

# Reporter de territoire : vers un nouveau métier

**Produire des photos et vidéos de qualité et les diffuser efficacement dans le cadre d'une stratégie de contenu est devenu essentiel dans la communication et la promotion touristiques. La formation de reporter de territoire lancée par la Mopa permet d'obtenir des contenus informatifs et attractifs, adaptables à divers canaux de distribution et susceptibles de séduire des segments de clientèle.**

L'office de tourisme (le CRT, l'ADT) doit maîtriser l'information diffusée sur sa destination et lui donner du sens grâce à des contenus identitaires, raconter une histoire en utilisant l'image et le son. L'image est un outil au service de la stratégie de valorisation d'un territoire.

La Mopa (Mission des offices de tourisme et pays touristiques d'Aquitaine) a créé, en 2013, un parcours de formation professionnelle intitulé Reporter de territoire, dont l'objectif est de produire des contenus et des visuels de qualité et de savoir les diffuser. Ce parcours de dix ou douze jours concerne les salariés institutionnels du tourisme aquitain et se déroule en sessions de deux jours avec mise en pratique des connaissances entre celles-ci. L'Aquitaine, où la 4<sup>e</sup> session est en cours, devrait compter soixante reporters de territoire en 2015. Toutes les étapes techniques de la production sont abordées pour acquérir des compétences en matière de contenus destinés au Web. La formation affine le regard porté sur un territoire et apporte des connaissances techniques sur la photo, le son et la vidéo, qui permettent de mieux vendre le territoire. La formation permet de disposer de clefs pour rédiger des appels d'offres et dialoguer avec des professionnels. Elle valorise le stagiaire au sein de sa structure et peut contribuer à l'évolution de son poste. Financée grâce à la mobilisation par Agefos-PME de fonds « période de professionnalisation », elle a essaimé, via les relais territoriaux régionaux, en Limousin, en Poitou-Charentes, en Languedoc-

Roussillon, en Pays de la Loire et en Corse.

« Les photos et les vidéos sont au centre de la promotion touristique en ligne et de la stratégie de contenu, rappelle **Fabien Raimbaud**, chargé de professionnalisation à la Mopa. La promotion de contenus multimédia devient de plus en plus essentielle dans la communication des territoires. Il y a une attente particulière sur cette compétence dans le réseau des offices de tourisme.

## *Curiosité et créativité*

Le reporter de territoire couvre les événements à connotation touristique, il s'appuie sur son ancrage territorial pour donner des clés de sa destination et inciter à rêver. Il va à la rencontre des acteurs pour témoigner d'un savoir-faire, d'un événement, d'un vécu. Sa recherche fait émerger des facettes inattendues de son territoire. »

À l'issue de la formation, le stagiaire ne maîtrise pas pleinement la photo et la vidéo, mais il est capable d'identifier les éléments de contenus à mettre en scène sur son territoire. Il possède les bases du storytelling et des techniques de web éditorial et peut

rédiger sur un site web. Il maîtrise les règles de la prise de vue (photo et vidéo), réalise de façon autonome une vidéo, connaît les bases de la propriété intellectuelle et du droit à l'image. Il diffuse ses contenus sur différents supports en ligne et dialogue plus efficacement avec un prestataire professionnel.

L'office de tourisme doit prévoir un budget d'équipement (smartphones, tablettes, appareils photo-vidéo numériques...). Les logiciels utilisés sont open source.

## Le réseau au service du réseau

En 2015, la Mopa organise la première édition du « Challenge des reporters de territoire d'Aquitaine » qui consiste à proposer à un office de tourisme, un pays touristique ou une collectivité de bénéficier de la compétence des reporters de territoire aquitains pour couvrir un événement majeur (les candidatures sont closes). Les reporters de territoire voteront pour retenir, parmi les onze territoires candidats, les deux projets pour lesquels ils produiront des contenus. Ces deux territoires bénéficieront à moindre coût

### Les axes du programme aquitain

- Construire sa stratégie de reporter de territoire, initiation à la photographie, écrire son synopsis vidéo, produire une vidéo, connaître l'environnement juridique, savoir faire appel à un prestataire extérieur, le suivi et le montage des productions, la mise en ligne des contenus.
- En début de formation, l'accent est mis sur la réflexion préalable nécessaire pour construire une véritable stratégie de création et de diffusion de contenus dans une structure.

d'une compétence issue du réseau et d'une production de contenus (vidéos, photos, rédactionnels d'accompagnement des images), et l'équipe de reporters volontaires (5 personnes) poursuivra son apprentissage sur le terrain. Le territoire d'accueil prend en charge les frais de restauration et d'hébergement des reporters de territoire. La Mopa, avec ses partenaires financeurs, a programmé une journée de coaching-formation des reporters de territoire pendant l'événement afin d'optimiser la qualité de la prestation.

