

**Objet : Débriefing des ateliers Gestion de crises organisés à l'occasion de la Bourse aux dépliants le 6 avril 2023**

Date de la réunion : 10 mai 2023

Rédacteur : Nathalie Clauzel

Présents : MONA : Loïc Coissin et Amélie Hay

Gironde Tourisme : Nathalie Clauzel, Zoé Garcia, Eric Gonzalez, Marielle Guillembet, Lola d'Isarn de Villefort, Cédric Naffrichoux, Rosa Pecot, Barbara Penneteau, David Remazeilles, Chloé Tourdot-Fuentes, Joanna Wylie.

Excusés : Sylvain Albinet, Annabelle Denis, Emmanuelle Parent

Ordre du jour :

- Débriefing des ateliers Gestion de crises du 06.04.2023
- Proposition d'un plan d'actions

**Contexte** :

5 groupes d'échanges de 10-12 personnes mêlant OT et quelques prestataires, réunis le 6 avril 2023 à l'occasion de la bourse d'échange de documentation des offices de tourisme de la Gironde.

2 questions, 20 à 30 minutes d'échanges pour chacune.

Question 1 : Comment les événements de l'année dernière ont impacté mon travail (que mon territoire ait été touché directement ou indirectement) ?

Question 2 : Ce qu'il me manque aujourd'hui pour faire face aux potentielles situations extraordinaires (savoir-faire, savoir-être, outil...) ?

Le terme de crises est à prendre au sens large : incendies, canicule, ...

Lors des échanges, un OT indique voir la Coupe du monde de rugby comme une crise car craint une baisse de fréquentation à cause de l'attractivité de Bordeaux pendant cet événement, Le Phare de Cordouan se prépare à des crises liées aux suicides du haut du phare et aux problèmes en mer (tempêtes, particuliers manquant de connaissances sur les marées et le pied du phare), l'opposition tourisme/habitant est vue également comme une potentielle future crise

## **DIFFICULTÉS RENCONTRÉES :**

### **❖ Manque de communication et d'information**

- En été, les têtes de réseaux qui prennent les décisions sont souvent en vacances, il est donc difficile d'avoir une réponse rapide et une gestion efficace de ce genre de situation de crise
- Les arrêtés : difficiles à comprendre, incohérence entre différents niveaux (préfectoraux/municipaux), incohérence avec le département des Landes. Difficile à suivre lorsqu'il y en a beaucoup, difficulté à identifier les communes "boisées"
- Manque d'un interlocuteur dédié
- La collectivité n'a pas toujours eu le réflexe de se tourner vers l'OT
- Paradoxe entre communication slow tourisme et activités interdites ou annulées : pistes cyclables et forêts interdites, manque d'eau pour le canoë, parcours Terra Aventura fermés
- Beaucoup de questions des visiteurs sans réponse

### **❖ Des visiteurs égoïstes, anxieux et parfois agressifs**

- Difficultés à sensibiliser le grand public aux événements qui se passent autour d'eux.
- Des touristes qui se sentent loin des feux et n'écoutent pas les consignes
- Les visiteurs ne comprenaient pas qu'il n'y ait qu'un minimum d'informations à disposition.
- Difficultés à trouver les bons mots ou arguments pour faire face aux incompréhensions des touristes
- Besoin de beaucoup rassurer les gens / gérer la panique humaine
- Les reportages des journalistes effraient les touristes
- Mécontentement des randonneurs qui devaient chercher un hébergement à la dernière minute.

### **❖ Adaptation des OT / Moyens**

- Pas de clientèle l'après-midi, annulation des visites à cause de la chaleur
- Questions complexes sur la qualité de l'air
- Difficultés à expliquer aux touristes qu'en période de canicule, ils ne peuvent pas se baigner dans les étangs ni dans l'estuaire, à orienter les cyclistes et pèlerins (aucune info sur les pistes cyclables pour savoir comment contourner les massifs qui brûlent)
- Beaucoup d'appels téléphoniques
- L'accueil est passé du conseil en séjour à de la réassurance et s'est vu allongé à 20 min avec une difficulté de gestion des flux.
- Les OT sont devenus des relais soutiens sans en avoir forcément les compétences et les moyens.
- Par peur et manque de connaissances, de nombreuses annulations de visiteurs alors que leur lieu de séjour n'était pas concerné par les feux / cela demande une connaissance pointue de l'état des feux par l'OT afin de conseiller au mieux.
- "Nous sommes en perpétuelle adaptation sans avoir d'indicateurs pour mesurer ces adaptations"
- Il y a déjà des craintes avec des appels pour cette année.

