

# POLITIQUE D'ACCUEIL 2017-2019

## CONTEXTE

Chaque année, l'Office de tourisme de Cambo-les-Bains accueille plus de 50 000 personnes au sein de son espace accueil, informe plus de 10 000 personnes par téléphone ; à cela s'ajoutent les demandes par courrier, mail, sur les réseaux sociaux, et les 100 000 visiteurs uniques de son site internet.

Cependant, il a été démontré, statistiquement, qu'en moyenne, 1 touriste sur 10 passe la porte d'un Office de tourisme. Il est donc devenu important voire primordial d'être présent en-dehors des murs de l'Office de tourisme.

## OBJECTIFS GÉNÉRAUX DE L'OFFICE DE TOURISME DE CAMBO-LES-BAINS

La politique d'accueil de l'Office de tourisme de Cambo-les-Bains doit contribuer d'une part, à développer les retombées économiques, et, d'autre part, à améliorer la satisfaction client.

La politique d'accueil de l'Office de tourisme s'articule ainsi autour de 4 axes majeurs :

- \* la valorisation de l'offre touristique,
- \* l'accueil dans les locaux de l'Office de tourisme de Cambo-les-Bains,
- \* la communication interne au territoire,
- \* la diffusion de l'information touristique sur le territoire.

Afin de répondre à ces 4 enjeux majeurs, la stratégie d'accueil de l'Office de tourisme doit s'adresser à l'ensemble de nos clientèles, dont la clientèle senior.

### AXE STRATÉGIQUE 1 - MEILLEURE DIFFUSION DE L'INFORMATION.

- \* **Objectif 1** : développer l'accueil hors les murs,
- \* **Objectif 2** : créer des liens entre les différents acteurs du territoire.

### AXE STRATÉGIQUE 2 - RÉORGANISATION DE L'ACCUEIL DANS L'OFFICE DE TOURISME.

- \* **Objectif 1** : mettre en valeur l'information,
- \* **Objectif 2** : améliorer les techniques d'accueil,
- \* **Objectif 3** : réaménager l'espace accueil.

## OBJECTIFS 2017-2019

### ACCUEILLIR / INFORMER

#### Axe 1. Décliner un traitement homogène de l'accueil et de l'information sur la commune.

*Les actions envisagées sur 3 ans.*

- Maintenir les services permettant un classement en première catégorie,

- Assurer toute l'année un service permanent de réponses aux demandes au guichet et à distance en 3 langues,
- Collecter, traiter et diffuser les informations pour diffusion auprès du grand public (mise à jour des éditions, base de données régionale SIRT Aquitaine, etc.),
- Accueillir, orienter, conseiller et informer les différentes clientèles sur les richesses touristiques du territoire,
- Assurer l'accueil téléphonique et gérer le courrier postal et numérique entrant et sortant,
- Assurer une meilleure diffusion de l'information du territoire dans et hors les murs,
- Adapter les ouvertures de l'Office de Tourisme aux flux touristiques en tenant compte des obligations d'un Office de Tourisme classé Catégorie 1.

### **Axe 2. Rendre plus qualitatif le rôle des conseillers en séjour.**

*Les actions envisagées sur 3 ans.*

- Face au développement du numérique, se positionner en tant que structure apportant une véritable plus-value aux clients en développant l'accueil personnalisé,
- Transformer l'acte d'accueil en un acte de valorisation et de vente de son territoire,
- Animer la professionnalisation de l'accueil et de l'information sur le principe de la relation conseil au client,
- Répondre aux attentes personnalisées du visiteur par une information et un conseil adaptés à la demande,
- Accentuer la pratique des outils numériques.

### **Axe 3. Faire de l'Office de Tourisme un lieu attractif et de visites**

*Les actions envisagées sur 3 ans.*

- Réaménager les locaux d'accueil de l'Office de Tourisme en tenant compte des nouveaux comportements de la clientèle curiste et touristique.

## **FAIRE DE LA QUALITÉ UN ATOUT CONCURRENTIEL.**

### **Axe 1. Veiller au respect de la marque Qualité Tourisme.**

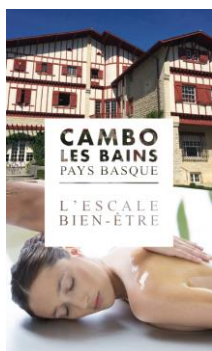
*Les actions envisagées sur 3 ans.*

- Poursuivre et consolider la démarche qualité et procéder à la révision régulière des procédures, du manuel qualité, des documents qualité,
- Poursuivre la professionnalisation du personnel de l'Office de Tourisme de Cambo les Bains et mettre en place un plan de formation du personnel en lien avec la stratégie de développement de l'Office de Tourisme,
- Assurer un retour de la satisfaction client en utilisant de nouveaux moyens de médiation,
- Collecter les données statistiques pour les indicateurs mis en place.

