

COMPTE RENDU

6^{èmes} RENCONTRES DU TOURISME DU BASSIN D'ARCACHON - 5 février 2015

Cette année, ce sont 750 professionnels du Tourisme qui se sont réunis le 6 Février 2015 à Arcachon au Théâtre de l'Olympia à l'occasion des 6^{èmes} Rencontres du Tourisme. Lors de cet évènement, « *Le Grand Journal du Tourisme* » s'est penché sur un thème primordial qui touche tous les professionnels : la relation client.

Durant quatre heures, chroniqueurs et invités se sont relayés afin de partager et d'échanger sur le sujet. L'objectif ? Appréhender et améliorer la relation client.

Parce que les structures touristiques sont les derniers sanctuaires d'une relation réelle et profonde avec le client, il faut être prêt à faire tout son possible afin de le satisfaire et ainsi le fidéliser. Mais ce qu'Alexandre Dubarry nous a expliqué lors des Rencontres du Tourisme va au-delà de la satisfaction : il s'agit ici d'enchanter son client.

Et pour cela, le professionnel doit se mettre constamment à sa place, le guider et satisfaire son besoin. Le client doit se sentir immergé au cœur du dispositif.

Là est le secret. Être à l'écoute, être dédié au client et donner une part de soi font partie des actes clés d'une stratégie gagnante.

Comment accueillir le visiteur ?

C'est Grégory Guzzo, Directeur de l'Office de Tourisme de Val Thorens qui présente la première chronique « *Comment accueillir le visiteur ?* »

Notre chroniqueur commence son intervention par une citation des Tontons Flingueurs « *Le prix s'oublie, la qualité reste* » qui illustre notre thème des 6^{èmes} Rencontres du Tourisme.

Selon notre professionnel, dans les affaires comme en amour, la fidélité n'est pas plus facile à acquérir, c'est pourquoi il évoque alors la « *fidélité volontaire* ». Celle-ci passe par différentes étapes :

1. provoquer l'envie de revenir ;
2. donner la raison de revenir ;
3. stimuler l'envie de revenir.

Après avoir trouvé les points de contact, il faut savoir garder une connexion avec le client même après son départ : l'accompagner avant, pendant et après son séjour.

Mais n'oublions pas que la fidélisation du client passe par l'union des différentes structures touristiques. C'est ce que Grégory Guzzo nous démontre par expérience : à Val Thorens, une plateforme est dédiée spécialement aux différents acteurs de la station afin de partager des données. De cette action a permis l'élaboration d'un plan marketing très important qui a boosté la station, le chiffre d'affaires en témoigne : 65 millions d'euros en une saison.

L'union. Voilà le mot d'ordre du Bassin d'Arcachon, cette destination qui enchante des millions de touristes chaque année.

Si le Bassin est tant apprécié, c'est grâce à ses multiples richesses naturelles. Maria De Vos, directrice du Syndicat Mixte de la Dune du Pilat nous présente ce site phare :

Une étude de fréquentation a été menée durant 12 mois ; elle a eu pour objectif de mesurer l'évolution de la fréquentation du site, de mieux connaître les visiteurs et leurs attentes. Voilà ce qu'elle révèle :

- Près de 2 millions de visiteurs viennent chaque année dont 1/3 en hors-saison.
- Le mois d'août en compte 520 000 et sa fréquentation de pointe est de 10 à 12 000 personnes par jour.
- 75% des visiteurs ont connu le site par sa simple réputation et pour 68%, la Dune du Pilat est un facteur important dans le choix de sa destination.
- Elle génère de 11 à 13 millions de retombées économiques directes et 168 millions indirectes sur tout le département.

Mais pour Maria De Vos, ces bons résultats ne permettent pas un relâchement de la part du gestionnaire du site, bien au contraire. Le but est de proposer des prestations à la hauteur de l'émotion du site, d'aller toujours plus loin. Il est donc question d'adapter les actions publiques en conséquence :

- La requalification des équipements destinés à l'accueil public (parking, panneaux d'information...).
- Des visites commentées et des ateliers pour enfants afin que les visiteurs puissent s'enrichir et découvrir plus largement le patrimoine naturel du Bassin d'Arcachon.

Dans le même état d'esprit que Grégory Guzzo, Nicolas Martin, le directeur de l'Office de Tourisme de Bordeaux, Alain Vivien, Directeur d'Arcachon Expansion et Yves Foulon, député-maire d'Arcachon prônent le rassemblement des acteurs du tourisme. Et plus particulièrement entre le Bassin d'Arcachon et Bordeaux.

Des opérations commerciales sont de plus en plus développées entre Bordeaux et le Bassin d'Arcachon avec à l'appui, une offre en conséquence, surtout pour le marché étranger.

Les vacances connectées : avant, pendant et après le séjour

Pierre Eloy, de l'agence Touristic a donné de précieux conseils aux professionnels lors des Rencontres dans le domaine de l'e-tourisme.

