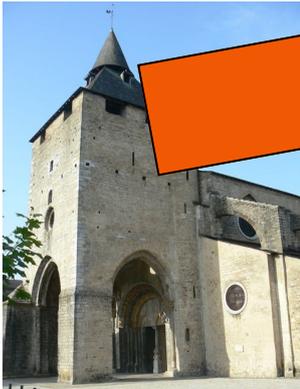




1ères Rencontres du Tourisme du Haut Béarn

Lundi 3 octobre 2011 – Oloron-Ste-Marie

COMPTE RENDU





Les 1ères Rencontres du tourisme du Haut Béarn se sont déroulées le lundi 3 octobre 2011 à Oloron-Sainte-Marie. Destinées à l'ensemble des acteurs du tourisme du territoire (élus, techniciens et prestataires), elles ont permis de rassembler près de 100 personnes autour de la thématique du tourisme.

Introduction



Le Président Jean-Pierre DOMECCQ, étant empêché, c'est Pierre CASABONNE, 1er Vice-Président du Pays d'Oloron Haut-Béarn qui introduit les rencontres.

Il souligne la volonté des communautés de communes des vallées d'Ossau, d'Aspe, de Barétous, de Josbaig et du Piémont Oloronais de se fédérer pour développer une véritable stratégie touristique afin de faire face à un contexte économique compliqué. Ces 1ères Rencontres du Tourisme ont non seulement pour objectif de **présenter cette nouvelle stratégie** mais aussi de montrer le poids économique du tourisme sur le territoire et

de **montrer les mutations** que ce secteur connaît, et notamment le développement du e-tourisme. Face à ces évolutions, les offices de tourisme doivent s'adapter.

Ensemble, le territoire aura plus de moyens financiers, notamment en termes marketing, pour se différencier et être plus fort! Jouer collectif, c'est dans ce contexte, que Thierry Gadou a été désigné Président d'Honneur de ces 1ères rencontres!

Jouer collectif pour être plus efficace et plus fort!

L'ancienne gloire de l'Elan Béarnais, Thierry Gadou, explique que la démarche collective entreprise sur le territoire peut être comparable à une équipe de sport. Il est nécessaire d'apprendre à connaître son coéquipier, de connaître ses points forts et ses points faibles, pour développer ensemble une stratégie et être compétitif. Travailler de front permet à l'équipe d'être plus cohérente et plus forte.

Penser collectif, **jouer collectif**, sont les conditions nécessaires à la bonne réussite d'une équipe.



L'impact du tourisme dans le Haut-Béarn

Présenté par Armelle CAZAL du Comité Départemental du Tourisme Béarn Pays-basque.

➡ L'offre d'hébergement territoriale du Pays d'Oloron Haut Béarn

- 6 lits touristiques sur 10 non marchands
- près de 15 000 lits marchands
- près de 22 000 lits non marchands

Une offre dominée par l'hôtellerie de plein air (35%) et le locatif (28%). Le reste de l'offre est partagée entre les hôtels (7%), les hébergements collectifs (17%), les chambres d'hôtes (3%), les villages vacances (7%) et les résidences de tourisme (3%).

➡ La fréquentation touristique du Pays d'Oloron Haut Béarn est estimée à **2 millions de nuitées**

➡ En estimant que la dépense touristique moyenne est de 38,2 € par jour par personne, le tourisme rapporte **76 millions d'euros de recettes au territoire**

➡ Le tourisme représente **1500 emplois directs sur le territoire du Pays d'Oloron Haut Béarn.**



Les nouveaux métiers des Offices de Tourisme

Une vidéo a été diffusée présentant l'évolution des métiers des Offices de tourisme à travers les Offices de Tourisme du territoire du Haut Béarn :

- Office de Tourisme d'Eaux-Bonnes/Gourette
- Office de Tourisme de Laruns
- Office de Tourisme d'Arudy
- Office de Tourisme de la Vallée d'Aspe
- Office de Tourisme de la Vallée de Barétous
- Office de Tourisme du Piémont Oloronais

Vous pouvez retrouver cette vidéo sur le site internet du Pays : www.hautbearn.com



L'Office de Tourisme, véritable metteur en scène de territoire!

