

Metteur en scène de territoire Référentiel national

2012-2013

A – Présentation

Lancée en 2011 au niveau national par Offices de Tourisme de France®, la campagne « Metteur en scène de territoire », née en Aquitaine dès 2009, est aujourd’hui répandue sur l’ensemble du territoire français.

Pourquoi « Metteur en scène de territoire » ?

Avec l’évolution de ses missions et de ses métiers, l’Office de Tourisme multiplie ses interlocuteurs : élus, prestataires, bénévoles, population locale, visiteurs.

Aucun n’attend exactement la même chose de son Office de Tourisme, et surtout, aucun ne sait exactement quel rôle joue la structure au quotidien.

Il y a donc à connaître les attentes de chaque « cible » afin de pouvoir adapter son message pour faire reconnaître l’action de l’Office de Tourisme.

Metteur en scène de territoire, c’est un moyen d’avoir des arguments pour renforcer la reconnaissance des acteurs du territoire envers l’Office de Tourisme. Mais plus qu’une simple campagne de communication avec ses outils, c’est aussi un moyen de repositionner les actions de sa structure par rapport aux attentes nouvelles de chacun de ses interlocuteurs.

L’objectif : que l’Office de Tourisme soit le metteur en scène incontournable sur son territoire !

Enfin, au-delà des structures en elles-mêmes, il s’agit pour le relais territorial (FROTSI, UDOTSI, FDOTSI...) d’un outil au service d’un projet de territoire... Convaincre pour :

- Mutualiser
- Structurer
- Financer à plus grande échelle
- Communiquer sur une destination cohérente à tous les niveaux

B - Les Offices de Tourisme, acteurs de la campagne de valorisation

L’ensemble des outils présents dans le site Metteur en scène de territoire www.metteurenscedeterritoire.com ont été construits par des Offices de Tourisme participants à des formations-actions. Ces formations pour les quatre premières cibles (élus, prestataires, administrateurs et salariés) ont été animées par François Perroy, d’Emotio Tourisme (www.emotiotourisme.fr).

Aujourd'hui, trois axes de la campagne ont été développés et constituent les trois premières saisons de cette saga :

- Communiquer avec ses élus (Aquitaine, 2008)
- Communiquer avec ses prestataires (Aquitaine, 2010)
- Communiquer avec ses salariés et les élus administrateurs (Limousin, 2011)

Une saison reste à développer : communiquer avec la population locale

Pour ce dernier axe, un appel à projets est lancé aux régions pour constituer de nouveaux groupes de travail sur ce thème.

C - Des formations Metteur en scène de territoire

Afin que les Offices de Tourisme du réseau s'approprient la campagne et ses outils, il est indispensable de passer par une phase formation.

Ainsi, un référentiel de formation (ci-dessous) est proposé à tous les relais territoriaux qui souhaitent diffuser la campagne sur leur territoire. Cette formation se décline de plusieurs manières.

Il est cependant conseillé, en préalable, de mettre en place une journée de sensibilisation sur Metteur en scène de territoire afin de ne pas lancer des formations sans information...

Journée de sensibilisation / présentation

Durée : une demi-journée

Public : tous les Offices de Tourisme du territoire

Contenu : Pourquoi valoriser l'image de son Office de Tourisme? Auprès de qui?

Présentation générale de la campagne Metteur en scène de territoire.

Intervention possible d'un territoire utilisant Metteur en scène de territoire.

Intervenants : Offices de Tourisme de France®

La formation Metteur en scène de territoire

→ Choix possible entre deux types de formation :

1/ **Les modules** tels que préconisés dans la campagne de MESDT, par type de cibles et présentés ci-dessous.

2/ **Des modules qui intègrent ou complètent d'autres formations (sur l'animation ou la collaboration avec ces cibles par exemple) en fonction des besoins exprimés.**

1/ Les modules et 2/ Les modules qui intègrent ou complètent d'autres formations

Objectifs :

Ces modules de formation peuvent être initiés pour l'ensemble des personnels des Offices de Tourisme mais il s'agit d'adapter le public de formation aux cibles.

En effet, la cible "élus" sera une cible de travail pour les publics "responsables et directeurs" qui sont en contact avec eux dans les réunions, les conseils d'administration...

Il se peut cependant que ce soit un salarié qui assiste à la formation si l'Office de Tourisme n'a pas de directeur ou responsable ou si la direction souhaite impliquer son personnel dans la communication avec les élus.

Il s'agit donc de prendre en compte les spécificités de chaque structure lorsque l'on constitue le groupe de stagiaire.

