

Samedi 11 et dimanche 12 avril 2015

Visitez **Votre Pays Basque**

Bisita zuen Euskal Herria

Bilan de l'opération
2015

1. PARTICIPATION DES ENTREPRISES ET AUTRES ACTEURS DU TOURISME :

47 professionnels ont participé à la sixième édition de l'opération « Week-end portes ouvertes du tourisme ». Ils sont répartis selon les rubriques :

- ✓ Géographique : Labourd : 34, Basse-Navarre : 10, Soule : 2, Sud des Landes : 1
- ✓ Modalités de visite : gratuit : 27, un gratuit pour un payant : 20
- ✓ Jours d'ouverture : samedi : 17, dimanche : 6, les deux jours : 24
- ✓ Thèmes de visite : Gastronomie et Produits Locaux : 12, Histoire et Patrimoine : 15, Hébergement : 7, Nature et Loisirs : 13

Nouveauté 2015 : Les outils de communications ont été partiellement traduits en basque. Le communiqué de presse a été traduit en langue basque et envoyé aux médias bascophones.

Un jeu-concours a été organisé, grâce aux 94 lots donnés par 34 entreprises participantes, représentant une valeur totale de 1761 €.

Ce jeu-concours a permis de récolter 150 adresses qualifiées de personnes souhaitant être recontactées pour l'édition 2016 dont 94 exprimant l'envie de recevoir des informations et des actualités de la part des prestataires au cours de l'année. Le fichier a été transmis aux entreprises participantes, aux offices de tourisme et au CDT, pour être exploité lors de leurs propres opérations de communication.

2. RECAPITULATIF DES ACTIONS DE COMMUNICATION ET BILAN DES CONSULTATIONS :

Internet :

- Page dédiée de l'opération « jevisitemonpaysbasque.fr » : Elle a reçu 2935 visiteurs uniques, pour 14 067 pages vues et 77 % de nouveaux visiteurs, pour la période entre le 29 mars et le 14 avril. En ce qui concerne l'origine des internautes, 53 % consultent depuis la côte basque, 5 % depuis la montagne basque, 32 % depuis le Béarn, 5 % depuis les Landes et 5 % d'autres départements d'Aquitaine.
- Page Facebook : 3 677 personnes ont consulté la page entre le 29 mars et le 14 avril. La page a généré 760 mentions « j'aime » soit 366 de plus que l'an dernier.
- Article sur la rubrique actualité du site du CDT et annonces dans les calendriers des manifestations sur les sites internet et les pages de 5 offices de tourisme du Pays Basque.
- **A noter** : 17 entreprises ont relayé l'info sur leur page facebook et/ou leur blog tandis que 2 ont retweeté l'information. L'an dernier, moins d'une dizaine d'entreprises avaient relayé cette information dans leurs médias numériques.
- Autres blogs : brèves avec renvoi sur la page dédiée dans les blogs : paysbasque.net, lacerisesurleberet.com, kindabreak.com
- Bandeau avec visuel de l'opération intégré automatiquement sur la signature de tous les mails sortants de la CCI entre le 23 mars et le 12 avril 2015.
- Newsletters : articles dans les newsletters envoyées par le Comité départemental du tourisme aux abonnés du 64 et du 40 (plus de 2800 abonnés).

- Envoi d'un e-mailing spécial « jevisitemonpaysbasque » à 4015 destinataires abonnés des informations économiques de la CCI Bayonne Pays Basque. Cet envoi a été lu par 1138 personnes.

Achat d'espaces dans les médias locaux :

- Publicité sur le Sud Ouest : insertion publicitaire sur la 4^{ème} de couverture du journal Sud Ouest des vendredi 3 avril et mercredi 8 avril.
- France Bleu Pays Basque : 27 messages de 30 secondes devaient être diffusés du 6/03 au 10 /04 en plus de la promotion avec chroniques, interviews et jeux concours dans 4 émissions. Les grèves de cette radio n'ont permis d'assurer qu'un tiers de ce plan de communication.
- RTL2 : Spot de 30 secondes toutes les heures du vendredi et samedi matin. (10 et 11 avril)
- Euskal Irratiak (4 radios basques): 4 spots 20 secondes / jour du lundi 6 au vendredi 10/04 et annonce lors de dotations de jeux concours (10 dans la semaine)
- TVPI : un spot de 15 secondes diffusé une fois par heure du lundi 6 au vendredi 10 avril ainsi qu'une insertion de l'affiche dans l'agenda.

Affiches et Plaquettes : 200 affiches et 2000 plaquettes distribuées par les entreprises participantes et les offices du tourisme du Pays Basque.