### **❖ Gestion émotionnelle du personnel**

- Épuisement moral pour le personnel de l'OT après l'incendie et saisons
- Sentiment "d'impuissance" face aux événements, sentiment d'être inutile
- Solitude face à la crise
- Tensions et énervements côté équipes.

### **❖ Territoire**

- Points de baignade insuffisants.
- L'ONF n'a pas trouvé sa place dans cette situation.

## **POSITIF**

- Compréhension, empathie de certains visiteurs
- Solidarité entre les OT et entre les OT et les partenaires
- Les animations de soirées et marchés nocturnes ont bien fonctionnés
- Prestataires quand même contents de la saison
- La carte réalisée par GT a été bien utile

## **COMMENT LA CRISE A ÉTÉ GÉRÉE MALGRÉ CES DIFFICULTÉS**

### **❖ Communication et information**

- Course à l'information via des échanges quotidiens entre les communes concernées.
- Les OT du Bassin ont utilisé l'outil en ligne Discord pour communiquer facilement entre eux

### **❖ Adaptation des visiteurs**

- Les touristes sont venus plus tôt le matin à l'Office de tourisme et plus tard en soirée.
- Adaptation des clients à la chaleur avec des sorties le soir

### **❖ Adaptation de l'OT**

- Incertitude permanente -> "on programme des choses en croisant les doigts" / dynamique du dernier moment qui s'est mise en place petit à petit
- Une personne dédiée à surveiller les communiqués de presse et préparer les affiches et la communication en fonction des informations récentes.
- Orientation des touristes vers les châteaux viticoles avec des chais frais
- Visites guidées décalées ou annulées à cause de la chaleur et nocturnes maintenues.
- Tendance à remettre en question la mise en place de nouvelles idées par crainte d'une potentielle crise. "Économiquement, on est au ralenti".

### **❖ Accompagnement des prestataires**

- L'OT de Cadillac a proposé une formation de gestion de crise à ses prestataires via un organisme de formation, mais 0 inscrit .. ils se demandent si c'est la formulation de la formation à adapter.

## **LES BESOINS**

### **❖ Communication et information**

- Être impliqués dans la chaîne de transmission de l'information
- Vulgarisation des arrêtés, davantage de clarté avec des mots accessibles, un texte compréhensible.
- Outils de communication qui donne de l'information fiable et en temps réel (unité du discours)
- Organiser la diffusion de l'information entre professionnels et auprès du grand public
- Avoir plus d'informations sur les axes routiers ouverts ou fermés.
- Besoin d'un discours rassurant pour les touristes
- Outils de communication collaboratifs, travailler en réseau, échanger de temps en temps sur des thématiques spécifiques et partager des informations à l'échelle départementale et intra-territoriale.
- Un lieu central de l'information, un coordinateur général, un pôle de crise
- Un numéro vert où le public pourrait s'informer

### **❖ Territoire / Collectivités**

- Trouver un moyen de bloquer ou dissuader les incivilités (plus de contrôles, plus fortes amendes)
- Meilleure mobilisation et réactivité des collectivités
- Créer des processus de gestion de crise entre les réseaux concernés (Préf, ONF, CD33, GT, OT)
- Pouvoir participer à l'aide aux sinistrés, faire partie de la chaîne d'aide qui se met en place

**❖ Adaptation de l'OT**

- Trouver des alternatives aux tronçons fermés ou connaître rapidement les zones interdites
- Adapter son discours pour montrer qu'il existe d'autres sites que la dune du Pilat, lister toutes les autres activités à proposer, trouver des alternatives aux activités impossibles.
- S'adapter à la saisonnalité et aux nouvelles chaleurs qui risqueront de devenir les températures habituelles, travailler l'offre touristique sur une autre saison
- Proposer des activités de fin d'après-midi l'été et des animations de soirée.
- Sensibiliser et dissuader le grand public.

