



Les “3^{èmes} Rencontres du Tourisme” du SIBA avaient pour thème “L’esprit Bassin” : comment bien accueillir, entre qualité et authenticité, pour vivre de « vraies vacances »...

Le Bassin d’Arcachon est « une perle d’océan, sertie de 10 communes », habitées par des hommes et des femmes qui lui donnent son âme. Les deux réunis donnent “L’esprit Bassin”...

- Qu’a-t-il de si particulier, cet “esprit Bassin” ?
- Comment le transmettre aux visiteurs pour qu’ils aient envie de venir et de revenir ?

C’était les principales questions, jeudi 16 février, des 3^{èmes} Rencontres du Tourisme du SIBA, Syndicat Intercommunal du Bassin d’Arcachon, initiées par son président Michel Sammarcelli et son vice-président chargé du tourisme, Philippe Pérusat.

Quelques 550 personnes avaient répondu à leur invitation, premiers élus et directeurs des offices de tourisme de tout le Bassin en tête et dès 9h, tous se pressaient vers l’Olympia à Arcachon.

La qualité de l’accueil et du relationnel

A 9h30 précises, l’appel du début a retenti, entraînant l’arrivée massive dans la salle de ceux qui s’étaient attardés au café...

En introduction, séquence émotion : le grand écran s’est animé des portraits et des histoires d’anciens du Bassin d’Arcachon. Dès les premières minutes, l’assemblée s’est montrée attentive et captivée, réagissant par des rires aux anecdotes racontant le temps vécu.

C’est Thierry Watelet, journaliste à France Télévision, qui a animé la journée. Les maires des 10 communes riveraines ont dit ce qu’était pour eux “L’esprit Bassin”. Si chacune a sa personnalité, elles ont pour point commun une nature exceptionnelle et surtout leur dimension humaine.

Elles sont unies par « la qualité du plan d'eau qu'on a au milieu », un « trésor » à conserver, la mission confiée au SIBA, qui a une « obligation de résultats ». Philippe Pérusat a ensuite rappelé la place prépondérante du tourisme dans notre économie, aux côtés de l'ostréiculture et de la pêche. D'où l'intérêt de former les professionnels du tourisme, notamment grâce à ces journées.

Michel Sammarcelli a dit toute l'importance qu'il attache à la « qualité » : qualité de l'environnement, qualité d'accueil et d'information, qualité du relationnel que l'on est capable de tisser avec l'autre.

Le tour de France sur les chemins des Douaniers...

Sont alors montés sur scène Aurélie et Laurent, un couple de jeunes marcheurs qui fait le tour de France à pied par les chemins des Douaniers, soit 8.000 km...

Ils sont partis le 13 août de Bray-Dune, à l'extrême nord de la France. Ils marchent à raison de 25 km environ par jour, souvent accompagnés de randonneurs locaux et logent chez l'habitant, un peu sur le principe de l'émission « J'irai dormir chez vous ». Après avoir traversé la Gironde à Royan et marché le long de la côte océane, ils sont arrivés au Cap-Ferret le samedi en fin de journée et ont « pris le bac à la nuit tombante » pour traverser vers Arcachon, sous une « lumière rosée, ocre, mauve »...

C'était la première fois qu'ils voyaient le Bassin, « un véritable coup de cœur ». Le lendemain, ils ont marché avec des randonneurs de la région sur la dune du Pilat, recouverte de neige, la dune rien que pour eux... Aurélie a dit avoir été « touchée » par cette rencontre, avec « des gens passionnés, amoureux de leur Bassin ».

Et c'est là où le site « a pris toute sa dimension » : quand une marcheuse a commencé à raconter l'histoire du Bassin et de la formation de la dune, décuplant l'émotion.

Poursuivre leur périple : www.tourdefranceapied.com

33 500 téléchargements en 1 an de l'application iPhone du Bassin d'Arcachon...