Présenté par Jean-Luc BOULIN, de la MOPA, Mission des Offices de Tourisme et Pays Touristiques d'Aquitaine.



Le monde du tourisme change

Les TIC (Technologies de l'Information et de la Communication) ont envahi la vie quotidienne suscitant de nouvelles pratiques et des nouveaux modes de consommation.

Internet a favorisé l'accès aux destinations (promotion, vente et réservations en ligne...).

L'été dernier **plus de 8 touristes sur 10 ont utilisé internet pour préparer leurs vacances**. 1 séjour sur 3 est désormais acheté sur internet.

Internet est aujourd'hui devenu **la première source d'information** pour préparer son séjour : 94% des internautes l'utilisent au moins une fois pour préparer leurs vacances, 60 % ne passent que par lui.

Par ailleurs, **les usages numériques sont continus : avant, pendant et après le séjour**.

Les évolutions technologiques entraînent de nouvelles façons de consommer, de naviguer sur Internet, de communiquer. Le consommateur prend le pouvoir. Les contenus sont de plus en plus réalisés par les internautes eux-mêmes : on s'échange des bons plans, on partage ses photos, vidéos et ses connaissances, on partage ses avis sur les sites touristiques, on se regroupe en communautés : c'est l'explosion des réseaux sociaux.

La dernière révolution est **l'explosion de l'utilisation du mobile** pour TOUT (communication, photos, vidéos, paiement bancaire ...), développant ainsi la « mobilité ». Fin 2010, 27% des français possèdent un smartphone avec accès internet, soit 14 millions de mobinautes en France. En 2013, le nombre de mobinautes sera supérieur au nombre d'internautes.

On remarque ainsi que les pratiques « Tourisme » et « loisirs » se rejoignent.

Face à ces évolutions, le constat est simple : **l'Office de Tourisme doit s'adapter à ces nouveaux modes de consommation et être présent sur le web !**





L'Office de Tourisme change, les missions évoluent !

Les missions de base d'un office de tourisme sont : l'accueil, l'information, la promotion et la coordination.

Accueil

Avant, on recevait les demandes d'informations par courrier, et on y répondait par courrier.

Aujourd'hui, l'accueil numérique se développe (site internet, mail, bornes interactives, écrans plats etc...) permettant de diffuser des informations tout le temps, à n'importe quelle heure, même en dehors des heures d'ouverture de l'office de tourisme.

Information

Avant, pour récolter l'information, on demandait aux adhérents de remplir des questionnaires.

Aujourd'hui, l'ensemble des informations des adhérents est regroupé dans une base de données régionale permettant ainsi une consultation instantanée, une mise à jour rapide, et une dif-

fusion de l'information élargie à d'autres partenaires (CDT, CRT etc...).

Promotion

Avant, la promotion se faisait essentiellement par des encarts publicitaires ou par le biais de salons touristiques.

Aujourd'hui, la promotion se fait par internet, par des newsletter, par du e-mailing de masse...

Coordination

Avant, la coordination consistait à réunir ses adhérents lors d'une assemblée générale par an.

Aujourd'hui, ces adhérents ont besoin d'être accompagné dans le cadre de ces évolutions : accompagnement/conseil technique, formations etc...

Toutes ces évolutions entraînent deux grands constants : une baisse du nombre de visiteurs au comptoir et une baisse du nombre d'adhérents.

La performance aujourd'hui d'un office de tourisme n'est plus forcément liée au nombre de visiteurs accueillis.





De nouveaux métiers

Ces évolutions de pratiques génèrent de nouveaux métiers (animateur numérique, opérateur de base de données, webmaster, animateur de communautés etc...) Les offices de tourisme doivent s'organiser pour faire face à tous ces changements.

Accompagner l'évolution

Il est nécessaire d'avoir la bonne échelle de territoire pour remplir l'ensemble de ces nouvelles missions. Il faut mutualiser des moyens pour avoir des personnes qualifiées et professionnelles. Pour cela, il faut une stratégie clairement définie en amont par la collectivité et en lien avec les prestataires. Il faut également des moyens financiers, de la formation et un accompagnement permanent par la collectivité, sans oublier une veille permanente sur ces évolutions technologiques.

