



CLUBS DU CRTL : UNE MUTUALISATION AU SERVICE DE L'EFFICACITÉ



JEANNE BRU
Directrice du Pôle Marketing et Attractivité au CRTL Occitanie

Comment concilier opérations au bénéfice d'une filière en général et des entreprises en particulier ? Lancés en 2004, les clubs d'entreprises du Comité Régional du Tourisme et des Loisirs Occitanie répondent à cette problématique. À travers un modèle collaboratif, ils témoignent avec succès d'un état d'esprit, d'un engagement et d'une vision partagée de l'action marketing.

Développer l'attractivité de leurs territoires est l'ambition, la mission propre à tous les organismes de gestion de destination¹ (OGD). Pour être dans l'action au plus près des partenaires institutionnels et des acteurs privés de la région, tout en s'insérant en cohérence avec les dynamiques de filières et de territoires déjà existantes, le Comité Régional du Tourisme et des Loisirs (CRTL) Occitanie a misé sur une approche marketing différenciée, avec deux axes d'intervention. D'une part des actions « filières » en lien avec les acteurs institutionnels départementaux, offices de tourisme, fédérations et réseaux régionaux au bénéfice de l'ensemble des acteurs et des destinations, avec un financement partenarial. D'autre part des actions plus spécifiques déclinées par univers de consommation (mer, montagne, campagne, ville), menées à travers des clubs et leurs entreprises membres qui cofinancent ces actions.

LES CLUBS, RETOUR SUR UNE BELLE HISTOIRE...

Tout a démarré en 2004 avec la création du club Cercle Prestige. Une vingtaine d'entreprises se lancent dans cette aventure, avec le Comité Régional du Tourisme (CRT) Languedoc-Roussillon, pour répondre à un double objectif : positionner la destination sur le haut de gamme et le tourisme d'affaires, deux segments dont la marge de progression était importante, notamment en hors saison, et créer des synergies interprofessionnelles en réunissant dans un même club des entreprises ayant les mêmes objectifs et susceptibles de travailler ensemble.

Véronique Segat, qui a lancé le Cercle Prestige, se souvient d'avoir fait figure de précurseur : « *Au lancement du Cercle Prestige, rares étaient les régions françaises à participer à des salons et workshops dédiés au tourisme d'affaires. Et le fait qu'un CRT travaille directement avec des entreprises était également inédit.* » Depuis, l'initiative a été déclinée. Les autres clubs qui ont suivi (business, bien-être, activités de pleine nature) révèlent aujourd'hui tout leur intérêt, tant pour leurs membres que pour le CRTL Occitanie.

Ces clubs s'adressent à toutes les entreprises d'Occitanie qui souhaitent s'engager dans une action collective et veulent porter ensemble la des-

(1)

Les organismes de gestion de destination ou OGD font référence aux acteurs publics du secteur touristique qui s'emploient à promouvoir les territoires et à initier des dynamiques positives pour les prestataires touristiques (offices de tourisme, comités régionaux du tourisme, agences départementales du tourisme, etc.).

ination Occitanie Sud de France. Pour adhérer, l'entreprise doit faire acte de candidature et son offre doit correspondre au cahier des charges : engagement dans une démarche qualité et, bien sûr, positionnement et produits en lien avec la spécificité du club. L'étude des candidatures est assurée par le CRTL mais également par une commission de membres volontaires du club.

Financièrement, à l'adhésion au CRTL Occitanie s'ajoute l'adhésion annuelle au club. Son montant varie de 250 à 490 euros TTC. Le CRTL apporte sa propre contribution en doublant l'apport des entreprises. Il en ressort un budget global permettant de financer des actions mutualisées, tout au long de l'année. Les entreprises adhérentes peuvent également bénéficier de mises en avant spécifiques moyennant une contribution supplémentaire, par exemple la mise en place d'un agenda de rendez-vous lors d'un workshop.