### **Axe 2. Influencer de manière fondamentale sur la qualité de la destination.**

*Les actions envisagées sur 3 ans.*

- Etablir un schéma d'accueil Qualité de Cambo les Bains,
- Professionnaliser l'accueil des prestataires touristiques du territoire,
- Suivi de la démarche Qualité au sein de l'Office de Tourisme et réflexion sur l'extension du principe de la démarche qualité aux prestataires touristiques du territoire en accord avec les politiques menées dans ce cadre par la Région Nouvelle Aquitaine et le Département des Pyrénées Atlantiques,
- Obtenir le label Tourisme et Handicap,
- Inciter les hébergeurs à se faire classer ou à obtenir un label national.



# POLITIQUE DE **PROMOTION** 2017-2019

## PROMOTION **INTERNATIONALE**

L'Office de tourisme de Cambo-les-Bains s'associe à l'Aadt64 pour les actions de promotion internationale, qui se font sous la marque Biarritz-Pays Basque.

## PROMOTION **NATIONALE**

Cambo-les-Bains bénéficie de la présence d'un prestataire national quant à son activité thermale : la Chaîne Thermale du Soleil.

Cette dernière communiquant sur la destination Cambo-les-Bains par le biais de ses brochures, de sa présence au salon des Thermalies, de son site internet, d'accueil presse (etc.) au niveau national, l'Office de tourisme de Cambo-les-Bains n'entreprend donc pas d'actions de promotion nationales à son niveau.

## LA PROMOTION **À L'ÉCHELLE DE L'OFFICE DE TOURISME**

L'Office de Tourisme s'engage à mener des actions de promotion et de communication pour contribuer à développer les retombées économiques sur son territoire de compétence.

L'enjeu est :

- \* de se différencier des autres territoires du Pays Basque tout en capitalisant sur la destination,
- \* de donner une image dynamique du territoire, malgré l'image figée de station thermale,
- \* de consolider voire d'augmenter la fréquentation des socioprofessionnels du territoire.

L'Office de Tourisme valorise et renforce l'attractivité de son territoire par :

- \* l'édition et la diffusion de supports de communication distribués gratuitement aux visiteurs (touristes et résidents),
- \* le développement et l'animation d'outils numériques,
- \* l'intensification des relations presse,
- \* son engagement dans la démarche qualité, l'animation et la mise en valeur du patrimoine naturel et bâti (randonnées accompagnées, visites guidées, etc.),
- \* sa participation aux actions collectives de l'Aadt64,
- \* l'achat d'espaces publicitaires,
- \* les campagnes de publicité.

## LES MARCHÉS PRIORITAIRES

	MARCHÉS	TYPE D'ACTION
<b>SÉDUIRE</b>	TOUT PUBLIC	Présence sur internet et le web2.0
	JOURNALISTES	Accompagnement agence presse Accueils presse sur cibles des marchés prioritaires
	PARIS	Actions mutualisées Aad64
	BORDEAUX	Actions mutualisées mer/montagne avec OT Hendaye Actions mutualisées Aad64
	LYON	Actions mutualisées mer/montagne avec OT Hendaye
	NANTES	Actions mutualisées mer/montagne avec OT Hendaye
	TOULOUSE	Actions mutualisées mer/montagne avec OT Hendaye
	BAB	Campagne Facebook
	PAU	Actions mutualisées mer/montagne avec OT Hendaye Campagne Facebook
<b>INFORMER</b>	TOUT PUBLIC	Présence sur internet et le web2.0 SIRTAqui Editions OTCB Insertions publicitaires

## OBJECTIFS 2017-2019

### Axe 1. Promouvoir le territoire à partir des outils du web.

*Les actions envisagées sur 3 ans.*

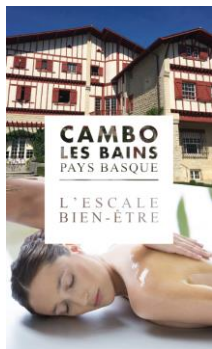
- Créer un nouveau site internet, permettant la commercialisation en ligne et prenant en compte les comportements des internautes,
- Mettre en place une politique de référencement pour accompagner la mise en ligne du site internet,
- Définir une stratégie web 2.0,
- Animer et alimenter régulièrement les comptes existants du web 2.0 (Instagram, Facebook, ...).