Isabelle Galinier, directrice du service communication et tourisme du SIBA, a ensuite présenté la nouvelle campagne de communication. L'identité maritime du Bassin, qui est l'un des points forts du territoire, se retrouve dans tous les documents de promotion, à commencer par le guide touristique tiré à 150.000 exemplaires et en 4 langues, avec une nouvelle ligne graphique. Il y a aussi le dossier de presse, ainsi que les supports écotourisme. Quant au site Internet du SIBA, il reçoit 500.000 visites par an.

L'application Smartphone pour Apple a également beaucoup de succès, avec 33.500 téléchargements et 2 millions de pages vues ; elle a reçu le prix de la meilleure application touristique aux trophées de l'intern@ute Voyage 2011. Cette année, le SIBA lance une nouvelle version de l'application sur Android, soit avec Apple 75 % du marché des Smartphones. La promotion de cette application se fera notamment à travers Météo France, Le Monde et Sud-Ouest. Les réseaux sociaux, forums de discussion, plateformes d'échanges de photos et vidéos continueront à être valorisés avec une présence quotidienne.

Quelques chiffres impressionnants : 5.600 fans sur Facebook, 1,3 million de publications sur le mur des fans, 20.000 vidéos visionnées sur You tube et Dailymotion... Autres actions à destination des professionnels : le programme local de formation sur 3 ans et l'éductour.

Isabelle Galinier a annoncé une autre nouveauté pour 2012 : la restructuration du Point d'information de la dune du Pilat, qui va devenir au printemps une porte d'entrée sur l'ensemble du Bassin d'Arcachon, avec pour objectif d'accueillir et capter plus d'1,5 million de visiteurs, en partenariat avec le Syndicat mixte de la Grande dune et l'office de tourisme de La Teste-de-Buch. Concernant l'accueil et les relations presse, le SIBA accueille 40 journalistes sur le Bassin et 200 lors d'une opération spécifique sur Paris en fin d'année.

Le Bassin d'Arcachon à la télévision

Le plan de communication se déroulera autour du concept « les vraies vacances ». Après 5 ans de présence dans le métro parisien et sur les radios nationales RTL et Europe 1, cette année, le Bassin d'Arcachon sera à la télévision, avec un spot de 25 secondes racontant « un idéal de vacances » : marcher pieds nus dans le sable chaud, la dune et le parapente, les incontournables cabanes tchanquées, des enfants sur la plage, le bateau et le vélo en famille, partager un plateau d'huîtres avec des amis... Il sera diffusé sur la TNT sur les principales chaînes d'info, BFM TV et I Télé, 200 fois entre le 5 mars et le 5 avril, ce qui devrait permettre de profiter de la hausse d'audience liée aux élections et de renforcer la notoriété. Le film a été réalisé sans trucage, sans acteur, avec des gens authentiques... Car l'esprit Bassin, c'est peut-être « ces petits moments de bonheurs qui font qu'on se souvient ». Le film va également passer sur les sites Web en replay des grandes chaînes : TF1 (journaux de 13h et 20h, Reportages...) et France Télévision (Envoyé spécial, Retour en terres inconnues...), ainsi que Canal + (Le Petit et Le Grand Journal...). Sur 250.000 €, 66 % iront à la télévision, 18 % à la Web TV, 9 % à la presse écrite et 7 % aux applications Smartphones.

