

PLAN D' ACTIONS 2019

N°ACTION	DESCRIPTIF ACTION
AXE 1 : Optimiser l'organisation sur le territoire	
1-1 : l'OT : leader du développement touristique local	
Mesure 1 : Communiquer sur le rôle de l'Office de Tourisme	
Action 1	Soirée lancement saison/plan d'actions/magazine
Action 2	E-news sur les actions de l'OT
Action 3	Articles presse locale
Mesure 2 : Renforcer le partenariat avec les institutionnels	
Action 4	Participation aux réunions sur des projets (mairies, CAGV)
Action 5	Mise en place de labels pour l'OT (station accueil vélo ou autre)
Mesure 3 : Réorganiser les missions de l'Office de Tourisme et la répartition entre les postes	
Action 4a	Action de cohésion équipe (en lien avec Mesure 4)
Action 6	Création organigramme
Action 7	Rédaction fiches de postes
Action 8	recrutement saisonniers accueil
Mesure 4 : Renforcer la cohésion et l'efficacité de l'équipe	
Action 9	Action de cohésion équipe
Action 10	Eductour annuel dans autre OT Pour voir quels types d'actions, quelles missions et activités sont mises en avant
Action 11	Travail en ateliers 1 fois par trimestre -modif, selon les besoins désormais
Mesure 5 : Mise en conformité administrative et RGPD	
Action 12	Mise en conformité Délib/arrêtés/suivi budget
Action13	Révision du D.U
Action 13a	Révision du D.U: Rapporter dans le D.U les situations à risques par une veille tout au long de l'année
Action 14	Mise en conformité RGPD
Mesure 6 : Se former ou s'auto former dans son domaine	
Action 15	30 minutes numériques
Action 16	Ex :30 minutes sur projets valorisation tourisme vert ??
Action 17	Faire une veille sur la Mona, OTF et autres sources spécialisées pour voir l'évolution des missions des OT
1-2 : Des professionnels au cœur de la stratégie	
Mesure 1 : Animer le réseau de professionnels du tourisme et les sensibiliser à la qualité de l'accueil	
Action 18	Réunions d'informations sur les labels
Action 19	Réunion informations sur classement national

Action 20	Création d'outils de sensibilisation aux actes d'accueil comme un argumentaire de l'intérêt de l'accueil qualitatif, une Grille KALOSERO allégée pour s'auto évaluer et un support avec un mémo de l'accueil.
Mesure 2 : Accompagner les socio-professionnels dans l'évaluation des besoins sur le web (conférences/ateliers)	
Action 21	Organisation d'une conférence par an
Action 22	Organisation de petits déj numériques
Action 23	Aide individuelle au numérique
Mesure 3 : Accompagner dans la création de leurs produits et de leur commercialisation	
Action 24	Accompagnement individualisé
Action 25	Elaboration d'une charte restaurateur (Voir fiche existante)
Action 26	Création de pdts groupes
Mesure 4 : Stimuler les professionnels dans une logique de réseau	
Action 27	Organisation d'un Eductour hébergement
Action 28	Association dans le cadre d'actions de promo collectives (ex accueil presse)
Mesure 5 : Renforcement des liens OT-prestataires pour une meilleure connaissance de l'offre et mieux la vendre à l'accueil	
Action 29	Organiser Eductour prestataires
Action 30	Participation à des animations PAH
1-3 : Contribution au plan Marketing Département et Région	
Mesure 1 : Avec le département : sur les marchés-cibles : Sud-Ouest, Région Parisienne, groupes	
Action 31	Salon CE Bordeaux ou Toulouse
Action 32	Aéroport de Bergerac
Action 33	Participation sur Sud ouest magazines sur produits individuels promotionnels
Mesure 2 : Avec la région : groupes Report2 2020-2021	
Action 1	
Action 2	
Action 3	
1-4 : Animation de la dynamique touristique du territoire	
Mesure 1 : Organisation d'un comité de pilotage avec CODIR	
Action 34	RH
Action 35	Promotion- communication- commercialisation (Cf action 85 + 123)
Action 36	Projets de l'OT
Mesure 2 : Eductour prestataires	
Action 37	hébergements
Mesure 3 : Bourses d'échanges de compétences ou dépliants ?	
Action 38	1/ 2 journée dépliants + intervention d'un prestataire pour échanges d'expériences
Mesure 4 : Association des habitants (greeters, raconteurs, habitants)	
Action 39	Création d'une carte collaborative (ex : nos petits coins préférés)
AXE 2 : Renforcer l'Offre touristique à partir des spécificités du territoire	

2-1 : Capitaliser sur le potentiel du territoire en matière d'offre autour de l'itinérance pédestre, vélo et équestre

Mesure 1: Créer, améliorer, valoriser, structurer l'offre randonnée Géocaching

Action 40	Vérification de la qualité de l'Offre
Action 41	Repérage de nouveaux spots
Action 42	Veille

