

COMPTE RENDU DE LA RENCONTRE AVEC LES PROFESSIONNELS DU TOURISME VENDREDI 2 MARS - 9h30 - SALLE ROGER HANIN

Adhérents Présents : CAMPING AZU RIVAGES - CAMPING LE TUC - CLUBS BELAMBRA PINSOLLE ET PIGNADA - CLUB DE VOILE SOUSTONS MARENSIN - FRAMISSIMA NATURE SAS - SARL BEGARDES CONSERVERIE ARTISANALE - SARL CAMPING DE BATHURT - SARL DEHIOU HOTEL RESTAURANT - SC TOURISTRA LE LAC MARIN - UCPA PORT D'ALBRET - VELOLOC

Intervenante extérieure : Véronique Saucès, chef de projet du Cap40 pour le CDT

Office de Tourisme : Henri Laviole, Hélène Rigal, Cathy Miremont, Laurent Goubert

Adhérents Excusés : AIRE NATURELLE AU BREUT - ARTIGA SARL - AU FOURNIL DE JEAN-RENE - AUBERGE DES PINS - AUBERGE DU SOLEIL - AUBERGE BATBY - CAMPING BIREBEN - CAMPING LA PAILLOTTE - CAMPING LES PLATANES - ETS DUPERIER ET FILS - SARL JEANOT HOTEL DU CENTRE - PIERRE ET VACANCES

Adhérents Absents : CENTRE SPORTIF DE L'ISLE VERTE - CAMPING L'AIRIAL - GOLF DE PINSOLLE - HOTEL LES GOURMANDINES - LES DELICES DE DARRIGADE - NEW BIKES - VILLAGE ODALYS CAMPING - CLOWN OCEAN - CAMPING LE HAUD'ICI - CAMPING DE PESSON

Sur 33 personnes conviées, 12 étaient donc excusées et 13 nous ont fait le plaisir de venir nous rencontrer. La réunion a débuté à 9h45. Durée : 2h15

(1 seule structure marchande non adhérente en hébergement touristique sur Soustons.)

NOS OBJECTIFS

L'idée est de sensibiliser les professionnels au développement de la qualité de l'offre de notre territoire à travers : la présentation des différentes actions du plan 2012 du Comité Départemental du Tourisme, la sensibilisation aux nouvelles normes, la proposition d'un partenariat renforcé avec l'Office de Tourisme et enfin mieux se connaître pour mieux engager des actions communes.

DEROULE DE LA RENCONTRE

Elle a eu lieu dans la salle annexe de la salle Roger Hanin car nous n'avons pas de salle assez grande à l'Office de Tourisme.

Le support distribué est un dossier complet reprenant le Powerpoint préparé.

Ce powerpoint n'a pas été déroulé lors de la réunion car cette salle ne peut être occultée totalement. Cela est un problème qui a été relevé par plusieurs personnes et qui sera rédhibitoire dans le cadre d'une réception ou réunion de Tourisme d'Affaires.

Une pochette comprenait aussi les guides touristiques, un programme du Printemps des Landes, une fiche d'appréciation de la réunion.

① Accueil par le Président Henri Laviole qui remercie chaleureusement tous les présents qui participent à une première réunion du genre. Il se présente et précise qu'il est important de faire évoluer l'image des Offices de Tourisme, leur travail, leurs missions et que le rôle de l'OT est aussi de fédérer et d'initier des partenariats.

② Tour de table pour se présenter

③ Introduction par Hélène Rigal qui remercie vivement à son tour les nombreux présents et précise que les échanges seront les bienvenus tout au long de la présentation.

Dans un contexte fortement concurrentiel et incertain, il faut trouver une cohésion territoriale et fidéliser, attirer de nouvelles cibles ou des clientèles spécifiques. Les schémas ou plans d'actions divers ouvrent des horizons et la commune de Soustons s'emploie à développer les outils publics. L'Office de Tourisme doit être un coordinateur, un relais de l'information et des actions et le prestataire doit jouer pleinement son rôle d'ambassadeur.

Selon l'intérêt porté à certains sujets d'autres réunions pourront être organisées de façon plus ciblées (par filières) ou personnalisées (directement sur site) avec les conseillers de l'Office de Tourisme, les chargés de mission respectifs du CDT ou de la Communauté de Communes MACS.

Thème exposé :

④ Intervention de Cathy sur **les classements et labellisation** des hébergements touristiques. Constat est fait de 15 structures classées sur 18 avec le classement préfectoral antérieur et à notre connaissance, 4 sont à ce jour classées selon les nouveaux critères instaurés depuis la loi du 22 juillet 2009 sur le développement et la modernisation des services touristiques. Après le 23 juillet 2012, les anciens classements seront caducs (sauf pour les campings au 30 octobre).