En bref, **l'Office de Tourisme c'est un METIER :**

Des professionnels et non pas une occupation

Beaucoup de compétences de haut niveau : accueil, information, promotion, animation et commercialisation

Back office toute l'année

Front office en saison

L'Office de Tourisme c'est un METTEUR EN SCENE :

Création image et notoriété

Mise en scène des forces valorisant le territoire

Harmonisation des atouts locaux

Réalisation scénique du territoire : *casting, mise en valeur, effets spéciaux, émotions, consommation*



La réforme du classement des hébergements touristiques

Présenté par Brigitte BOURDAIS, de la Direction Départementale de la Protection des Populations, Préfecture des Pyrénées-Atlantiques.

Les grands principes des nouvelles normes de classement

Cette réforme consiste à harmoniser les systèmes de classement de chaque mode d'hébergement et de moderniser les critères.

Les **critères sont organisés en trois chapitres** :

- l'**équipement** (surface, état et propreté,...)
- **les services au client** (langues parlées, accès internet,...)
- **l'accessibilité et le développement durable.**

L'objectif recherché est de **renforcer la lisibilité** du classement pour le client.

Le classement est désormais **volontaire et valable 5 ans** délivré par le Préfet de département.

La visite d'inspection sera effectuée par un organisme de contrôle accrédité par le COFRAC en vue de l'obtention du classement. (*Liste disponible sur www.classement.atout-france.fr*)

L'ensemble des hébergements pourra être classé de **1 à 5 étoiles** (à l'exception des villages résidentiels de tourisme). Le classement se base sur un système à points avec critères obligatoires et « à la carte ».

Les hébergements classés seront publiés sur le site internet d'ATOUT FRANCE.





Les 5 étapes de la démarche de classement :

I - Commande d'une visite de contrôle auprès d'un cabinet accrédité et remise du prédiagnostic (à l'exception des meublés).

II - Organisation générale de la visite de contrôle

Visite déclarée pour les Hôtels 1*, 2*, 3* et tous les autres d'hébergements.

Visite mystère pour les Hôtels 4*, 5*.

A l'issue de cette visite, sont rédigés :

- Le rapport de contrôle : attestation de visite incluant les résultats de l'inspection et l'avis émis par l'inspecteur.

- La grille de contrôle : renseignements détaillés et complets de la visite incluant le tableau de classement renseigné.

Ces documents sont remis sous 15 jours au demandeur sur support papier et sur support numérique.

III – Envoi de la demande au Préfet

L'exploitant ou le propriétaire de l'hébergement transmet au Préfet, dans un délai de **trois mois** : le formulaire de demande de classement (téléchargeable sur le site d'ATOUT FRANCE), le rapport de contrôle et la grille de contrôle.

- sur support papier à : **Direction Départementale de la Protection des Populations, A l'attention de Madame BOURDAIS, 64071 PAU CEDEX**
- sur support numérique à (en format pdf) : brigitte.bourdais@pyrenees-atlantiques.gouv.fr

IV – L'instruction de la demande par la Préfecture

1. Vérification des pièces envoyées

2. Envoi de l'arrêté **valable 5 ans** à l'exploitant ou propriétaire de l'hébergement dans un **délai d'un mois**.

Envoi du dossier complet par voie numérique à ATOUT FRANCE.

V - Publication par Atout France de l'établissement classé



Une nouvelle stratégie touristique pour le Pays d'Oloron Haut-Béarn

Présenté par Evelyne GASSE, du Groupe Rouge et Blanc, ayant réalisé l'étude marketing.

En préambule, Evelyne Gasse explique que le tourisme peut être **un vrai vecteur de développement pour le Pays**, dans sa globalité, mais à condition de :

- Se concentrer sur les priorités
- Optimiser les efforts de chacun
- Eviter la dispersion, par des initiatives isolées et de nature à détourner des objectifs prioritaires

Après avoir réalisé un diagnostic des forces et des faiblesses, des opportunités et des menaces, le bureau d'étude Rouge et Blanc a identifié **6 problématiques** :

- Comment donner de la visibilité au territoire du Haut Béarn
- Comment concevoir un développement touristique basé sur la qualité de vie sans que celui-ci ne la détériore ?
- Comment augmenter la fréquentation touristique tout en préservant le milieu naturel ?
- Comment permettre à Oloron de « dépasser » son statut de lieu de passage, pour aller vers un vrai rôle à l'échelle du Pays ?
- Comment inscrire les vallées du Haut Béarn dans un espace valléen en Pyrénées ?
- Comment passer d'un territoire d'initiés à un territoire d'initiation ?