A l'issue des modules, les stagiaires doivent être en capacité :

- de mobiliser leur équipe sur l'animation de réseau
- de diagnostiquer leur territoire en fonction de leur rôle (le chargé d'animation de prestataires diagnostiquera par conséquent les prestataires)
- de construire un plan d'actions et de communication pour valoriser l'Office de Tourisme
- d'utiliser l'ensemble des outils de marketing développés sur le site www.metteurenscenedeterritoire
- de créer de nouveaux outils de communication
- d'évaluer leurs actions

Méthode pédagogique:

Il s'agit d'une formation participative. Les groupes sont constitués de 15 stagiaires maximum. Les stagiaires utilisent l'exemple de leur structure pour acquérir de nouvelles techniques de marketing directement issues d'un plan marketing classique :

- Repérer le marché
- Cibler
- Analyser l'offre et la demande (partir des besoins du territoire)
- Bâtir une stratégie
- Mettre en place des actions et utiliser des outils
- Défendre ses actions

De nombreux exercices interactifs permettent de progresser dans l'animation des acteurs, la prise de parole, etc.

Module : communiquer avec mes élus

Durée : 2 journées

Public privilégié : Responsables et directeurs d'Offices de Tourisme en priorité

Public secondaire : Responsables d'accueil, animateur de réseau

Contenu : comment valoriser l'action de mon Office de Tourisme auprès de tous les élus de mon territoire ? Comment faire changer l'image « distributeur de dépliants » ?
Quels indicateurs de performance mettre en place pour communiquer auprès d'eux ?

Outils enseignés :

Méthode de segmentation de ses interlocuteurs.

Méthode pour établir des indicateurs (la dépense des touristes sur mon territoire, l'efficacité de mes actions, etc.)

Outils de communication adaptés aux moments et aux cibles (document d'AG, dossier de presse, réunions, etc.)



Module : communiquer avec mes prestataires

Durée : 2 journées

Public privilégié : Animateur de réseau prestataires, responsables d'accueil, responsables d'animation

Public secondaire : Responsables et directeurs d'Offices de Tourisme

Contenu : comment renouveler l'offre de service de mon Office de Tourisme auprès de mes prestataires touristiques ? Comment transformer les prestataires en partenaires ? Comment être reconnu comme leur interlocuteur incontournable ?

Outils enseignés :

Inventaire et segmentation de l'offre touristique d'un territoire. « Mapping » des prestataires.

Recensement des besoins du territoire

Etat des lieux de l'offre et des services apportés par l'Office de Tourisme : ce qui est valorisé, ce qui ne l'est pas

Les nouveaux services attendus par les prestataires (animation numérique, actions collectives, etc.)

Outils de communication directe et collective à destination des prestataires (guide du partenariat, manuel des prestataires, etc.)

Module : communiquer avec mes élus administrateurs

Durée : 1 journée

Public privilégié : Responsables et directeurs d'Offices de Tourisme en priorité

Public secondaire : Responsables d'accueil, animateur de réseau prestataires, responsables d'animation

Contenu : comment faire prendre conscience aux élus directement impliqués dans l'Office de Tourisme de l'évolution des métiers et de l'activité de l'Office de Tourisme ?

Outils enseignés :

Méthode de segmentation de ses interlocuteurs

Argumentaire pour convaincre de l'utilité des actions menées par l'Office de Tourisme

Répartition correcte des rôles entre présidents et directeurs / responsables

« Formation » et construction d'outils pour les administrateurs afin qu'ils comprennent le tourisme aujourd'hui.

Module : communiquer avec mes salariés

Durée : 1 journée

Public privilégié : Responsables et directeurs d'Offices de Tourisme

Contenu : Comment manager l'équipe pour mobiliser les compétences et susciter l'engagement dans les nouveaux projets ? Comment adapter ses RH aux nouveaux métiers du tourisme ?

Outils enseignés :

Méthode de segmentation de ses interlocuteurs = connaître ses salariés - Construction d'argumentaire spécifique à chacun

Lien avec la GPEC

Familiarisation avec la mallette RH spéciale PME/TPE AGEFOS notamment sur les entretiens individuels

Définition de temps de formation pour chacun des salariés et notamment sur le numérique (Virage Numérique)

Période d'émulation au sein de la structure en essayant d'impliquer chacun

Cette journée peut amener le responsable de structure à suivre une formation complète pour lui-même en matière de RH.

D - Les organismes de formation :

Les formations « Metteur en scène de territoire » pourront être assurées par différents organismes de formation, après signature de « convention de partenariat » avec Offices de Tourisme de France®.

Une journée annuelle de rencontres de ces organismes de formation sera mise en place de manière à donner un niveau d'information cohérent et collectif.