Les vacances selon un sociologue : la tranquillité avant tout

Comment bien accueillir ? C'est la question qu'a développé Jean-Didier Urbain, sociologue, professeur des Universités à Paris Sorbonne. Il a attiré l'attention du public, réceptif et captivé, sur le fait qu'on a souvent une image active ou activiste du vacancier, alors qu'il n'en a pas forcément envie... Il recommande d'être à l'écoute de ses attentes, multiples et de cesser de croire que l'on sait ce qu'il veut. D'où l'importance de la diversité de l'offre. Comme le montre le succès des courts séjours et des lieux de proximité, le vacancier a le désir d'être ailleurs, rêve d'insularité et de tranquillité, de rupture avec un quotidien, ou recherche plutôt à « vivre idéalement ses habitudes en étant maître à bord ». On ne prend pas des vacances comme il y a 20 ans et il faut s'adapter à l'évolution des mentalités, être à l'écoute du vacancier, mais aussi du monde, par exemple à travers les enquêtes qui sont faites : c'est l'intérêt d'une « hospitalité renseignée ». Le touriste est français pour 89 % et vient en famille et entre amis pour 72 %. Le désir de repos et de tranquillité dominant ; la découverte est secondaire et stabilisée à 38 % depuis 2008. Ne pas oublier les résidences secondaires, qui se sentent chez eux. En conclusion, Jean-Didier Urbain s'est interrogé sur le phénomène balnéaire : en France plus de 30 millions d'individus convergent l'été sur 4 % du territoire... Ici, « les visiteurs veulent vivre des petits moments d'éternité, où se reconstruisent des relations familiales. »

Micro-trottoir sur le Bassin

Pour continuer sous un autre point de vue, le SIBA a fait réaliser par TVBA un micro-trottoir auprès de vacanciers français et européens, en leur demandant : « L'accueil est-il bon et pourquoi ? » Beaucoup apprécient sur le Bassin le côté nature, « un monde à part », paradisiaque, préservé, sauvage, « ici, vous êtes ailleurs »... mais décontracté, avec bien sûr le soleil, la plage, la mer, l'océan et les vagues, le bateau, le vélo, le sport... Sans oublier le calme, la tranquillité, « l'authenticité », mais aussi le côté familial. Ils plébiscitent l'accueil, parfois en le comparant à d'autres régions : ici il est « sympa »,

« chaleureux », « authentique » encore. Le bilan : « on reviendra » ; d'ailleurs, plusieurs témoins venaient déjà depuis plusieurs années... On retrouve « L'esprit Bassin : les vraies vacances »...

Table ronde avec des acteurs du tourisme

Changement de décor et de rythme : la scène s'est transformée en « café du port », paysage projeté en toile de fond, convivial avec ses 6 petites tables garnies d'huîtres et de verres, et sa dizaine d'intervenants : caviste, restaurateur, hôtelier, directeur de camping, ostréiculteur... depuis 5 générations, les directrices du Parc ornithologique et de l'office de tourisme Cœur du Bassin et un responsable de parc de loisirs. Chacun dans son domaine a dit la recherche d'authenticité des visiteurs, que ce soit dans les produits du terroir et de la mer, dans la rencontre de la nature elle-même ou dans les animations, mais avec des clients « tous différents ». Donc une nécessité, pour tous ces métiers de contact, de « haute qualité relationnelle » et de gens formés à la connaissance du pays. Beaucoup sont des prescripteurs, en commençant par leur réseau relationnel. Les visiteurs sont « demandeurs » de connaissances, de découverte et d'histoires vraies, à partager en étant « simple et authentique ». Attention pour certains à ce que l'esprit Bassin ne devienne pas l'esprit cabane : il faut une osmose, une synergie entre les communes ; il n'y a pas qu'Arcachon sur le Bassin d'Arcachon !

Le directeur d'un hôtel 5 étoiles de Marrakech a joué le rôle du regard extérieur. « Soyez les bienvenus » est la première phrase qu'entend le visiteur au Maroc, accompagnée souvent d'un verre de thé, qui montrent la volonté de bien accueillir. Et il faut former à la qualité attendue, le client étant très exigeant. A l'ère de la consommation, il estime qu'il est fondamental de créer de « l'émotionnel ». Il voit dans l'esprit Bassin une grande fidélisation. « Ce qui est important, c'est qu'on se revoie, leur donner envie de revenir », a d'ailleurs souligné un restaurateur... très applaudi...

Des idées : un passeport pour les locaux, un grand événement festif hors saison...