Nous notons que Le Camping Le Tuc et Belambra La Pignada sont aux nouvelles normes, que Azu Rivage passe l'audit courant Avril, que Touristra Le Lac Marin et le Belambra Domaine de Pinsolle postulent pour l'Eco Label tandis que l'UCPA l'a déjà, l'Hôtel Restaurant Dehiou envisagera les choses en 2013.

Le Label Tourisme et Handicap et la Marque Qualité Tourisme sont aussi des gages de reconnaissance par le public à ne pas négliger. C'est un positionnement concurrentiel.

On remarque que souvent on confond accessibilité et labellisation quand on parle du Tourisme et Handicap. Les critères de classement obligent une accessibilité mais ce n'est pas une labellisation. La plupart du temps, il ne manque pas grand-chose pour obtenir le label et cela n'est pas un gros investissement, cela revient à labelliser ce qui fonctionne déjà. L'Office de Tourisme édite un guide « Ville pour Tous » qui permet d'aiguiller les clientèles concernées.

La Marque Qualité Tourisme s'obtient selon un plan qualité adapté à chaque filière ou à travers l'adhésion à des chaînes déjà engagées dans la démarche au niveau global.

Le CDT met en place des accompagnements pour constituer les dossiers.

La Vélodyssée qui descend tout le littoral Atlantique de Roscoff à Hendaye sera inaugurée le 30 juin 2012. Cette Vélodyssée va permettre une croissance de l'activité vélo sous toutes ses formes et donc du développement au niveau local.

Il est proposé **un label Accueil Vélo** pour répondre aux demandes spécifiques des cyclistes et nous joignons la fiche technique et le référentiel du label. La MACS en charge de la sensibilisation sur notre secteur auprès des différents hébergements (premiers concernés) a envoyé le dossier complet en amont de notre réunion.

L'idée de sensibiliser les professionnels à toutes ces démarches a pour but de montrer que :

- ce n'est pas inatteignable si on ne s'y prend pas tout seul au dernier moment
- que la Ville de Soustons doit se positionner sur son propre classement en Commune Touristique ou **Station de Tourisme Classée**, dès fin 2013 et qu'elle fait des efforts pour cela puisqu'elle vient d'être labellisée « Commune Sport Pour Tous ».
- que les acteurs privés peuvent aussi participer à ces enjeux par leurs choix qualitatifs
- que les enjeux économiques sont importants.

Echanges :

Q : En 2015 tous les établissements devront être aux normes exigées, à quoi tous ces labels peuvent-ils servir ? Pourquoi chercher la norme systématiquement ? Q'apporte le classement en Station de Tourisme Classée aux prestataires ?

R : Encore une fois, le classement (la norme) ou une labellisation ne sont pas des obligations, et reposent sur le volontariat. Il s'agit de communiquer et de valoriser l'image à travers des labels à forte reconnaissance par le public, gages de qualité, ainsi que d'accéder à tous les supports, notamment Internet, sur lequel les institutionnels ne prennent pas en compte les établissements non classés.

Le public est sensible aux Labels éco responsables et au Tourisme Vert qui deviennent de véritables critères de choix.

Il faut miser sur l'avenir et commencer les démarches maintenant pour être prêts en 2015.

Les villes ont des choix stratégiques à valider dès aujourd'hui pour valoriser leur offre et permettre des retours sur investissements aux différents acteurs.

Q : Les professionnels ne comprennent pas pourquoi ils ne sont pas consultés sur des sujets tels que la création de labels, avant de rédiger un référentiel aux critères exigeants (comme le label Accueil Vélo). Quel impact, sur quel public ? Quelles études viennent en appui ? Rien ne leur a été divulgué non plus sur les moyens engagés en terme de communication. Le cahier des charges est très contraignant.

R : La communication du Comité Départemental et de MACS a peut-être été faite à l'envers, les remarques seront remontées par l'intervenante du CDT présente. Il ne faut pas perdre de vue qu'au niveau national les moyens engagés sont très importants et que même si tous ces engagements peuvent être vécus comme des contraintes supplémentaires, cela reste de l'investissement sur le long terme. Framissima Nature recevra les chargés de mission de MACS.

Conclusion :

Soustons a des forces incontestables, tous les modes d'hébergements sont représentés. Il y a un an, la ville totalisait 80 % d'unités classées (70 % recommandés). Toutefois, l'une de ses faiblesses concerne la labellisation des hébergements puisque pour accéder au classement, l'offre hôtelière labellisée ou marquée doit représenter **40% du nombre de chambres, ce qui n'est pas le cas.**

Thème exposé :

⑤ Internet s'est imposé comme un média incontournable dans l'organisation des séjours touristiques. (Voir chiffres des Cabinets Opodo et Raffour Interactif).