### Axe 2. Promouvoir la destination par l'image.

*Les actions envisagées sur 3 ans.*

- Développer, dynamiser et renforcer l'identité et l'image de la destination au sein du Pays Basque et au niveau national,
- Imaginer un message/slogan fort mettant en avant les points forts de la station thermale de Cambo-les-Bains,
- Refondre la charte graphique de l'OT et repenser les éditions d'accueil,
- Renforcer les actions de promotion auprès des marchés prioritaires,
- Enrichir la photothèque de la structure en réalisant régulièrement des reportages photos,
- Définir une politique éditoriale et produire des contenus éditoriaux riches de sens et de valeurs,
- Développer et renforcer les relations presse en lien avec le service Presse de l'ADT64,
- Mettre en place des partenariats avec les Stations classées et Offices de tourisme du Pays Basque.

→ *Les actions à mener sont détaillées dans les plans prévisionnels de promotion, révisés chaque année en fonction des résultats constatés.*



# POLITIQUE DE COMMERCIALISATION 2017-2019

## OBJECTIFS GÉNÉRAUX DE L'OFFICE DE TOURISME DE CAMBO-LES-BAINS

Le développement des activités commerciales concourt, au même titre que les actions de promotion et de communication, à faire progresser la notoriété et l'image touristique de la destination.

Dans un contexte de concurrence de plus en plus forte entre les destinations de tourisme, amplifiée par une crise économique qui touche fortement l'économie du tourisme, la commercialisation constitue un enjeu important. Les activités commerciales nous permettent, notamment de générer un chiffre d'affaires supplémentaire et de soutenir la croissance de l'activité de l'ensemble des filières du secteur économique local.

La stratégie commerciale de l'Office de Tourisme de Cambo les Bains repose, entre autres, sur trois éléments essentiels :

- \* la continuité du service réservation, proposé depuis 2007, permettant de faciliter le contact entre propriétaires de meublés et clients,
- \* la facilitation des relations entre prestataires touristiques et clientèles, afin de générer une économie touristique complémentaire aux socio-professionnels du territoire,
- \* le développement de nouvelles actions permettant de financer une partie de notre fonctionnement.

### Centrale de réservation

- \* Faciliter le contact entre propriétaires de meublés et clients,
- \* Mettre en place un modèle de relation client favorisant le passage de la demande à l'acte d'achat,
- \* Fidéliser notre clientèle,
- \* Apporter un chiffre d'affaires complémentaires aux prestataires du territoire,
- \* Permettre l'autofinancement de la structure par le biais des marges commerciales réalisées.

### WE gourmands

- \* Développer et renforcer la démarche de commercialisation de produits de courts séjours en valorisant les prestataires et les atouts touristiques du territoire,
- \* Etendre la consommation des visiteurs sur plusieurs jours afin d'augmenter les retombées économiques des manifestations auprès des prestataires du territoire et générer de l'hébergement en « ailes de saison »,
- \* Communiquer et promouvoir les WE gastronomiques identitaires du territoire,
- \* Apporter un complément de ressources propres à l'Office de Tourisme.

### Excursion groupe

- \* Faciliter les démarches nécessaires à la venue de groupes sur la destination et satisfaire nos clients,
- \* Développer la démarche de commercialisation de produits d'excursion en valorisant les prestataires et les atouts touristiques du territoire,

- \* Mettre en place des partenariats avec les institutionnels du tourisme concernant cette démarche ainsi qu'avec nos prestataires privés,
- \* Apporter un complément de ressources propres à l'Office de Tourisme,
- \* Etre présent sur les brochures groupes des autocaristes,
- \* Optimiser les retombées économiques du tourisme auprès des prestataires.

#### Boutique-billetterie de l'Office de tourisme

- \* Être un vecteur de promotion pour la Station,
- \* Proposer un service plus aux visiteurs (billetterie des manifestations locales, excursions, etc.),
- \* Permettre un autofinancement plus important,
- \* Les produits proposés par notre boutique doivent être identitaires, véhiculer une image de marque spécifique et ne pas entrer en concurrence avec le tissu commercial local.

#### Régie publicitaire de l'Office de tourisme

- \* Apporter un financement complémentaire aux outils de communication de la station.

#### Service de classement des meublés.

- \* Apporter un service plus aux prestataires de Cambo-les-Bains,
- \* Avoir une meilleure connaissance de l'offre,
- \* Permettre un autofinancement plus important de la structure.

Les actions mises en place pour réaliser les objectifs souhaités sont détaillées dans le plan d'action triennal de l'Office de Tourisme et sont amenées à évoluer chaque année en fonction des résultats.

