



CCI PAYS DE LA LOIRE

Vos CCI Pays de la Loire Demain : Volet Tourisme NOTE DE POSITIONNEMENT

Notre vocation :

- Œuvrer à la professionnalisation des acteurs du tourisme,
- Concevoir et monter des opérations d'appui au développement,
- Fédérer les acteurs,
- Anticiper et répondre aux besoins de compétences des entreprises pour contribuer à leur développement et leur compétitivité.

Juin 2016

L'économie touristique en Pays de la Loire

La multiplication des destinations touristiques dans le monde, la diversification des marchés-source et des flux de touristes, l'explosion des types de produits touristiques, l'internationalisation des acteurs d'une chaîne de valeur toujours plus composite ainsi que les politiques volontaristes développées par un nombre croissant de pays peuvent profondément affecter le tourisme en France et dans notre Région.

Dans un secteur marqué par une compétition internationale exacerbée, nous savons qu'aucune position n'est jamais définitivement acquise et que son maintien exige une forte professionnalisation du secteur, des produits renouvelés, des investissements permanents et une promotion renforcée.

Avec ses atouts naturels et ses nombreux équipements touristiques, la Région des Pays de la Loire compte 6 900 hébergements marchands (hors meublés) offrant une capacité d'accueil d'environ 323 000 lits. 4 537 restaurants viennent compléter cette offre. **Elle accueille chaque année 18 millions de visiteurs**, réalisant ainsi 80 millions de nuitées touristiques (tout hébergement et toutes nationalités confondus).

En Pays de la Loire, le tourisme constitue une activité équivalente à 7,8 % du PIB (7,3 % au niveau national) et avec ses 7,6 milliards de chiffre d'affaires, il crée chaque année près de 50 000 emplois. Le tourisme est indéniablement un secteur essentiel de l'économie régionale, tout comme il l'est à l'échelle nationale. En effet, avec un solde positif de 6,8 milliards d'euros en 2015, le tourisme constitue, au niveau national, un des premiers postes de notre balance des paiements.

Le projet d'entreprise « CCI Pays de la Loire de Demain »

Depuis plus de 10 ans, le tourisme réceptif français perd des parts de marché en termes de fréquentation. De même, le niveau des dépenses par touriste reste très largement inférieur en France à ce qu'il est chez d'autres pays leaders. Ainsi, la récente dégradation du rang de la France dans le principal index international de compétitivité touristique, doit être considérée comme un signal d'alerte nécessitant une mobilisation de l'ensemble des acteurs du secteur, notamment dans une Région fortement touristique comme les Pays de la Loire.

Avec ses conseillers spécialisés dans le tourisme mais également dans des compétences transversales (numérique, formation,...) le réseau des CCIT des Pays de la Loire contribue fortement à la performance de la

filère tourisme au travers du développement économique des territoires. L'action du réseau des CCI des Pays de la Loire est avant tout destinée à :

- **Renforcer la compétitivité des entreprises, notamment en s'appuyant sur les usages numériques,**
- **Contribuer à la création d'emplois,**
- **Amplifier l'effet levier du tourisme en matière de développement économique de nombreux territoires de la région (en particulier ceux pour lesquels le tourisme est un domaine d'activité prépondérant)**

Dans leur approche stratégique de soutien au développement du tourisme et de ses entreprises, les CCI des Pays de la Loire reconnaissent la grande diversité du tourisme régional. Elles considèrent que cette diversité des différents territoires de la région, est une richesse qu'il faut préserver et faire fructifier tout en structurant et en harmonisant, au niveau régional, l'offre destinée aux entreprises pour gagner en lisibilité, et en performance.

Comme tous les secteurs d'activité, le tourisme est impacté par les leviers du changement qui sont au cœur de la vision TRIA (Troisième Révolution Industrielle et Agricole) : révolution numérique, transition énergétique, nouveaux modèles économiques, performance globale et R.S.E.