DES ACTIONS SUR MESURE EN FONCTION DES BESOINS DU COLLECTIF

Un chargé de mission dédié à chaque club s'attache à faire émerger les attentes des membres en lien avec la stratégie marketing du CRTL pour les traduire en actions sur mesure, en fonction des besoins du collectif et au bénéfice de tous les membres. Citons par exemple des actions de communication et de presse ou des actions pour travailler la notoriété de la destination auprès de cibles spécifiques. Ou des opérations de marketing pour enrichir les bases de contacts, générer du trafic qualifié et des demandes de devis pour le club business qui contribuent à faciliter la mise en marché des entreprises. Les clubs organisent également des opérations événementielles pour aller à la rencontre des publics cibles ou les accueillir à destination, parfois des éducteurs pour faire vivre la destination Occitanie Sud de France auprès d'apporteurs d'affaires, comme les agences de voyages et tour-opérateurs. La formation n'est pas oubliée, pour monter en compétence sur des thématiques ciblées, avec par exemple la création de vidéos et visuels destinés aux réseaux sociaux.

« *Fin 2020, le CRTL Occitanie a lancé un nouveau club d'entreprises dédié aux activités de pleine nature, activités dont l'attrait s'est trou-* ▲

vé renforcé par la crise du Covid-19, ses confinements et couvre-feux », témoigne Elsa Guérin, en charge de ce club. « Pour sa première année, après consultation des partenaires départementaux, le choix a été fait de focaliser ce club sur le trail running et les sports du littoral. Un besoin de structuration se faisait ressentir pour ces activités afin de saisir pleinement les opportunités du marché. En fonction des besoins et attentes recueillis auprès des différents prestataires concernés (accompagnateurs, hébergeurs, réceptifs, etc.), la trame d'un plan d'action a été rédigée, support au recrutement des adhérents 2021. Consolidée par la suite grâce aux retours du terrain et expertises des adhérents au club, cette feuille de route a été déclinée tout au long de l'année à travers des formations, campagnes webmarketing, participations mutualisées à des salons, relations presse... Ce panel d'actions a été mis en œuvre au service de et avec les adhérents autour d'une ambition partagée : faire de l'Occitanie une destination incontournable pour les amateurs de sports outdoor et leurs accompagnants. »

UNE DYNAMIQUE DE CO-CONSTRUCTION QUI TRAVERSE LA CRISE

Pour une entreprise, s'engager dans un club, c'est être en lien avec un chargé de mission dédié du CRTL Occitanie : en début d'année, pour coconstruire et valider le plan d'actions collectivement et au fil des mois pour préparer, participer, partager ses retours d'expériences, échanger avec les autres membres du club... En fin d'année, vient le temps du bilan et des projections. Dans ce programme collaboratif, deux « rencontres club » constituent un temps fort de l'année : un membre devient hôte pour quelques heures et accueille la rencontre sur son site. Pour Véronique Segat, en charge du Cercle Prestige et du club bien-être, « ces réunions sont de vrais moments de construction collective au cours desquels chaque professionnel partage son expérience, exprime un avis par rapport à des choix de supports sur lesquels communiquer, des salons auxquels participer... Ces temps d'échanges entre professionnels d'un même secteur d'activité sont très appréciés des adhérents. »

Ces clubs auraient pu être mis à mal par la crise du Covid-19. Souhaitant préserver la dynamique

auprès des entreprises engagées et en difficulté, le Conseil d'Administration du CRTL Occitanie a validé les adhésions à titre gracieux. Un geste fort, d'autant que le budget a été maintenu, avec un plan d'actions qui s'est adapté au contexte sanitaire et à son évolution afin de continuer à travailler la notoriété de la destination et saisir toutes les opportunités pour soutenir le redémarrage de l'activité. Les résultats en 2020 et 2021 sont encourageants. Les effectifs des clubs n'ont pas fléchi, avec même de nouvelles candidatures et des entreprises plus motivées que jamais pour des actions collectives. Cécile Sénard, en charge du club business qui regroupait 133 membres en 2021, s'en félicite : « Le club bénéficie d'un bouche-à-oreille favorable eu égard aux actions proposées. Nous avons identifié pour 2022 une trentaine de candidatures supplémentaires potentielles. »

DES BÉNÉFICES SALUÉS PAR LES ENTREPRISES

Cette fidélité des entreprises est la plus belle des récompenses. Affirmer le positionnement de la destination Occitanie sur des segments spécifiques grâce au collectif constitue un bénéfice salué par les adhérents et contribue indéniablement à renforcer le leadership du CRTL. Mieux, lorsque les membres mobilisent leurs réseaux, mettent gracieusement à disposition une salle de réception, proposent des ateliers et animations durant un workshop ou fournissent des packs accueil pour un éducteur, l'action mutualisée et coopérative prend tout son sens et agit comme catalyseur au bénéfice de chacun et de la destination.

