposé :**

Il est proposé que la journée de formation se termine par une synthèse des points clés 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 PLFI.

Une évaluation à froid, sous forme de questionnaire en ligne, sera envoyée 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.

**5. Durée :**

Durée : 1 journée

**6. Effectif prévisionnel – nombre de groupes à constituer :**

2 groupes de 15 personnes.

**7. Public**

Salariés des Offices de tourisme.

**8. Période privilégiée :**

Le territoire d'Oloron Haut Béarn est un territoire à double saisonnalité. La période à privilégier est donc : avril – mai - juin

**9. Lieu(x) :**

La formation se déroulera sur le territoire du Pays avec possibilité d'être accueilli sur un site ou chez un prestataire touristique.

**10. Contenu de la réponse attendue :**

Le prestataire devra fournir les éléments suivants :

1. ses références en particulier dans le domaine du tourisme
2. ses compétences internes et externes
3. le contenu, les outils pédagogiques et les moyens mis en œuvre pour cette formation
4. la méthodologie et le phasage envisagés pour cette formation
5. la méthode d'évaluation de la mission
6. le coût global
7. les dates des journées de formation à proposer

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.**

## **Axe 1 : Marketing du territoire**

### **Module 2 : spécial Hébergeurs**

**« Mieux connaître les attentes clientèles pour augmenter son chiffre d'affaires »**

**Code action : POHB.2. Appel d'offre ouvert.**

#### **1. Les objectifs de la formation :**

Apporter une meilleure connaissance des attentes clientèles et présenter les conditions d'adaptation. Cette formation a également pour objectif d'élever le niveau de qualité des hébergements en incitant tout d'abord au classement mais aussi à la mise à disposition de services avant, pendant et après le séjour : mise en ligne des disponibilités, réservation en ligne, mise à disposition du wifi gratuit, sites d'avis etc...

Enfin, le dernier objectif est de faire évoluer leur vision-métier : ils ne sont pas simplement des logeurs mais des contributeurs touristiques et des promoteurs du territoire.

#### **2. La méthode pédagogique à mettre en œuvre :**

Il s'agit d'une formation action. Chaque participant devra pouvoir mettre en œuvre tout ou partie des recommandations apportées par le formateur pendant la formation.

#### **3. Les résultats attendus / finalités de la formation :**

L'enjeu premier lors de cette formation est d'augmenter le niveau de qualité du service rendu à la clientèle touristique.

Ensuite, l'enjeu est d'intégrer les hébergeurs dans une stratégie de territoire, et qu'ils deviennent à leur tour, acteur de cette stratégie.

#### **4. 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 PLFI.

Une évaluation à froid, sous forme de questionnaire en ligne, sera envoyée 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.

#### **5. Durée :**

Durée : 2 à 3 jours par groupe (suivant le déroulé pédagogique proposé par l'organisme de formation)

## **6. Effectif prévisionnel – nombre de groupes à constituer :**

1 groupe de 15 personnes.

## **7. Public**

Tous les propriétaires/gestionnaires d'hébergements touristiques.

## **8. Période privilégiée :**

Le territoire d'Oloron Haut Béarn est un territoire à double saisonnalité. La période à privilégier est donc : avril – mai – juin

## **9. Lieu(x) :**

La formation se déroulera sur le territoire du Pays avec possibilité d'être accueilli sur un site ou chez un prestataire touristique.

## **10. Contenu de la réponse attendue :**

Le prestataire devra fournir les éléments suivants :

1. ses références en particulier dans le domaine du tourisme
2. ses compétences internes et externes
3. le contenu, les outils pédagogiques et les moyens mis en œuvre pour cette formation
4. la méthodologie et le phasage envisagés pour cette formation
5. la méthode d'évaluation de la mission
6. le coût global
7. les dates des journées de formation à proposer

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.**

## Axe 2 : Techniques de vente

### 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).

### Module 3

« Intégrer les sites d'avis dans sa démarche commerciale »  
Code action : POHB.3. Appel d'offre ouvert.

#### 1. Les objectifs de la formation :

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), il s'agit aujourd'hui d'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.

#### 2. Les résultats attendus / finalités de la formation :

- Maîtriser les outils de veille
- Contrôler sa E-réputation
- Inciter les clientèles touristiques à poster des avis
- Automatiser les avis dans son process commercial

## Module 4

« Techniques pour être davantage visible sur Internet et augmenter son potentiel commercial »

Code action : POHB.4. Appel d'offre ouvert.

### **1. Les objectifs de la formation :**

Le référencement est un métier. L'objectif en 2 journées de formation est de pouvoir transmettre aux prestataires les premières clés de lecture de l'influence du web dans la pratique touristique et les bouleversements que cela occasionne dans le quotidien d'un prestataire touristique.

L'enjeu de cette formation est de savoir comment investir la toile efficacement à moindre frais.

Le contenu du module pourra se décliner en plusieurs points :

- L'avènement d'Internet et ses répercussions dans le secteur du tourisme (cycle du voyageur : attentes et comportements avant, pendant et après séjour)
- L'enjeu de la mobilité
- Les clés du référencement naturel : la rédaction sur Internet, l'univers Google...
- La distinction référencement naturel / payant : avantages, inconvénients

### **2. Les résultats attendus / finalités de la formation :**

Ils sont de plusieurs ordres ; acquérir une culture générale du web, améliorer la visibilité de sa structure sur Internet notamment via le moteur de recherche Google, être en capacité de comprendre les actions à mener et les moyens d'évaluer leurs retombées.

## Module 5

« Optimiser sa relation clientèle par l'emailing »

Code action : POHB.5. Appel d'offre ouvert.