**❖ Gestion émotionnelle du personnel**

- Accompagnement pour les OT : soutien moral, cellule psychologique pour gérer émotionnellement, notamment pour les conseillers en séjours
- Besoin de débriefings (comme celui de la bourse mais plus tôt) - À noter que les offices de tourisme du Bassin d'Arcachon en ont fait un entre eux
- Aborder différemment la question de "crises" car cela effraie

**PROPOSITIONS**

- Créer un plan du département avec les routes barrées et les pistes fermées
- Améliorer la communication avec la préfecture
- Mettre en place un centre de ressources pour avoir toutes les informations
- Diffuser l'information par les réseaux sociaux auprès du grand public ou un sms instantané à ceux qui demandent les infos à l'OT
- Conseil juridique aux prestataires en amont, voir comment faire en sorte que les hébergeurs se protègent dans leur contrat
- Le PNR Médoc réfléchit à un message clair pour sensibiliser les promeneurs. Il faudrait faire un code de bonnes conduites avec des messages clairs. Savoir à qui s'adresser.

**PROBLÉMATIQUES / PROJECTIONS**

- Comment envisager les saisons qui arrivent ?
- Réflexions à long terme : en parallèle du réchauffement climatique, le rythme des vacances va changer et il vaut mieux orienter le changement dès maintenant en travaillant le tourisme de matinée ou de fin de journée -> cela permettrait de réduire le stress lié à la canicule.
- Remanier les programmes d'activités et les itinéraires à l'avenir
- Les équipes ne sont pas encore prêtes à travailler plus tôt ou plus tard.
- Problématique du recrutement : manque de main d'oeuvre et de profils vacants sur de courtes missions (guides conférenciers) -> les OT font face à des "ça ne vaut pas le coup de me déplacer pour si peu/pour un groupe si petit", au vu du prix de l'essence notamment.
- Les milieux ruraux vivent du tourisme en extérieur et du patrimoine, donc s'il fait trop chaud, les activités sont compromises

## **ÉCHANGES LORS DE LA RÉUNION DU 10.05.2023**

Les grands événements peuvent aussi être vécus comme des crises.

Les grands itinéraires pourraient être relais d'information auprès de leur clientèle.

Outils de communication :

Veiller à ce qu'il n'y ait pas trop d'outils de communication partagés.

Il y a besoin de deux espaces à vocation différente : un espace de discussion libre, d'échanges et un espace dédié à l'information officielle.

A Gironde Tourisme nous allons principalement relayer l'information du département et pas créer de nouveaux contenus.

Une des difficultés a été les interviews de la presse, et comment elle transforme et sélectionne ce qu'on leur dit.

Gironde Tourisme pourra apporter des éléments de langage.

Dans son catalogue de formation 2024, la Mona a prévu une formation Media Training.

La MONA ne proposera pas de formation spéciale crise mais propose de plutôt l'intégrer à tous ses accompagnements, de façon diluée.

La Mona propose de rédiger un article à paraître courant juin mettant en avant des OT ayant été confrontés à une crise l'an dernier afin de valoriser les bonnes pratiques et mettre subtilement des outils à disposition.

Gironde Tourisme mettra en place une organisation avec une astreinte et des informations régulières, avec des contacts réguliers et ciblés auprès du département. Nous demanderons aux OT une adresse mail à laquelle nous enverrons ces informations spécifiques.

Eric Gonzalez a une réunion le 26 mai avec le département, il demandera le contact de l'astreinte du département et le contact des interlocuteurs par filière.

La Mona propose de communiquer sur l'organisation qui sera mise en place par Gironde Tourisme et inviter les OT à identifier et se rapprocher des bons interlocuteurs au sein de leur collectivité de tutelle, connaître le numéro de contact de l'astreinte de la Cdc par exemple.

Joanna propose d'anticiper les demandes de la presse et propose de réaliser un communiqué de presse sur la thématique "un an après". Ainsi les médias contacteront directement Joanna pour avoir des noms de prestataires à interviewer au lieu de les contacter en direct. Et Joanna orientera vers des prestataires du Sud Gironde plutôt que du Bassin que la presse sollicite déjà.