C'est pourquoi les CCI proposent dans ce domaine du tourisme, de :

- **Structurer l'offre d'appui aux entreprises, par :**
 - Des actions collectives destinées à améliorer **la qualité de l'accueil des commerçants** et professionnels du tourisme à l'échelle d'un territoire avec la démarche « exception accueillante » (cf annexe),
 - Des démarches destinées à améliorer la performance globale des entreprises (Dinamic performance interne ou développement commercial, etc...) (cf annexe)
 - Des actions collectives et individuelles destinées à développer la pratique et les usages du numérique dans le quotidien des professionnels du tourisme (parcours)
- **Structurer les filières :**
 - La restauration avec une animation et un plan d'actions articulés autour du Titre de Maître Restaurateur et des produits locaux (cf annexe)
 - Un parcours ante et post création en restauration (cf annexe)
 - Le nautisme avec un plan d'actions destiné à professionnaliser et structurer les acteurs (cf annexe)
 - Le tourisme de Découverte Economique avec l'Association « Visitez nos Entreprises en Pays de la Loire » (cf annexe)
 - Les sites et lieux de visite avec la FREST (Fédération Régionale des Entreprises et Sites Touristiques) (cf annexe)

Par l'animation des groupements professionnels (filère et interfilières).

- **Accentuer la professionnalisation des acteurs avec :**
 - Une offre de formation continue Tourisme spécifique dédiée (cf annexe)
 - Une offre de formation initiale et qualifiante destinées à accompagner l'entreprise dans son développement
 - Une collaboration avec Angers TourismLab sur les volets formation et innovation avec notamment la mise en place d'une Ecole Supérieure de la Gastronomie, des vins et des spiritueux.
- **Contribuer à l'innovation des entreprises par :**
 - L'organisation de réunions thématiques (nouveaux usages numériques, nouvelles tendances, évolution des attentes clients, ...)
 - Un dispositif de veille et d'observation de l'offre et de la demande.

Les CCI souhaitent déployer ces opérations dans un cadre concerté avec l'ensemble des autres entités impliquées dans le développement du tourisme en région, pour en optimiser les effets.

ANNEXES

- La démarche « Exception accueillante »
- Le dispositif « Dinamic »
- Animation de la filière restauration
- Le parcours restauration
- Animation de la filière nautisme
- Le Tourisme de Découverte Economique – Visitez nos entreprises en Pays de la Loire
- La Fédération Régionale des Entreprises et Sites Touristiques
- L'Offre de formation continue Tourisme spécifique

ATELIERS EXCEPTION ACCUEILLANTE **High Hospitality Academy**

Objectif de l'action

- Déployer un « accueil d'exception » pour créer la différence
- Se former grâce à un partage d'expériences positives
- S'approprier la dynamique de l'accueil : cultiver un esprit client et adopter les bons réflexes pour mieux répondre aux attentes de ses clients

Cible

Professionnels/acteurs du tourisme, commerçants.

Présentation de l'action

En complément du programme High Hospitality Academy déployé sur l'ensemble du territoire français reposant sur une offre de formations (basée sur la culture de service et les langues étrangères) et un kit de fiches et guides pratiques, les CCI des Pays de la Loire souhaitent aller plus loin grâce à une méthode innovante basée sur des ateliers narratifs.

Il s'agit d'un processus de réflexion et de partage entre dirigeants, animé avec une méthode spécifique basée sur le questionnement de leurs pratiques.

Au cours des ateliers, chaque groupe d'une douzaine de personnes va revisiter les ressorts de la performance de son accueil et construire sa propre vision de l'accueil pour ensuite le décliner en plan d'action pour son entreprise.

Pour passer de la prise de conscience au plan d'action efficace, un cheminement partant toujours de l'expérience personnelle jugée comme une réussite est suivi.

La valorisation et l'écoute de ces expériences réussies permettent d'échanger, d'amplifier et d'essaimer les bonnes pratiques.

Déroulé :

Animation de 3 ateliers (6 à 12 personnes)

- ✓ **Atelier 1 : Qu'est-ce qu'un accueil réussi ?**
 - ✓ Prendre conscience de l'importance que l'accueil se joue essentiellement dans la relation à l'autre, l'attitude, le comportement
- ✓ **Atelier 2 : Que disent mes clients ?**
 - ✓ Identification d'expériences d'accueils réussis : qui, quoi, comment et que retient le client ?
Définition de ce que chacun souhaite que les clients retiennent comme image en terme d'accueil
- ✓ **Atelier 3 : Comment transformer un client en ambassadeur de mon établissement ?**
 - ✓ Après une mise en œuvre des outils, partage des expériences et déclinaison d'un plan d'action.

DINAMIC

Objectif de l'action :

Donner à l'entreprise en 9 mois, les moyens de renforcer sa compétitivité grâce à une équipe d'experts et à l'opportunité de bénéficier d'un partage d'expériences.

Cible :

PME du secteur touristique et du secteur industriel

Présentation de l'action :

Dinamic Entreprises est un dispositif mis en place en 2007 par l'Etat et le Conseil Régional des Pays de la Loire, en collaboration avec les Chambres de Commerce et d'Industrie et avec le soutien de l'Union Européenne.