### **1. Les objectifs du module :**

Maintenir une relation clientèle efficace via Internet peut se traduire sous diverses formes (campagne Emailing, envoi d'une newsletter, recueil d'avis (cf. module POHB.3), stratégie Facebook...)

L'objectif premier de ce module est de renforcer la relation clientèle via l'Emailing et de l'inscrire dans son quotidien professionnel. Face à la masse d'informations à laquelle le touriste se confronte dans ses recherches sur le web, il apparaît important de l'accompagner et d'instaurer une relation de confiance et de qualité avec lui avant, pendant et après son séjour.

### **2. Les résultats attendus / finalités de la formation :**

Les participants seront, après la formation, en mesure de :

- Réaliser des campagnes emailing (prospection/fidélisation) en ayant pris soin de définir le message, la cible et la fréquence
- Traiter les emails dans une approche commerciale
- Organiser et automatiser l'entretien d'un fichier client

## Module 6

« Appréhender la notion d'Internet de séjour et offrir le wifi gratuit à ses clients dans le cadre de sa stratégie commerciale »

Code action : POHB.6. Appel d'offre ouvert.

### **1. Les objectifs du module :**

Partant du postulat que le vacancier souhaite de plus en plus rester connecté lors de ses vacances, l'accès au wifi gratuit devient un moyen pour une structure touristique de se différencier par rapport à la concurrence. Cette composante est aujourd'hui un facteur de choix, et notamment dans la réservation d'un hébergement touristique. L'enjeu de cette formation sera dans un premier temps d'appréhender la réglementation et les possibilités techniques existantes. Ensuite d'être initié à la notion d'Internet de séjour.

### **2. Les résultats attendus / finalités de la formation :**

Ils sont de plusieurs ordres :

- Les aider à concevoir une offre wifi dans sa stratégie globale de séjour
- Leur montrer que le wifi peut être un facteur concurrentiel décisif
- Leur expliquer comment le wifi peut être à la base de services complémentaires accessibles via les smartphones et les tablettes numériques
- Reconsidérer le site Internet comme une plateforme de séjour pour vos clients

## Module 7

« Les fondamentaux de la vente en ligne »

Code action : POHB.7. Appel d'offre ouvert.

### **1. Les objectifs du module :**

Permettre de mettre en application une démarche de marketing au sein d'une structure touristique. L'enjeu est de mieux faire comprendre le cycle du voyageur aux participants (attentes et comportements avant, pendant et après séjour) et de pouvoir ensuite répondre plus efficacement à la question du « comment se vendre ». Le discours du formateur devra être adapté pour des structures de taille modeste.

Le contenu du module pourra se décliner en plusieurs points :

- Les bases du marketing expliquées de manière simple et rapide : définition de son produit, de sa politique tarifaire, observation et identification de ses clientèles, rédaction de son argumentaire de vente, intégration des attraits touristiques de son territoire dans sa démarche commerciale,
- Les supports pour se vendre,
- Les étapes pour mener une stratégie de vente en ligne
- Les plateformes de la vente en ligne (privées et institutionnelles)
- Les différents systèmes de paiement en ligne (carte bleue, paypal etc...)

### **2. Les résultats attendus / finalités de la formation :**

Etre en capacité de définir sa stratégie de vente en ligne et pouvoir le faire techniquement.

## **Pour les 5 modules :**

### **3. La méthode pédagogique à mettre en œuvre :**

Il s'agit d'une formation action. Elle devra nécessairement débiter par des mises en situation pour mieux comprendre le fonctionnement de recherche et d'achat des internautes, ainsi que leurs attentes. Chaque participant devra pouvoir mettre en œuvre tout ou partie des recommandations apportées par le formateur pendant la formation.

### **4. 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 PLFI. Une évaluation à froid, sous forme de questionnaire en ligne, sera envoyée 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.

### **5. Durée :**

2 jours par groupe

### **6. Effectif prévisionnel – nombre de groupes à constituer :**

1 groupe pour chaque module / 15 personnes par groupe

### **7. Public :**

Tous les professionnels du tourisme du territoire.

### **8. Période privilégiée :**

Le territoire d'Oloron Haut Béarn est un territoire à double saisonnalité. La période à privilégier est donc : juin - septembre – octobre - novembre

### **9. Lieu(x) :**

Les différents modules se dérouleront sur le territoire du Pays suivant les possibilités qu'offre ce dernier en matière d'accueil.

### **10. Contenu de la réponse attendue :**

Le prestataire devra fournir les éléments suivants :

1. ses références en particulier dans le domaine du tourisme
2. ses compétences internes et externes
3. le contenu, les outils pédagogiques et les moyens mis en œuvre pour cette formation

4. la méthodologie et le phasage envisagés pour cette formation

5. la méthode d'évaluation de la mission

6. le coût global

7. les dates des journées de formation à proposer

Le prestataire pourra indiquer les formations qu'il a mises en œuvre ayant une finalité similaire ou proche de celle-ci.

**En résumé :**

<b>Modules 2013</b>	<b>Nb de groupe et de journée de formation par groupe 2013</b>
Module.1	2 groupes 1 journée par groupe
Module.2	1 groupe 2 à 3 journées par groupe
Module.3	1 groupe 2 journées par groupe
Module.4	1 groupe 2 journées par groupe
Module.5	1 groupe 2 journées par groupe
Module.6	1 groupe 2 journées par groupe
Module.7	1 groupe 2 journées par groupe

**C. Le référent territoire du PLFI :**

**Laure Noussitou**

Chargée de mission tourisme

**Syndicat mixte du Pays d'Oloron Haut Béarn**

13, avenue Sadi Carnot ☐ 64400 Oloron-Sainte Marie ☐ Tél: 05 59 39 55 96

[laure.noussitou@oloron.hautbearn.fr](mailto:laure.noussitou@oloron.hautbearn.fr)