- Adapter son site Internet aux smartphones : 20% des clients utilisent à présent leur smartphone afin d'effectuer une réservation. Si l'application mobile n'est pas bien construite, le client peut renoncer à son choix.

- Proposer les disponibilités et un système de réservation en ligne
- Parfaire la construction de son site Internet : c'est la vitrine de la structure, c'est lui qui attire (ou non) le client. Le but est donc d'optimiser au maximum ses fonctions. Ce sont en particulier les images qui donnent envie au client. Pour ce faire, le site Internet doit être aéré et structuré. La présence de photos et vidéos (en sourdine) immersives à l'accueil stimulent l'envie et la curiosité du client.
- Rester humain : de nos jours, Internet et le multimédia prennent beaucoup de place dans le Tourisme. Le client est devenu un autonomiste : il veut réserver seul, organiser son voyage seul et découvrir seul. En effet, le client fait de « moins en moins » confiance au professionnel. Il est alors primordial de recréer un lien avec lui, c'est l'humanisation.

Cette tendance a développé une nouvelle forme de tourisme « *La consommation collaborative* » exposée par Marc-Arthur Gauthey, dont il en est le spécialiste.

La consommation collaborative est un réel changement sociétal dont la crise a été un véritable accélérateur, explique Marc-Arthur Gauthey. Le client est en recherche permanente d'authenticité, de partage avec les locaux, il veut être immergé à l'intérieur de la culture et du mode vie dans lequel il séjourne.

Cette nouvelle forme de tourisme, doit être considérée comme complémentaire aux professionnels du tourisme. Il faut savoir l'utiliser à bon escient.

Ce conseil est également valable pour le site TripAdvisor. Ce site d'avis donne une voix aux consommateurs, ils peuvent s'exprimer sur les prestations testées. Malheureusement, les critiques sont parfois acerbes et souvent injustes, ce qui provoque le mécontentement (justifié) des professionnels. Mais lors des Rencontres, Massimiliano Gallo, manager chez TripAdvisor, a décidé de mettre fin à ces conflits.

Max Gallo encourage les professionnels à créer et à gérer leur fiche sur le site d'avis afin de pouvoir solliciter les clients à donner leur avis sur TripAdvisor.

Le Bassin a également d'autres façons de se développer. C'est ce que nous démontre Pascale Lassus Portarrieu, directrice de l'Office de Tourisme de Lège-Cap Ferret.

En 2014, 50 bornes WiFi ont été installées par le SIBA et les communes sur le Bassin d'Arcachon ; en 2015, il y en a aura 70.

Le WiFi est un vrai service pour la clientèle touristique et les habitants, à ce jour : 80 000 connexions ont été enregistrées sur le Bassin d'Arcachon.

Pascale Lassus Portarrieu parle du WiFi facile. En effet, pour se connecter au réseau WiFi_Bassin_Arcachon, il suffit d'entrer son adresse mail, tout simplement. Après une première identification, la connexion se fera automatiquement sur le même appareil dès que vous êtes à proximité d'une des bornes du réseau, quelle que soit la commune du Bassin. Professionnels du Tourisme, n'hésitez pas à en parler à vos clients et rejoignez-nous en intégrant la démarche WiFi de la destination.

Accusés du Bassin, levez-vous !

Comment contribuer à la valorisation de « L'Esprit Bassin » ? Afin de se défendre, les accusés du Tribunal de l'Esprit Bassin nous ont fait partager leurs expériences :

- Accompagner et surtout raccompagner le client : garder contact avec lui. Mais aussi prendre le temps de l'écouter et personnaliser les réponses à ses questions. (Jean-François Tastet et Sébastien Bouillon)
- Laisser tomber la voiture et promouvoir le bateau ainsi que le vélo. Former les équipes à toujours enrichir la connaissance du Bassin, c'est cette authenticité qui donne envie au client. (Sandra Bacle et Patricia Castillo)
- Prendre le temps d'informer le client en fonction du vécu pour l'organisation de son séjour : faire preuve de pédagogie en répondant aux bons et mauvais avis. Faire ressortir l'harmonisation et l'expérience multiculturelle. (Franck Avice et Lionel Pujade)
- Inciter le visiteur à découvrir le Bassin et le sensibiliser à sa richesse naturelle. (Emmanuelle Villar-Lavernhe et Véronique Hidalgo)
- Stimuler son engagement : garder contact avec le client même après son départ. (Gilles Delepoux et David Bonnaventure)

Applaudis par tout le public grâce à leur dévouement pour valoriser l'Esprit Bassin, le juge ne pouvait que les acquitter...

Questions aux élus

Habituellement conviés à intervenir au début des Rencontres, cette année, les élus ont préféré prendre la parole pour les clôturer et ainsi revenir sur les différents points abordés en répondant à différentes questions. Pour finir, Michel Sammarcelli, Président du SIBA et de la Commission du Tourisme s'est exprimé sur la notion d'unité du Bassin, de solidarité et de volonté de qualité. Un discours qui est allé droit au cœur des professionnels et plus, en ce 5 Février 2015. C'est sur une note solidaire que se termine cette journée.