## CIBLES DE CLIENTÈLE

#### Centrale de réservation

- \* **Cible prioritaire** : clientèle curiste / 21 jours minimum de présence sur le territoire France entière
- \* **Cible secondaire** : individuels / séjours inférieurs à 21 jours et courts séjours / Clientèle française et étrangère.

#### WE gourmands

- \* **Cible prioritaire** : individuels / couples / actifs et retraités / CSP intermédiaires  
Départements : 64, 65, 09, 40, 33, 47, 24, 32, 31, 82, 81, 46, 12, 16, 17, 79, 85

#### Excursions groupes

- \* **Cible prioritaire** : groupes de 3<sup>ème</sup> âge  
Bassin de proximité : Aquitaine + ouest Midi-Pyrénées
- \* **Cibles secondaires** : autocaristes, agences de voyage  
Aquitaine + ouest Midi-Pyrénées (maximum 3h aller + 3h retour)

#### Boutique - billetterie

- \* **Cible prioritaire** : toute personne pénétrant à l'Office de tourisme : touristes et locaux.  
Clientèle française et étrangère.

#### Régie publicitaire.

- \* **Cible prioritaire** : professionnels touristiques de Cambo-les-Bains.
- \* **Cibles secondaires** : professionnels touristiques hors Cambo-les-Bains.

### Classement des meublés.

- \* **Cible unique** : meublés de tourisme déclarés de Cambo-les-Bains - hors meublés appartenant à un membre du Conseil d'administration.

## PRODUITS PROPOSÉS

### Centrale de réservation

La centrale de réservation gère à maxima le planning en exclusivité de 50 meublés pour 40 propriétaires, d'une part, pour une problématique de ressources humaines dédiées, d'autre part, pour éviter une concurrence trop forte aux agences immobilières gérant des biens sur le territoire.

Les biens commercialisés par l'Office de Tourisme doivent être :

- \* classés et déclarés en Mairie,
- \* répondre aux attentes de la clientèle ciblée (superficie, prix, etc.),
- \* situés sur le territoire de compétences de l'Office de Tourisme.

### WE gourmands

Les WE Gourmands proposent une formule tout compris :

- \* hébergement en demi-pension ou formule petit déjeuner, 2 jours/1 nuit ou 3 jours / 2 nuits,
- \* repas au cœur de la fête,
- \* entrées aux activités proposées durant le temps de la manifestation (ex. concert de chœurs basque, etc...)

Ils ne comprennent pas les activités de visite hors manifestation (suggestions incluses dans les propositions de l'OT).

### Excursions groupes

Le produit d'appel concerne la commune de Cambo les Bains avec les visites de la Villa Arnaga et de la Chocolaterie Puyodebat et un repas, mettant en avant la cuisine traditionnelle basque.

Cependant, une offre à tiroirs permet aux groupes de décider, s'ils le souhaitent, du programme de leur journée.

### Boutique.

- \* L'Office de Tourisme s'assure que les produits sélectionnés ne sont pas vendus par les commerçants de Cambo-les-Bains afin de ne pas entrer en concurrence directe avec eux.
- \* Les produits sélectionnés doivent être en adéquation avec la destination Cambo-les-Bains et la destination Pays basque, pour d'une part, en faire la promotion, mais aussi, d'autre part, donner envie aux visiteurs de rapporter un souvenir de leurs vacances.  
Les produits devront donc répondre aux univers retenus pour la boutique de l'Office de tourisme : Villa Arnaga, Thermes de Cambo-les-Bains, thématique gastronomique (gâteau basque, piments d'Espelette, cerises d'Itxassou), thématique faune locale (pottok, brebis), emblèmes du Pays basque (croix basque, drapeaux basque).
- \* L'Office de tourisme privilégie les produits artisanaux, fabriqués au Pays Basque (ex : Banaka, tee-shirt de l'atelier Kasu, Affiches Marcel Travel, torchons Moutet, Egiazki, etc.), les produits Made in France, ou si ce n'est pas possible, les produits Made in Europe.
- \* L'Office de tourisme privilégie les produits s'inscrivant dans une démarche écologique (circuits courts, produits utilisés, etc.),
- \* Les produits fabriqués hors UE sont acceptés mais dans une limite de 10 %.

### Régie publicitaire.

L'ensemble des brochures de l'Office de tourisme propose une régie publicitaire, mais également ses outils numériques (site internet - écrans d'accueil). Ces régies publicitaires doivent s'intégrer aux éditions sans être trop prégnantes.