Quant aux retours sur les actions menées, ils témoignent du bien-fondé de la démarche, qu'il s'agisse de saluer l'accompagnement ou l'efficacité de la mise en réseau, de vanter les actions rendues possibles par la mutualisation ou les bénéfices de l'expertise, des contacts et des moyens de communication du CRTL. Également de se féliciter de l'effet de levier pour développer l'activité et la mise en marché de l'offre.

« LES CLUBS S'ADRESSENT AUX ENTREPRISES D'OCCITANIE QUI SOUHAITENT S'ENGAGER DANS UNE ACTION COLLECTIVE ET VEULENT PORTER ENSEMBLE LA DESTINATION »



Les clubs d'entreprises organisent des opérations événementielles pour aller à la rencontre des publics cibles ou les accueillir en région.

Olivia Gérardin, de la Maison Noilly Prat (producteur de vermouth), ne tarit pas d'éloges : « Nous avons rejoint le club business en 2015 pour des enjeux de promotion et de fédération régionale. Grâce à lui, la région émerge sur la scène BtoB, au niveau national mais également international. Il démontre à tous les acteurs l'intérêt et le potentiel de l'Occitanie en termes d'attrait, d'accessibilité, de capacités d'accueil. » Même enthousiasme d'Éric Péchadre, responsable des Cabanes dans les Bois : « Vraiment réussi, ce salon Destination Incentive 2021. Nous avons rencontré des acheteurs motivés venus découvrir les opportunités de notre région en matière de tourisme d'affaires et de nombreux repérages sont programmés pour leurs prochains séminaires. » Dans le nouveau club des activités de pleine nature, l'heure est également à l'optimisme, comme en témoigne Anne-Sophie Argenty, de Feeling Pyrénées : « Depuis sa création, il a été très actif, avec un plan d'actions et un calendrier précis qui nous ont, en quelque sorte, obligés à nous organiser entre professionnels du trail en Pyrénées catalanes afin de créer un programme de séjours que nous ferons évoluer au fil du temps. C'est un travail d'équipe constructif. »

Chez Pyrenesens, Mathieu Breton et Muriel Lavignotte n'ont pas hésité une seconde : « Dès que nous avons eu écho de la création du club,

nous avons adhéré à la démarche. En moins d'un an, nous sommes déjà convaincus de l'intérêt de notre engagement. Nous avons rencontré des acteurs de notre territoire qui œuvrent comme nous pour le développement de l'activité et, grâce au club, nous avons pu concrétiser notre souhait depuis plusieurs années de prendre part au salon du Festival des Templiers (un événement mondial du trail, dont les épreuves se déroulent sur le territoire des Grands Causses, dans le sud-est de l'Aveyron, ndlr). Jusqu'alors, le budget nécessaire était disproportionné par rapport aux retombées économiques envisagées. Concernant le pilotage du club, nous ne pouvons faire que des compliments à l'équipe pour son professionnalisme, la qualité et la densité des échanges, l'aspect démocratique de la démarche et sa réactivité. »

Géraldine Alquier, de la base nautique Glisse & Kite, ajoute : « Adhérer au club mer active Occitanie nous a permis de mettre en place des actions que nous n'aurions pas pu réaliser seuls, par manque de temps et de budget. Deux actions nous ont particulièrement apporté satisfaction : l'accueil des bloggeurs Trip in Wild et la formation Instagram. Ces deux actions visant l'animation des réseaux sociaux nous ont permis une meilleure pratique et procuré des retombées immédiates en termes de réservations. »

DE NOUVEAUX CLUBS EN PROJET

Plus que jamais, ces actions mutualisées et collectives menées au quotidien par les équipes font partie intégrante de l'ADN du CRTL. Et les clubs d'entreprises en sont l'une des traductions opérationnelles. C'est un cercle vertueux pour chacune des filières, grâce à la proximité avec les membres qui permet de cibler leurs besoins et de mieux connaître les tendances des marchés. Ces clubs sont également une précieuse composante de la gouvernance du CRTL qui peut, à travers les retours des adhérents, développer des actions vers un tourisme plus responsable. Alors quelles perspectives pour ces clubs ? La convergence d'intérêts des entreprises mais également l'homogénéité de leurs attentes constitueront une condition *sine qua non* de leur réussite et de leur pérennité. Au fil des travaux menés et orientations qui se dessinent pour les filières prioritaires, des opportunités émergent et de nouveaux clubs sont en projet. ■