Dinamic est une équipe d'experts qui accompagne et oriente les PME du Tourisme dans leur recherche de performance.

Dinamic intervient sur les domaines fondamentaux de la compétitivité de l'entreprise :

- Performance interne
- Développement commercial
- Innovation

Un accompagnement « sur-mesure » à moindre coût pour l'entreprise (1/5ème du coût réel).

Une méthodologie claire et structurée dans une logique de résultats, offrant un parcours aménagé aux TPE.

- Un chef de projet oriente l'entreprise en validant ses objectifs et son axe de développement prioritaire (Performance interne, commercial ou innovation). Il veille au bon déroulement du dispositif
- Un consultant appuie le dirigeant et son équipe dans la conception du diagnostic de l'entreprise et la réalisation de ses plans d'actions. Il apporte son expertise et la pédagogie nécessaires à l'animation du projet (durée : 21 demi-journées).
- Un consultant RH aide à la construction du parcours de professionnalisation d'un collaborateur choisi par rapport à la stratégie de développement de l'entreprise (durée : 4 demi-journées)
- Plus de 30 formations offrent la possibilité de former tous les collaborateurs de l'entreprise en fonction des besoins en compétences. Tout au long du dispositif, au travers de sessions interentreprises, les formations (jusqu'à 30 jours-homme) assurent l'appropriation des outils et le transfert des connaissances.

ANIMATION DE LA FILIERE RESTAURATION

Objectif de l'action

- Structurer la filière restauration pour en faire un élément d'attractivité des territoires.

Cible

- Restaurants ayant le titre de Maitre Restaurateur
- Restaurants de la filière gastronomique

Présentation de l'action

Cette opération vise à créer un réseau ouvert à l'ensemble des Maitres Restaurateurs et aux restaurateurs étoilés Michelin par le biais d'actions visant à assurer :

- La promotion du Titre « Maitre Restaurateur »
- Un Plan d'actions de communication régional
- La déclinaison du programme d'animations régional à l'échelle de chaque CCIT des Pays de la Loire, en lien avec le Schéma Régional de Développement du Tourisme et des Loisirs et en s'appuyant sur des actions phares à destination de la filière (Salon Serbotel, Club des Etoilés,...)
- La mise en place d'actions visant à rapprocher les producteurs locaux et restaurateurs (Workshop Circuits courts.....)

ACCOMPAGNEMENT DES PROFESSIONNELS DE LA RESTAURATION : Le parcours restauration

Objectif de l'action

Le secteur de la restauration reste très dynamique, en mutation en terme de création et reprise (environ 25 % tous les ans), présent sur tous les territoires (centre-ville, quartier, rural, tourisme, zone activité, centres commerciaux, lieux de vie, ...), contribuant à la qualité de vie et reflet sociologique de l'évolution de la société et des « humeurs » des français. La restauration attire des techniciens de la restauration avec parfois peu de compétences en entrepreneuriat ou des non professionnels du secteur. Le secteur reste toutefois très fragile, sensible aux aléas économiques et aux erreurs dans la conduite de son entreprise.

Cible

- Créateurs/repreneurs
- Professionnels de la restauration

Présentation de l'action

1 – ANTE CREATION: Parcours en 4 étapes pour accompagner le créateur/repreneur

Dispositif d'accompagnement pour permettre aux porteurs de projets d'appréhender les différentes étapes de la construction d'un projet en restauration avec 2 « fils conducteurs » :

- Sa stratégie avec la définition de son concept
- La faisabilité économique de son projet

- Atelier de sensibilisation de 2 heures
- Une formation d'une journée
- Un accompagnement personnalisé par un conseiller entreprise
- Un cycle de formation courte et longue (formations obligatoires : hygiène, permis d'exploitation / formations techniques métier de la cuisine et du service/formation longue : Créer et reprendre une entreprise en hôtellerie restauration : 392h et 10 semaines de stage)

2 – POST CREATION : Parcours en 4 étapes pour accompagner le professionnel

Dispositif post création pour accompagner les professionnels sur trois thématiques : commercialisation (mieux commercialiser son restaurant), mieux gérer son restaurant (mettre en place des tableaux de bord pour être autonome dans le suivi de ses indicateurs de gestion), mieux gérer son personnel (améliorer son management).