Le Conseil Général (par le Comité Départemental du Tourisme) a donc décidé d'accompagner vers la vente en ligne le plus grand nombre d'acteurs touristiques du département.

L'objectif est clair : répondre à la demande de la clientèle individuelle sur l'accès à des disponibilités en temps réel et à l'achat en ligne de prestations touristiques et ce, 24h/24.

La solution choisie par le département s'appelle **Résinsoft**. C'est un outil déjà utilisé sur les départements de la Gironde et des Pyrénées Atlantiques qui permet aux professionnels de gérer leurs disponibilités et la vente en ligne soit sur leur site grâce à l'intégration de ce que l'on appelle une marque blanche (bouton de réservation), soit sur le site du CDT et sur celui de l'OT (courant 2012/2013).

Pour récapituler, tout prestataire souhaitant **commercialiser en ligne** son hébergement :

1/ prend contact avec son Office de Tourisme

2/ signe une convention de production définissant les missions/obligations de chacun

3/ utilise Résinsoft grâce à un code d'accès et un mot de passe (que fournit l'OT)

De plus, l'outil permet de traiter des dossiers clients, créer et suivre des dossiers de vente, gérer les factures, élaborer des statistiques....

Donc l'outil est gratuit, mais il est demandé 50 € par an pour le travail effectué par l'Office de Tourisme qui crée le compte et complète la mise en ligne du produit. Un coût peut aussi être évoqué avec le fournisseur du site Internet pour inclure certaines options.

Le CDT peut suivre la mise en ligne et proposer une formation pour utiliser le compte.

Ceux qui sont intéressés par cette offre doivent contacter l'OT.

Echanges :

Q : Comment font ceux qui ont déjà une centrale de réservation ?

R : Il existe plusieurs « passerelles » déjà en fonctionnement. Dans ce cas là, le prestataire n'a rien à faire. S'il préfère en plus gérer ses disponibilités sur site, il peut faire la démarche complète.

Conclusion :

Le site du CDT devient une interface pour travailler en direct et booster les étapes Prestataire ⇒ Client ⇒ Achat.

Thème exposé :

⑤ Véronique Saucès est en charge du dossier CAP40, **le Club Landais du Tourisme d'affaires et des évènements professionnels**, mis en place depuis le mois de Novembre 2011 par le CDT.

Le constat est que les Landes sont en retard sur cette clientèle très spécifique et très exigeante et qu'il y a pourtant du potentiel au regard des évolutions des demandes. Le budget alloué par les entreprises serait moins important, ce qui positionnerait le département sur un créneau concurrentiel intéressant. Ce marché pourrait aussi contribuer au développement des ailes de saison.

Il s'adresse au Meublé de Tourisme comme à la grande structure d'hébergement.



Le CDT engage 80 000 € et opte pour un barème d'adhésion qui permettra un fort engagement et une forte communication. Il sera la tribune des professionnels, la « centrale d'achat », alimentera une base de données et permettra une véritable visibilité de l'offre.

20 adhérents forment déjà le Club landais, une réunion est prévue par trimestre.

La Communauté de Communes s'est impliquée pour permettre aux Offices de Tourisme de bénéficier au moins d'ateliers d'initiation gratuits.

Comment concrétiser des contrats ou des cotations ?

Il faut faire un diagnostic précis des infrastructures publiques pour être réactifs.

Echanges :

Q : Il est notoire que la clientèle dite d'affaires est à 80 % dirigée vers Paris et Nice. Les Clubs Belambra font un chiffre de 20 % grâce aux seuls séminaires.

Il reste le côté réhibitoire des transports totalement inexistant sur les périodes en dehors de l'été et l'acheminement sur de grandes distances.

R : On pourrait penser que le Centre de Séminaires de Moliets est au bout du monde. Pourtant, même sans posséder tous les atouts sur place, c'est le genre de site de plus en plus recherchés par les organisateurs d' « Incentives ». Il faut avoir la capacité de trouver « les plus » qui font la différence.

Conclusion :

La réunion d'aujourd'hui permet un raccourci non négligeable dans l'information et la prise de conscience du potentiel de Soustons vers ces nouvelles cibles de clientèles.

Thème exposé :

⑥ Hélène Rigal pense qu'un **partenariat global** sur des points majeurs pourrait être mis en place très facilement dans le cadre du Contrat QLAS (Qualité des Locations et de l'Accueil Soustonnais) déjà formalisé depuis 2006 avec les Loueurs en Meublé de Tourisme.