## POLITIQUE DE **PRIX**

Pour l'ensemble de son offre, l'objectif est de proposer des produits à un tarif abordable voire compétitif mais jamais supérieur aux prix du marché.

Pour ce faire, une veille constante est effectuée par les agents en charge de la commercialisation.

Concernant l'offre « Hébergement sec » de l'Office de Tourisme, la responsable de la centrale de réservation a un rôle de conseil auprès de l'ensemble des hébergeurs.

## **OBJECTIFS** 2017-2019

### **Axe 1. Maintenir le niveau d'activité de la centrale de réservation.**

*Les actions envisagées sur 3 ans.*

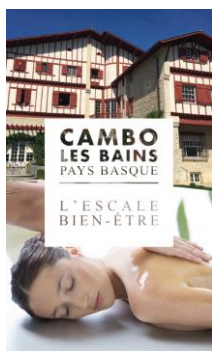
- Assurer la mise en place d'une plate-forme de réservation et de paiement en ligne sur le nouveau site internet,
- Former l'ensemble du personnel à répondre aux demandes de renseignement afin d'apporter une réponse immédiate aux demandes,
- Mettre en place un contrat de mandat de deux ans pour les propriétaires de la centrale afin de pouvoir répondre aux demandes de réservation précoces et garder ainsi les clients captifs,
- Fidéliser la clientèle par la mise en place de services +.

### **Axe 2. Trouver de nouvelles ressources d'autofinancement.**

*Les actions envisagées sur 3 ans.*

- Pérenniser les régies publicitaires « print » de l'Office de Tourisme et développer les régies du site internet et des écrans d'accueil,
- Développer la gamme de produits de la boutique de l'Office de Tourisme,
- Développer le service de classement des meublés de tourisme de l'Office de Tourisme





# ACTIONS DE SENSIBILISATION À L'ENVIRONNEMENT 2017-2019

## CONTEXTE

L'intérêt des voyageurs pour un tourisme respectueux de l'environnement est croissant. L'Office de tourisme de Cambo-les-Bains peut, dans son quotidien en utilisant les éco-gestes, être un acteur du tourisme durable. C'est pourquoi, depuis 2013, l'Office de tourisme a mis en place une Charte éco responsable, partagée par l'ensemble de ses salariés.

Dans le même temps, l'Office de tourisme de Cambo-les-Bains collabore avec le syndicat Bil Ta Garbi, en mettant à disposition de sa clientèle et de ses socio-professionnels, les outils créés autour des éco-gestes.

## EN INTERNE

Depuis 2012, l'équipe de l'Office de Tourisme de Cambo-les-Bains s'est engagée dans une démarche de gestion raisonnée de la structure, d'une part pour des raisons environnementales et, d'autre part, pour des raisons budgétaires.

Pour le fonctionnement général de l'Office de tourisme, une Charte des éco-gestes de l'Office de tourisme est appliquée depuis 2013 par l'ensemble de l'équipe de l'Office de tourisme.

Concernant la boutique de l'Office de tourisme, les produits en circuit court sont privilégiés afin de réduire l'impact carbone de l'OTCB mais également afin de redistribuer et de s'impliquer dans la vie et l'économie locale.

Les éditions principales de l'Office de tourisme (Hébergements + Loisirs et découvertes) sont réalisées par un imprimeur « Imprim'vert » officiant dans un périmètre maximum de 200 km.

Pour les petites impressions (Carnet d'adresses), il est admis de faire appel à un imprimeur local (réduction du transport).

Les déchets sont triés et le papier est soit recyclé, soit réutilisé en papier brouillon.

La politique d'achat des équipements ou fournitures favorise les produits éco-labellisés.

L'ensemble des pratiques de l'Office de Tourisme de Cambo-les-Bains est identifié dans la Charte des éco-gestes mais également dans la procédure en cours dans l'établissement. Ces deux documents sensibilisent les agents aux économies d'énergie, d'eau, de papier, au tri des déchets (etc.), et spécifient les responsabilités de chacun. Ils sont intégrés dans le Manuel du Nouvel Entrant, et certains messages sont précisés aux endroits clés de l'Office de Tourisme.

## SENSIBILISER LE PUBLIC

L'Office de tourisme diffuse l'ensemble des documents édités par le syndicat Bil Ta Garbi auprès de sa clientèle touristique.

Afin de sensibiliser les prestataires touristiques, le site dédié aux professionnels de l'Office de tourisme de Cambo-les-Bains comporte une page sur les éco-gestes, avec la possibilité de télécharger l'ensemble des documents en ligne.