### Terre & Côte Basques : être réactif

« Terre & Côte Basques (qui fédère les offices de tourisme du Pays de Saint-Jean-de-Luz Hendaye, Pyrénées-Atlantiques) externalisait sa production de contenus vidéo et photo, raconte **Beñat Ayçaguer**, chargé d'animation et de développement du numérique (et ANT). Nous avons perçu l'intérêt de monter en compétence en matière de production multimédia et le complément d'information apporté par la formation nous a paru pertinent. Cette formation (12 jours) a été positive au niveau de l'apport théorique et de la mise en pratique et a représenté une étape constructive dans ma manière de travailler. Elle m'a permis, d'une part d'acquérir un vocabulaire spécifique ainsi que les bases techniques. Maîtriser ce vocabulaire et disposer d'une plus grande aisance sur le volet technique facilitent les relations avec les agences de production de contenus. D'autre part, j'assure, depuis la formation, la production interne de vidéos diffusées sur notre chaîne YouTube et d'autres sur la chaîne pro. L'une de ces vidéos, sur la vague géante Belharra qui se lève au large d'Urrugne et attire les meilleurs surfeurs mondiaux, a constitué un véritable « coup »

médiatique. L'office a loué un bateau, nous avons filmé la vague et sorti la vidéo avant tous les autres médias. Les images et le logo de Terre & Côte Basques ont été repris par de nombreux supports et la vidéo a généré 450 000 vues. L'audience apportée par ce contenu viral a suscité une surconsommation des vidéos promotionnelles et touristiques de notre chaîne YouTube, avec une fréquentation plus que doublée. Notre site Internet a réalisé un très bon score sur la première semaine de janvier (+ 10%), en lien avec la vidéo.

Suite à la formation, l'office a accueilli un vidéaste de la plateforme Vimeo (partage de contenus qualitatifs) qui a réalisé une vidéo ayant suscité 20 600 vues depuis le 31 janvier 2015.

Internaliser la compétence multimédia permet de couvrir des événements d'actualité en temps réel et de produire du contenu qui peut être disponible, par exemple, sous forme d'images d'ambiance pour illustrer des reportages. **L'internalisation de la production de contenus s'insère dans notre stratégie de communication.**

### *Des bases à approfondir*

Toutefois, la prise d'images, le cadrage, le montage, la photographie et la rédaction constituent des métiers et une formation de douze jours ne fait que survoler de multiples compétences. Se pose ensuite la question de leur approfondissement et celle de la réorganisation interne indispensable à la mise en œuvre des compétences acquises.

La création de contenus de qualité est indispensable pour générer des vues et avoir un retour sur investissement suite à une formation longue. Il faut donc disposer de temps. Ainsi, la création d'une vidéo comme *Petite randonnée et grandes énigmes* ou *Le métier de tisserand* a nécessité une à deux demi-journées de

tournage et un à deux jours de montage.»

### OT du Marsan : animer les réseaux sociaux

« L'objectif était de me former à la création de contenu multimédia en lien avec la stratégie numérique de l'office de tourisme, afin d'alimenter les réseaux sociaux (Facebook, Twitter, Instagram...), précise **Carine Couerbe**, responsable communication et promotion à l'office de tourisme du Marsan (Landes). L'office, très présent sur Facebook qui permet d'avoir une interaction avec le public local, les vacanciers ou les touristes de passage, réalise des campagnes sponsorisées.

La formation suivie en 2013 (12 jours répartis sur un an) a commencé par un rappel des bases en matière de web éditorial et de stratégie à mettre en place au niveau de l'office participant, afin d'identifier les contenus à développer. Nous avons travaillé sur le droit à l'image, sur la rédaction d'un synopsis vidéo, acquis les bases du tournage et du montage vidéo, de la prise de vue et de la retouche photo, du storytelling et appris à rédiger un cahier des charges. La commande de reportages photos et vidéos à des professionnels est facilitée par les connaissances acquises.»

### OT Pays d'Ancenis Val de Loire : savoir raconter

« Les offices de tourisme doivent améliorer leurs compétences en matière de création de contenus (Web, réseaux sociaux, brochures, prestataires) et mieux appréhender des nouveaux métiers émergents, rappelle **Céline Grasset**, directrice adjointe à l'office de tourisme du Pays d'Ancenis Val de Loire (Loire-Atlantique). J'ai participé à la première session reporter de territoire proposée en Pays de la Loire en 2014-2015 sur douze jours.