5 engagements simples et gratuits de part et d'autre, une signature pour s'impliquer dans la démarche, qui serait caduc le jour où le prestataire ne serait plus adhérent : une sorte de **charte de l'adhérent simple et gratuite** qui permettrait un échange régulier de données et dont tout le monde pourrait récupérer les synthèses annuelles :

- nous informer des offres promotionnelles et des « actualités » pour développer la visibilité de chacun grâce à la fiche de promotion que nous fournissons.
- faire remonter les suggestions ou remarques des clientèles pour donner du sens
- nous communiquer les observations de la fréquentation sur les « autres saisons », pour connaître nos clientèles, développer de l'évènementiel adapté, calculer le poids du tourisme sur la station....avoir des chiffres représentatifs à regrouper globalement ou par filières.
- échanger sur la connaissance du territoire, les circuits hors sentiers battus, être un véritable ambassadeur de l'offre touristique (2 demi-journées de rencontres)
- mettre en avant les animations gratuites valorisant le terroir et les traditions et prendre les inscriptions pour le Printemps des Landes, les randonnées, les Journées Tourisme en Espace Rural.... Le contenu du Contrat sera validé par notre Groupe Local Qualité lors de sa prochaine réunion et il suffira de le retourner dûment signé.

En parallèle, nous informons que nous réitérons notre questionnaire de satisfaction déjà mis en place en 2010. Il avait permis de récolter 472 avis et adresses de clients, soit un panel suffisamment représentatif. Nous le mettons en place d'Avril à Octobre 2012, associé à un tirage au sort, permettant de gagner des séjours.

A ce sujet, nous lançons la recherche de dotations. Si vous êtes intéressés, contactez nos services. Nous cherchons des séjours d'une semaine pour des familles de 4 personnes.

Vous bénéficiez donc d'une communication supplémentaire.

Thème exposé :

⑦ En dehors des informations destinées aux touristes, des newsletters ponctuelles, aucun outil ne permettait jusqu'à présent de communiquer en continu vers nos adhérents sur les grandes lignes des actions menées sur le territoire.

Un **Espace Pro Soustons** a vu le jour, Internet restant la solution la plus exhaustive, rapide et efficace.

Le site est réalisé sous Jimdo, il est en ligne, mais nous communiquerons l'adresse par News, puisque nous faisons déjà évoluer la première version. Bien surveiller ses mails !
 Le plan du site se découpe en 10 grandes rubriques et plusieurs sous rubriques.
 L'objectif est :
 - de transmettre les informations générales sur le fonctionnement de l'Office de Tourisme, sur les projets à courts termes, sur la qualification de l'offre, sur les statistiques, sur les supports de communication
 - de permettre de télécharger les documents relatifs aux domaines qui intéressent
 Il concerne tous les adhérents de l'Office de Tourisme en premier lieu, les prospects, la presse. Il évolue en permanence avec les actualités et la Foire aux questions qui sera d'ailleurs alimentée avec les échanges de cette réunion.

Echanges :
 Les participants accueillent les idées favorablement.

Conclusion :
 Il faut travailler sur des automatismes simples mais efficaces qui permettent de trouver une certaine cohésion territoriale dont l'OT serait le pivot.

⑧ Conclusion de la rencontre par Henri Laviole
 PROJETS : les applications mobiles, Facebook, le tourisme durable, sont des sujets en cours...et pourront être abordés dans les mois qui viennent. Nous essayons là aussi de mutualiser les actions et les dépenses. Un compte rendu sera envoyé avec la liste des participants à la réunion.
 Un très grand merci à tous, en espérant que chacun aura trouvé matière à réflexion et pourra concrétiser quelques actions. Une très bonne saison touristique est souhaitée à tous.

⑨ Résultats de la fiche de satisfaction

11 fiches rendues	😊😊	😊	😐	😞	😞😞
Classements et labels	9		1	1	
Résinsoft : la vente en ligne	8	2	1		
Le Cap40 : le Club du Tourisme d'Affaires	8		2	1	
Votre partenariat avec l'OT	10		1		
L'Espace Pro Soustons	9		1		
Période de l'année pour la réunion annuelle	8	3			
L'heure de la réunion	9	2			
La durée de la réunion	7	4			
Sentiment général à l'issue de la matinée	8	3			
TOTAUX	76	14	6	2	0
POURCENTAGE	76,8 %	14,1%	6%	2%	0 %

Les commentaires mettent l'accent sur les rideaux occultant manquant ne permettant pas la vidéo projection du Powerpoint, sur les efforts à poursuivre et la bonne initiative, la bonne organisation, sur la réflexion en concertation autour d'évènements à mettre en place, sur le renouvellement plus d'une fois par an pour renforcer les liens et la prise d'infos générales... à refaire !

⑩ Documents joints

- un dossier complet incluant :
 1 référentiel Accueil Vélo et son document technique, 1 fiche promo, 1 plan de l'Espace Pro
- un dossier Cap40
- une liste des participants

A venir : le Contrat de l'adhérent Professionnel du Tourisme et l'adresse du nouvel Espace Pro.