Quelques idées ont été lancées pour développer l'esprit Bassin : créer un « passeport découverte » pour que les locaux connaissent mieux leurs richesses et en deviennent prescripteurs ; ouvrir encore plus les cabanes et les villages ; créer une appellation comme « l'île de Beauté » pour la Corse, par exemple le « joyau d'Aquitaine » ; ne pas oublier l'identité forestière. Plusieurs ont une « envie » : qu'il y ait un grand événement festif culturel hors saison, le même jour dans tous les villages autour du Bassin, siglé Bassin, sachant qu'une activité hivernale, comme « Cabanes en fête » à Andernos, est facteur de rencontres ; certains verraient bien une activité attirant des sommités, des scientifiques, toujours hors saison. Enfin, il a aussi été proposé d'organiser une série de conférences pour les professionnels avec des anthropologues ou des ethnologues, pour mieux se connaître. Concernant les nouveaux habitants, l'accueil serait meilleur quand on est parrainé, vu l'importance des réseaux. Thierry Watelet a conclu que le Bassin transformait l'homme, mais surtout que le lieu faisait évoluer la relation.

Huîtres et poissons au menu

A l'occasion des rencontres du tourisme, le SIBA organise un concours auprès des restaurateurs appelé « Huîtres, Bassin et Fantaisie ». Il s'est déroulé au lycée hôtelier Condorcet avec un jury de connaisseurs : Stéphane Carrade, chef étoilé de la Guérinière à Gujan-Mestras, Olivier Laban, président du Comité Régional Conchylicole, Emmanuel Martin, patron du chantier naval Dubourdiou, également œnologue et Bernadette Dubourg, chef de l'agence Sud-Ouest d'Arcachon. Une attention particulière était portée pour cette édition à l'accord mets et vins. Les 10 chefs créant leurs plats ont défilé sur le grand écran, mettant l'eau à la bouche de l'assistance à l'approche du déjeuner... Trois se sont vus remettre les prix : Huître de bronze pour Stéphane Sore du restaurant le Noroît à Arcachon, Huître d'argent pour Emmanuel Goncalvès du Pinasse Café au Cap-Ferret et Huître d'or pour Alexandre Massoudi du Bassano à Arcachon, avec un bar de ligne taillé en carpaccio et citron d'Australie, sur un vin italien pour le mélange des terroirs...

Les participants, alléchés par les images, ont pu satisfaire leurs papilles avec un buffet somptueux, sur deux étages, une nouvelle occasion pour les convives de rencontres et d'échanges... Les 4^{èmes} rencontres se préparent déjà, notamment grâce au « passeport d'ambassadeur » remis à chaque participant, invité à remplir une fiche « faisons le point » sur le bilan de la journée, les actions à mettre en place et les attentes pour le prochain rendez-vous...

Qu'avez-vous retenu de ces Rencontres du Tourisme ?

- La qualité de l'événement dans son organisation et dans son contenu,
- Le thème « bien accueillir »,
- L'Esprit Bassin comme lien solidaire ; comme Esprit humain et authentique ; et comme condition importante si l'on veut bien accueillir,
- L'intervention du sociologue.

Quelles actions à mettre en place pour parfaire l'accueil des professionnels ?

- La mise en place d'un « passeport » pour permettre aux habitants du Bassin de découvrir les activités proposées sur leur territoire, et ce pour un budget modeste,
- Associer les habitants du Bassin au projet commun,
- Améliorer la relation entre les professionnels et les OT, notamment au niveau de l'information et de la formation,
- Développer l'offre hors saison.

Qu'attendez-vous des 4^{èmes} Rencontres du Tourisme ?

Majoritairement, les répondants demandent que les habitants du Bassin soient associés à l'événement. C'est leur « revendication » principale.

Outre cet élément, ils invitent le SIBA à continuer ainsi, même si une demande de nouveauté et d'innovation lors des prochaines rencontres se fait entendre (l'idée de délocaliser l'événement est avancée à plusieurs reprises).