Exemple sur le thème commercialisation :

Etape 1 : Un atelier de 2 heures sur la thématique de la commercialisation de son restaurant. Remise d'un auto diagnostic sur les pratiques commerciales du chef d'entreprise qui servira de base pour le diagnostic en entreprise ;

Etape 2 : Rendez-vous en entreprise pour un diagnostic des pratiques commerciales (pré -diagnostic renseigné et mené de manière contradictoire avec le conseiller - 2 heures)

Etape 3 : Une restitution en collectif des restaurateurs accompagnés (2 h) avec :

- Analyse et synthèse des points de vigilance identifiés à partir des diagnostics réalisés
- Proposition d'actions correctives à mettre en place et plan d'actions

Etape 4 : Formation d'une journée sur « J'optimise mes ventes »

- Principales règles pour sensibiliser le restaurateur à la culture « commerciale »
- Les nouvelles attentes du consommateur
- Pré Requis : Les fondamentaux à respecter « les essentiels du métier »
- La carte du restaurant : arme commerciale
- Mieux vendre en interne (la vente additionnelle)
- Panorama des outils principaux : du print au numérique pour mieux communiquer avec son client

ANIMATION DE LA FILIERE NAUTISME

Objectif de l'action

- Développement et amélioration qualitative de l'offre (ports à sec, qualité des ports existants et des services associés, bases de location et produits innovants type boat club)
- Promotion de la destination touristique et nautique
- Soutien à l'implantation et au développement des entreprises nautiques
- A plus long terme, développement de la pratique afin d'amener plus de monde sur l'eau.

Présentation de l'action

Malgré la présence de marqueurs forts du territoire dans le domaine nautique (Vendée Globe, Bénéteau, grands coureurs type Peyron...), les Pays de la Loire perdent des parts de marché dans le domaine des services nautiques (vente et entretien location de bateaux, ports de plaisance...) vis-à-vis des territoires voisins (Bretagne et Charente Maritime).

Une des raisons du succès de nos voisins est la en place depuis de nombreuses années, d'une vraie stratégie pour le développement de cette filière avec un soutien fort des collectivités locales.

Les Pays de la Loire disposent pourtant d'un potentiel important grâce :

- à la dynamique économique du littoral ligérien pourvoyeur de clients pour le nautisme
- à la proximité de grandes agglomérations et la qualité des accès terrestres (autoroutes, train, avion)
- à un bassin de navigation de haute qualité (îles notamment)

Ce retard vis-à-vis de nos voisins peut-être comblé si des actions sont mises en place rapidement. En effet, la filière nautique connaît actuellement des mutations profondes (modification du profil client du « marin passionné » au « consommateur d'un loisir ») et les territoires qui sauront proposer les produits et services adaptés à ces évolutions client en tireront un avantage compétitif

LE TOURISME DE DECOUVERTE ECONOMIQUE « VISITEZ NOS ENTREPRISES EN PAYS DE LA LOIRE »

Objectif de l'action

- Aider à la structuration de la filière du Tourisme de Découverte Economique en Pays de la Loire,
- Fédérer et accompagner les entreprises ouvertes au public ou candidates à l'ouverture,
- Présenter et valoriser les savoir-faire régionaux et faire découvrir un certain nombre de métiers associés auprès du grand public et des jeunes qui représentent les salariés, entrepreneurs de demain.

Cible

- Entreprises régionales souhaitant faire connaître leur savoir-faire au public.

Présentation de l'action

La visite d'entreprise complète naturellement les offres touristiques traditionnelles. C'est une démarche qui permet au grand public d'accéder à des savoir-faire ancestraux comme à de nouveaux métiers encore méconnus.

Plus de 10 millions de français visitent chaque année les 5000 entreprises françaises ouvertes au public.

L'association « **Visitez nos Entreprises en Pays de la Loire** » a été créée en 2001 avec pour ambition, de développer la visite d'entreprise comme une activité touristique à part entière.

Aujourd'hui une cinquantaine d'entreprises ligériennes sont membres de ce réseau régional.

Depuis 2002, l'association s'est engagée dans une démarche qualité auprès de la Marque "Qualité Tourisme". 22 entreprises ligériennes sont titulaires de la Marque « Qualité Tourisme » dans le cadre de la visite d'entreprise.

FREST

Objectif de l'action

Contexte et constat

On peut comptabiliser près de 750 lieux de visite en Pays de la Loire. Une majorité de ces équipements sont à gestion publique avec des intérêts, une lisibilité et des priorités différentes de celles d'entreprises à caractère privé ou à gestion privée.