Réseau Crédit Agricole : Communication sur les écrans de télévision dans les agences du 64, parution dans les blogs des agences du réseau Crédit Agricole du 64.

Réseau du personnel d'entreprises : Communication interne auprès des salariés de l'EDF et de la CCI

3. RECAPITULATIF DE L'ENQUETE DE SATISFACTION AUPRES DES ACTEURS TOURISTIQUES PARTICIPANTS :

Une enquête a été réalisée dans la semaine suivant l'opération, par mail auprès des entreprises participantes. 29 entreprises sur 47 ont répondu, soit un taux de participation de 62%. La synthèse ci-dessous compile leurs évaluations sur l'opération, leurs observations et leurs recommandations.

Nombre de visiteurs reçus lors de cette opération :

Il y a eu au total 769 visiteurs recensés chez les 30 entreprises ayant répondu à l'enquête. **Rapporté au nombre total de répondants, le nombre moyen de visiteurs accueillis a été de 26 visiteurs contre 21 personnes en 2014 et 15 en 2013.**

La fréquentation est très variable d'une entreprise à l'autre et évolue en fonction de la nature de la prestation ainsi que de l'implication du dirigeant dans le relais d'information auprès de son réseau. Il faut noter que 8 sur 12 des entreprises qui ont reçu moins de 5 personnes par jour, sont des prestataires d'hébergement et de restauration. Une réflexion spécifique est à mener pour l'édition prochaine sur la nature de leur participation.

Cette opération a-t-elle répondu aux attentes des acteurs locaux participants ?

9 des répondants sont satisfaits (soit 31 % contre 28 % en 2014) cependant 8 sur 29 le sont moyennement et 13 dirigeants témoignent que cette opération n'a pas répondu totalement à leurs attentes. Pourtant 63 % des entreprises qui ont pu comparer la fréquentation 2015 à celle de 2014, ont enregistré une hausse du nombre de visiteurs.

Cette opération vous permettra-t-elle de bénéficier de retombées commerciales ?

48 % (contre 51 % en 2014) pensent que cette opération n'aura aucune retombée commerciale, 35% ont répondu « ne sais pas » et 17 % prévoient des retombées commerciales. Les réponses positives sont en légère hausse comparées à 2014.

Participation à la promotion :

65 % des entreprises ont déclaré avoir participé à la promotion de l'évènement en utilisant les moyens mis à leur dispositions (plaquettes, affiches, visuels, spot audio, spot vidéo, communiqués, page facebook ...). Des marges de progrès restent à faire sur cet indicateur.

Intérêt du jeu-concours selon les entreprises :

34 entreprises sur 47 (soit 72 %) ont donné un ou plusieurs lots pour le jeu-concours.

- 57% des répondants à l'enquête souhaitent que le jeu-concours soit renouvelé en 2016
- Seulement 39 % des répondants disent qu'ils exploiteront le fichier qualifié de prospects locaux.

Evaluation en détail :

	Note sur 10	
	2015	2014
Evaluation générale de l'organisation	7,41	7,5
Evaluation de l'intérêt du projet	8,30	6,83
L'appui de la CCI	7,50	7,32
Le relais d'information par le CDT Béarn	6,43	6,46
Le relais d'information des OT	6,25	6,3
Evaluation du visuel	7,14	7,32
Evaluation du bon de réduction	6,52	7,54
Evaluation du nom du projet	7,68	8,18
Evaluation communication hors médias	6,34	6,94
Evaluation des médias	5,63	6,84

Seriez-vous intéressé pour participer à une prochaine édition ?

18 dirigeants, soit 62% des répondants, renouvelleront leur participation à l'opération en 2016 contre 1 qui ne renouvellera pas sa participation et 10 (34 %) qui prendront leur décision ultérieurement.

Recommandations des prestataires :

- Augmenter le budget de communication mais aussi les moyens (panneau d'affichage 4 X3)
- Mettre en place des offres promotionnelles plus attractives notamment pour l'hébergement et la restauration.
- Valoriser différemment les entreprises qui offrent une gratuité totale

4. BUDGET CONSACRE A L'OPERATION :

Les services tourisme et communication de la CCI Bayonne Pays Basque et le service communication du CDT Béarn Pays ont collaboré pour l'animation, la promotion et la coordination de cet évènement.

Cette opération a représenté 20 jours de travail équivalent temps plein et un budget de communication média de 6 000 €.

Le budget communication a été financé à 16 % par un sponsoring du Crédit Agricole, 50 % par un autre avec EDF PRO, 22 % par les cotisations des adhérents au cluster GOazen et 22 % par la CCI Bayonne Pays Basque.