Un nouveau positionnement stratégique pour le tourisme a été choisi par les territoires du Pays d'Oloron Haut-Béarn : **Devenir un nouvel espace touristique en Béarn, celui des « Vallées du Béarn » destiné principalement à 3 clientèles : les familles adeptes d'activités de pleine nature, les pratiquants sportifs accompagnés, les épicuriens et mettant en tourisme « la qualité de vie ».**





Une stratégie basée sur **2 priorités** :

- **Elargir la provenance des clientèles** (pour l'instant très régionales), **en jouant sur les notions de motivation, d'expérience et d'émotion**
- **Travailler sur certains freins pour exister dans le cœur de ces cibles**

Une stratégie destinée à **3 clientèles** :

- **Pour les familles adeptes d'activités de pleine nature** à décliner une offre leur permettant de pratiquer ces activités ensemble, quel que soit leur niveau, de façon conviviale
- **Pour les sportifs accompagnés** à décliner prioritairement une offre adaptée à leurs accompagnants
- **Pour les « épicuriens »** à miser sur une découverte du « bien vivre béarnais »

Un plan d'actions structuré autour de **3 grands chantiers** :

- L'hébergement
- La production touristique
- La communication et la commercialisation

Un plan d'actions qui s'appuie sur **5 enjeux** :

PRECISER LES «CONTOURS» DU PAYS D'OLORON-HAUT-BEARN : UN ESPACE TOURISTIQUE EN BEARN

=> *Construire une offre pertinente, visible et lisible*

DEFINIR UNE POLITIQUE PAYS, EN MATIERE D'HEBERGEMENT TOURISTIQUE

=> *Etre en capacité de générer du séjour de qualité*

IMAGINER UNE MISE EN TOURISME ORIGINALE DE LA QUALITE DE VIE

=> *Proposer aux visiteurs une expérience originale et différenciatrice*

PASSER D'UN « ESPRIT VALLEE » A UN ESPRIT « ESPACE VALLEEN »

=> *Etendre le périmètre touristique du territoire pour être plus visible*

RENDRE VISIBLE ET LISIBLE LE PAYS TOURISTIQUE D'OLORON-HAUT-BEARN

=> *Permettre au territoire d'être remarqué et fréquenté par d'autres visiteurs qu'une clientèle « régionale » ; Générer des revenus*

11

Retrouver l'étude complète sur le site internet du Pays d'Oloron Haut Béarn www.hautbearn.com



Conclusion

Par Louis CARRERE-GEE, Président de la Commission Tourisme du Pays d'Oloron Haut-Béarn



Louis CARRERE-GEE, Président de la Commission Tourisme du Pays d'Oloron Haut-Béarn, conclut ces 1ères Rencontres du Tourisme.

Dans un premier temps, il remercie l'ensemble des personnes ayant contribué à la réussite de cet événement, l'ensemble des intervenants et plus particulièrement la Mopa, à l'initiative de la campagne Metteur en Scène de Territoire.

Dans un deuxième temps, il précise la volonté des élus de **faire de ces rencontres un événement annuel** afin de créer des moments d'informations et d'échanges avec l'ensemble des acteurs du tourisme. Il précise qu'il est de la responsabilité des élus d'accompagner les professionnels dans les nombreuses évolutions que connaît le secteur du tourisme et de proposer, en collaboration avec la Mopa et le CDT, des formations adaptées.

Tout cela ne pourra se faire que si les territoires se regroupent et mutualisent des moyens pour faire face à tous ces changements.

Il tient également à remercier les membres de la commission tourisme pour leur investissement et leur collaboration afin de faire en sorte que ce travail collaboratif fonctionne.

Louis Carrère-Gée souligne aussi la première réussite d'une action collective à l'échelle du territoire, initiée par la Communauté de Communes du Piémont Oloronais, qui est la candidature au label Pays d'Art et d'Histoire.

Se regrouper et se professionnaliser encore plus sont les 2 maîtres mots qui ressortent de ces 1ères Rencontres du Tourisme du Haut Béarn!