En mai 2009, la Fédération Régionale des Entreprises et Sites Touristiques (FREST) a été créée pour représenter la profession auprès des pouvoirs publics et des collectivités, favoriser un lieu de rencontres, de partages et d'échanges entre sites de visites.

Les collectivités manifestent un intérêt d'avoir un interlocuteur représentant la profession. En son absence sur le plan régional et national, la filière des professionnels du tourisme est sous-estimée et difficilement identifiable.

Cible

La FREST est une structure régionale avec des représentants de chaque département dans son Conseil d'Administration pour conserver cette proximité.

Un réseau de 44 sites de visites privés :

- 21 dans le Maine et Loire
- 12 en Loire Atlantique
- 8 en Vendée
- 2 en Mayenne
- 1 en Sarthe

Présentation de l'action

Pour pallier l'absence de regroupement de sites privés, quelques professionnels ont souhaité réfléchir pour apporter des éléments de réponse à l'isolement d'une grande majorité de sites ou prestataires touristiques privés par la création d'une fédération dont les objectifs, sont :

- **Des rencontres régulières** sur des thématiques liées aux préoccupations des exploitants (conférences et témoignages) ; quelques exemples :
 - Comprendre la chaîne graphique (imprimerie Connivence)
 - La réforme sur les enseignes, pré-enseignes et publicité (SYNAFEL)
- **Des échanges** et retour d'expérience au sein de groupes de travail ; exemple :
 - Mise en place de la FRESTInfo, lettre trimestrielle avec une veille réglementaire et juridique, une veille d'opinion (la montée en puissances du tourisme collaboratif, la perception des boutiques des sites touristiques par les visiteurs...)
- **Des formations spécifiques** aux problématiques des sites de visites pour l'exploitant ou ses collaborateurs ; quelques exemples :
 - Savoir animer son équipe, Comment Intégrer son personnel saisonnier , Créer, valoriser et optimiser la boutique de son site

- **Des actions structurantes pour la filière**
 - Accompagnement de la FREST dans la création de Sagetour, premier salon dédié aux gestionnaires de sites touristiques et culturels à Angers
 - Mise en place en 2016/2017 d'un parcours « Mieux vendre en optimisant ses tarifs ». Programme en partenariat avec l'Université d'Angers/Esthua et l'Essca dont l'objectif est de sensibiliser et amener les sites dans des politiques de pricing.
- **Etre l'interlocuteur des collectivités** (relais d'information auprès des adhérents mais également être un porte-parole auprès de ces mêmes collectivités) ; quelques exemples :
 - Travail engagé sur la signalisation des sites de visites (49)
 - CRT /Académie e-tourisme accompagnée d'une convention de partenariat
 - Réseau – Pl@net Tourisme (85)
 - La FREST est une association loi 1901, à but non lucratif, indépendante et bénéficiant du support technique de la CCI de Maine-et-Loire et des autres CCI des Pays de la Loire.

UNE OFFRE DE FORMATION CONTINUE TOURISME SPECIFIQUE

Thèmes

Techniques professionnelles :

- Techniques de perfectionnement pour les employés d'étages (2 jours)
- Connaître les vins pour mieux les vendre (2 jours)
- Les bases de la cuisine sous vide (3 jours)
- La cuisine créative autour des épices (2 jours)
- Dessert à l'assiette/café gourmand (2 jours)

Management et encadrement :

- Animer efficacement son équipe (2 jours)
- Construire l'entretien professionnel (1 jour)

Développement commercial – Vente :

- « Client plus » le défi pour accroître votre chiffre d'affaires (2 jours)
- Le revenue management et l'optimisation tarifaire (2 jours)
- Intégrer Facebook dans sa stratégie commerciale (1 jour)
- L'accueil des clients étrangers (14 heures)

Comptabilité – Gestion – Finances :

- Gérer ses achats et calculer ses coûts en restauration (1 jour)

Qualité – Sécurité – Environnement :

- Etablir et faire appliquer les bonnes pratiques d'hygiène en restauration (2 jours)
- Améliorer les performances de l'entreprise par une gestion Eco responsable (1,5 jour)

E-tourisme ou Web et culture numérique :

- Développer et gérer les avis clients (1 jour)
- M-Tourisme : les enjeux de la technologie mobile (1 jour)
- L'indépendance commerciale de son établissement vis-à-vis des sites de réservation (1 jour)

Cibles (en fonction de la thématique)

- Professionnels du tourisme (hôtellerie restauration, campings, sites touristiques...)