Cette formation m'a apporté de nouvelles compétences en matière d'écrit, d'image, de son et de vidéo, avec une mise en pratique dans le cadre de la couverture d'un événement. Elle donne une base solide et des clés permettant d'aborder ce nouveau métier qui consiste à raconter son territoire afin de donner aux touristes potentiels l'envie d'y vivre une expérience.

Le reporter de territoire doit adopter une démarche d'investigation, se constituer un réseau de personnes ressources selon les thématiques à explorer et peut faire appel à des compétences présentes dans ce réseau pour enrichir les contenus produits par l'office sur les différents supports.

Mettre en pratique les compétences acquises dans cette formation professionnalisante et innovante nécessite du temps. Le manager et le stagiaire doivent en être conscients afin de rentabiliser cet investissement au service de la structure, du territoire et de ses clientèles.»

### ADT Gironde : gagner du temps

« Mon poste, qui concerne la presse web, les réseaux sociaux et les relations avec les influenceurs, ainsi que le community management, nécessite de créer des contenus de qualité, explique **Anne Quimbre**, attachée de presse et community manager à l'ADT Gironde.

J'ai effectué la formation en 2014 (3<sup>e</sup> session). Le volet technique est important, par exemple pour savoir utiliser au mieux un appareil photo et un smartphone afin de produire des vidéos et des photos de qualité. Mon smartphone est devenu mon principal outil de travail. Nous avons également appris à monter des vidéos. Sans oublier les techniques rédactionnelles permettant d'être synthétique, percutant et d'utiliser des mots clés. La diversité des métiers

abordés suscite l'envie d'approfondir les connaissances (vidéo, référencement...).

**La formation m'a beaucoup apporté dans l'élaboration de contenus, ce qui me permet de travailler plus rapidement.** Le webmaster/vidéaste de l'ADT, qui a suivi la formation avec moi, s'attache plus particulièrement à la vidéo tandis que je centre mon action sur la photo et sur la relation avec les influenceurs. La formation génère des idées nouvelles pour faire créer du contenu, notamment par des blogueurs, en identifiant ces derniers et en organisant des concours photos sur Instagram.

Le secteur numérique évoluant très rapidement, la formation nous a fourni des références (outils, sites spécialisés) pour rationaliser la veille. **Il faut se former à la veille pour gagner du temps ensuite.** »

### OT du Grand Villeneuvois : évoluer

« Depuis 2013, le nouvel espace d'accueil de l'office donne une large place au numérique, avec six écrans qui mettent en valeur le magazine numérique créé à cette occasion, et j'ai effectué cette formation en 2014 afin de pouvoir réaliser ce magazine numérique à thématique annuelle, raconte **Gautier Rosso**, chargé du patrimoine et du développe-

ment à l'office de tourisme du **Grand Villeneuvois** (Lot).

Outre l'apport de compétences en matière de photo et de vidéo, ce parcours m'a permis de porter un nouveau regard sur le territoire, sur la manière de le valoriser, de trouver des angles plus ludiques, moins institutionnels. Elle facilite la commande d'un reportage. Pour le deuxième numéro du magazine, j'ai accompagné le prestataire et mis en forme les reportages livrés. La qualité de la formation et l'équipement disponible à l'office (environ 2 000 € d'investissement : appareil photo/vidéo, pied photo, enregistreur de sons, logiciel de montage...) devraient me permettre de réaliser ce magazine en interne. J'ai assuré des reportages vidéo sur les animations réalisées par l'office de tourisme. Il est également possible de proposer ces services aux socioprofessionnels du territoire. Je souhaiterais compléter ma formation en technique vidéo.

Lorsque le reporter de territoire fournit du contenu quotidiennement, il doit dégager du temps. Auparavant, j'étais très présent sur le terrain pour des animations, des visites, de la médiation. Une collègue a pris le relais sur ce volet et j'ai été libéré d'autres missions afin de pratiquer l'activité de reporter de territoire. Je pense qu'il pourrait y avoir, à terme, matière à consacrer un temps plein à ce nouveau métier. » ■

#### Repères

- Le titre chargé de projets e-tourisme déposé par **Offices de Tourisme de France** et reconnu par le Répertoire national des certifications professionnelles prévoit un bloc de compétences sur la production de contenus.
- Offices de Tourisme de France n'a pas mis en place de référentiel national ni d'habilitation d'organismes de formation en amont de la création du titre chargé de projets e-tourisme.
- Pour le moment, le référentiel de la formation reporter de territoire diffère selon les organismes de formation, notamment sur la durée (8 à 12 jours).