

## TERRITOIRE DE LA MONTAGNE BASQUE

Fiche-action n° :	1.3 - ANIMATION NUMÉRIQUE DU TERRITOIRE MONTAGNE BASQUE
Action stratégique n° :	1 – Associer les acteurs locaux pour améliorer la performance de l'action touristique
Articulation avec :	<p>↳ <b>Schéma départemental du tourisme 2016-2020 :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Renforcer l'attractivité de la destination Pays Basque             <ul style="list-style-type: none"> <li>o Axe II – Gagner des nuitées en Pays Basque intérieur.                 <ul style="list-style-type: none"> <li>Enjeu : professionnaliser les acteurs et favoriser la relation directe entre le prestataire et le client.</li> </ul> </li> <li>o Axe III – Conquérir des parts de marché tout au long de l'année.</li> </ul> </li> </ul> <p>↳ <b>Plan d'actions 2016 du CDT :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Chapitre 5.6 – Numérique / Animation numérique de territoire.</li> </ul>
Contexte :	<p>Le diagnostic numérique réalisé fin 2014 par les Offices de tourisme de la Montagne Basque a révélé un décalage entre les pratiques numériques des clients et la présence des professionnels locaux sur le web.</p> <p>Parmi les principaux constats :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ moins de 50% des hébergeurs ont un site web et dans plus de 90% des cas, la technologie n'est pas adaptée aux écrans tactiles (smartphones, tablettes,...) ;</li> <li>▪ moins de 30% des hébergements du territoire sont réservables en ligne.</li> </ul> <p>Face à cette situation, les OT ont décidé de mutualiser les compétences internes de leurs ANT (5 au total sur le territoire) pour bâtir ensemble un programme d'accompagnement annuel.</p> <p>Un premier cycle de 7 ateliers a eu lieu en 2015, auquel ont participé plus de 70 prestataires. Une nouvelle session est en cours depuis le début de l'année 2016 : plus de 60 professionnels ont pris part aux 4 premiers ateliers.</p>
Enjeux :	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Réduire la fracture numérique.</li> <li>- Bénéficier d'un meilleur référencement collectif du territoire.</li> </ul>
Objectifs :	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aider les professionnels à améliorer leur visibilité sur Internet, en autonomie, et à mieux commercialiser leur offre : gestion de leur e-réputation, mise en ligne de contenus éditoriaux et visuels qualitatifs, appropriation d'outils de vente en ligne,...</li> <li>- Personnaliser l'offre de services des OT, en fonction des besoins concrets de leurs adhérents.</li> </ul>
Contenu de la fiche-action (nature des dépenses) :	<p>La mise en place et l'animation des ateliers recouvrent une diversité de tâches :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ veille numérique ;</li> <li>▪ création de contenus pédagogiques (tutoriels, supports d'animation,...) ;</li> <li>▪ animation d'ateliers et de conférences ;</li> <li>▪ évaluation et suivi individuel post-atelier ;</li> <li>▪ diagnostic numérique de territoire.</li> </ul> <p>Le volume de temps global requis est évalué à 0,3 ETP/ OT/ an.</p>

<b>Maîtrise d'ouvrage :</b>	Offices de tourisme la Montagne Basque (OT du Pays de Hasparren, OT de St-Jean-Pied-de-Port – Baïgorry, OT de Basse Navarre et OT de Soule).
<b>Partenaires :</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Collectivités locales : mise à disposition de locaux pour les ateliers.</li> <li>- MOPA : mise à disposition de ressources et programme de formation.</li> <li>- CDT Béarn – Pays Basque : animation du réseau ANT des OT du 64.</li> </ul>
<b>Budget prévisionnel :</b>	BUDGET GLOBAL = 35 000 € sur les 4 OT.
<b>Plan de financement prévisionnel :</b>	Coûts pris en charge sur le budget de fonctionnement des OT.
<b>Calendrier de réalisation :</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <u>Janvier-mars 2016</u> : réalisation des premiers ateliers : <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <u>n°1</u> = « Comportements des clients sur le web : comprendre le cheminement numérique de chez eux à notre destination » ;</li> <li>▪ <u>n°2</u> = « Séduire les touristonautes par l'image » ;</li> <li>▪ <u>n°3</u> = « Web éditorial : écrire pour le web » ;</li> <li>▪ <u>n°4</u> = « Référencement naturel et outils Google ».</li> </ul> </li> <li>- <u>Juillet 2016</u> : animation spécifique sur la future plateforme de télé-déclaration/ télé-paiement de la taxe de séjour (<i>cf. fiche-action n°1.1</i>).</li> <li>- <u>Octobre 2016</u> : reprise des ateliers.</li> <li>- <u>Janvier 2017</u> : lancement d'un nouveau cycle annuel (n°3).</li> </ul>
<b>Evaluation et suivi (indicateurs de réussite) :</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Evaluation et suivi individuel post-atelier.</li> <li>- Diagnostic numérique de territoire (enquête en ligne via le SIRTAQUI et audits individuels de chaque prestataire).</li> </ul>
<b>Pièces annexes versées à la demande d'aides :</b>	<p>Pas de demande d'aide prévue sur cette action.</p> <p>Communiqué de presse des ateliers 2016 envoyé pour information.</p>

## TERRITOIRE DE LA MONTAGNE BASQUE

<b>Fiche-action n° :</b>	<b>3.2 - OUTILS DE COMMUNICATION NUMÉRIQUES MONTAGNE BASQUE</b>
<b>Action stratégique n° :</b>	<b>3- Promouvoir l'offre de la Montagne Basque, en lien avec la marque « Biarritz Pays Basque », pour améliorer le niveau de fréquentation</b>
<b>Articulation avec :</b>	<p>➤ <b>Schéma départemental du tourisme 2016-2020 :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Renforcer l'attractivité de la destination Pays Basque :             <ul style="list-style-type: none"> <li>o Axe I – Qualifier la destination en fédérant les acteurs autour de la marque Biarritz Pays Basque. <u>Enjeux</u> : associer les professionnels à l'information touristique + valoriser les patrimoines.</li> </ul> </li> </ul> <p>➤ <b>Plan d'actions 2016 du CDT :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Chapitre 4.1 – Marketing commun/ Marketing de séjour.</li> </ul>
<b>Contexte :</b>	<p>La production de contenus éditoriaux et visuels est incontournable pour les Offices de tourisme, en raison de la diversification des outils de communication avant-, pendant et après- séjour.</p> <p>Les Offices de tourisme de la Montagne Basque investissent dans la montée en compétence de leurs équipes pour produire du contenu visuel et éditorial : sur les 4 OT, une personne a suivi la formation MOPA « Reporter Numérique de Territoire » (OT Basse Navarre) et 3 autres sont actuellement en cours de formation.</p> <p>Les contenus collectés serviront à alimenter différents supports de communication :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ sites web des institutionnels et professionnels du territoire ;</li> <li>▪ éditions papier ;</li> <li>▪ écrans du dispositif B@O.</li> </ul>
<b>Enjeux :</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Proposer un outil d'internet de séjour.</li> <li>- Faciliter la circulation de l'information entre la côte et l'intérieur.</li> <li>- Rendre les habitants et les professionnels ambassadeurs de leur destination.</li> </ul>
<b>Objectifs poursuivis :</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Produire avec réactivité du contenu éditorial et visuel de qualité.</li> <li>- Associer les professionnels et les habitants à l'information sur le territoire.</li> </ul>
<b>Contenu de la fiche-action (nature des dépenses) :</b>	<p>Achat de contenus numériques : reportages photo et vidéo.</p> <p>Acquisition de petit matériel : appareils photos numériques, accessoires, logiciels de traitement de photos.</p>
<b>Maîtrise d'ouvrage :</b>	Groupement de commande entre les Offices de Tourisme de la Montagne basque (OT de Soule coordonnateur).
<b>Partenaires :</b>	<p>CDT Béarn – Pays Basque :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ aide à l'écriture du cahier des charges ;</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ appui à la diffusion des informations vers le réseau des OT de la Côte pour favoriser la synergie Côte - Intérieur.</li> </ul>																										
<b>Budget prévisionnel :</b>	<p>BUDGET GLOBAL = 19 000 € :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <u>coût estimatif reportages photo + vidéo</u> : 16 000 € ;</li> <li>▪ <u>coût estimatif petit matériel</u> : 3 000 €.</li> </ul>																										
<b>Plan de financement prévisionnel :</b>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Dépenses</th> <th>Montant HT</th> <th>Recettes</th> <th>Montant</th> <th>%</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="2">Reportages photo + vidéo</td> <td rowspan="2">16 000 €</td> <td>Conseil Régional</td> <td>6 650 €</td> <td>35%</td> </tr> <tr> <td><b>Conseil Départemental</b></td> <td>8 550 €</td> <td><b>45%</b></td> </tr> <tr> <td rowspan="2">Acquisition de matériels</td> <td rowspan="2">3 000 €</td> <td><i>Sous-total aides publiques</i></td> <td>15 200 €</td> <td>80%</td> </tr> <tr> <td>Autofinancement OT</td> <td>3 800 €</td> <td>20%</td> </tr> <tr> <td><b>TOTAL DÉPENSES</b></td> <td><b>19 000 €</b></td> <td><b>TOTAL RECETTES</b></td> <td><b>19 000 €</b></td> <td><b>100%</b></td> </tr> </tbody> </table>	Dépenses	Montant HT	Recettes	Montant	%	Reportages photo + vidéo	16 000 €	Conseil Régional	6 650 €	35%	<b>Conseil Départemental</b>	8 550 €	<b>45%</b>	Acquisition de matériels	3 000 €	<i>Sous-total aides publiques</i>	15 200 €	80%	Autofinancement OT	3 800 €	20%	<b>TOTAL DÉPENSES</b>	<b>19 000 €</b>	<b>TOTAL RECETTES</b>	<b>19 000 €</b>	<b>100%</b>
Dépenses	Montant HT	Recettes	Montant	%																							
Reportages photo + vidéo	16 000 €	Conseil Régional	6 650 €	35%																							
		<b>Conseil Départemental</b>	8 550 €	<b>45%</b>																							
Acquisition de matériels	3 000 €	<i>Sous-total aides publiques</i>	15 200 €	80%																							
		Autofinancement OT	3 800 €	20%																							
<b>TOTAL DÉPENSES</b>	<b>19 000 €</b>	<b>TOTAL RECETTES</b>	<b>19 000 €</b>	<b>100%</b>																							
<b>Calendrier de réalisation :</b>	<p><u>Mai - juin 2016</u> : écriture du cahier des charges pour consultation de photographes professionnels et choix du prestataire.</p> <p><u>Juin à octobre 2016 puis juin à octobre 2017</u> : réalisation des reportages photo/vidéo.</p>																										
<b>Evaluation et suivi (indicateurs de réussite) :</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nombre de contenus (photos, vidéos) collectés.</li> <li>- Audience des supports pour lesquels ont été créés les contenus.</li> </ul>																										
<b>Pièces annexes versées à la demande d'aides :</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Courrier de saisine saisi du Pdt de l'OT de Soule.</li> <li>- Projet de cahier des charges.</li> </ul>																										