Mesure 2 : Mise en place d'une stratégie de développement de l'activité vélo autour d'un concept global : label accueil vélo

Action 43	Recensement de l'Offre
Action 44	Recensement du potentiel
Action 45	Réunion d'information de prestataires pour le label accueil vélo

Mesure 3 : Travail avec le Pays d'Art et d'Histoire sur la découverte numérique du territoire

Action 46	Veille sur des outils numériques ludiques autour du patrimoine pour proposer au PAH
-----------	---

Mesure 4 : Créer du lien entre randonnée et valorisation du patrimoine par la découverte en itinérance douce

Action 47	Réflexion/ réunion PAH sur mise en place d'un outil ludique
Action 48	Création de nouveaux produits (randos dégustation, rando avec conteurs de pays ...)

Mesure 5 : Multiplier les supports de diffusion sur le net

Action 49	Recenser les supports sur le net
Action 50	Création des contenus

Mesure 6 : Valoriser les outils numériques

Action 51	Veille
-----------	--------

Mesure 7 : Valoriser le label pêche

Action 52	Organisation d'une réunion d'information
-----------	--

2-2 : Valoriser les paysages / la nature / le petit patrimoine / le Lot

Mesure 1 : Créations d'outils de découverte du paysage : découverte sensorielle, circuits de pigeonniers, autres à définir...

Action 53	Réunion de travail pour identification thématique pertinente
Action 54	Réflexion sur le support
Action 55	Recenser les informations
Action 56	Créer du ou des supports

Mesure 2 : Proposition de découverte du patrimoine de façon ludique (soirée contée, balade contée ou costumée...)

Action 57	Réunion pour identifier
Action 58	Réflexion sur la création cahier des charges
Action 59	Programmation

2-3 : La valorisation des produits du terroir, gastronomiques

Mesure 1 : Travail avec la CAGV sur la valorisation et l'animation du réseau Fermes Lot et Bastides

Action 60	A définir avec CAGV (circuit des producteurs)
-----------	---

Mesure 2 : Faire un recensement des boutiques de producteurs

Action 61	Identification et visites
-----------	---------------------------

Action 62	Identification des potentiels
Mesure 3 : Encourager les fermes à créer des espaces de vente et de découverte	
Action 63	Identification de l'existant
Action 64	Identification des potentiels
Action 65	Travail avec CAGV + Département + région
Mesure 4 : Encourager les restaurateurs à travailler autour des produits régionaux, locaux, dans le cadre de produits packagés notamment	
Action 66	Charte d'engagement
Mesure 5 : Encourager les initiatives individuelles : prog de visites, dégust, pique-nique à la ferme / vignes, concert à la ferme, Noël au caveau, perles du terroir, ateliers mets et vins chez restaurateur	
Action 67	Recenser l'offre existante
Action 68	Recenser le potentiel
Action 69	Travail avec CAGV sur accompagnement des projets
2-4 : Conforter et améliorer l'offre d'hébergement et de restauration	
Mesure 1 : Accompagnement des meublés et chambre d'hôtes vers les labels nationaux et classement	
Action 70	Recensement
Action 71	Réunions d'information
Action 72	Participations aux visites de classement
Action 73	Négociation de services à tarifs privilégiés
Mesure 2 : Valorisation de l'offre de restauration existante (avec les spécialités locales)	
Action 74	Identification les restaurants ou produits locaux
Action 75	Valorisation dans le magazine
Mesure 3 : Encourager la création d'aires de camping-cars (projets privés / publics)	
Action 76	Recenser la demande
Action 77	Identifier les lieux pertinents
Action 78	Réunions d'information Mairies ou CAGV
Mesure 4 : Structurer l'application de la Taxe de séjour	
Action 79	Repérage des porteurs de projets
Action 80	RDV de sensibilisation, accompagnement
Action 81	Observatoire trimestriel
Action 82	Identification pour transmission CAGV des hébergeurs à Pb
Mesure 5 : Recenser pour réhabiliter l'habitat thématique : pigeonniers, granges, Maisons éclusières en bord de Lot, hébergement dans une gabarre, ...	
Action 83	Identification.
Action 84	Proposition de projets
AXE 3 : Développer la notoriété : promouvoir et commercialiser l'Offre touristique	
3-1 : L'OT, acteur majeur de l'offre touristique locale	
Mesure 1 : Travail sur une image de territoire : positionnement, outils	
Action 85	Réunions comité de pilotage (CF Action 35 + 123) avec Groupe Qualité de Destination
Action 86	Ecriture de la stratégie marketing

Mesure 2 : Stratégie de développement commercial	
Action 87	Rôle apporteur d'affaire : Plateforme Elloha
Action 88	Paiement par CB à distance
Action 89	Création de prdts groupes et individuels identitaires
Action 90	Renforcement billetterie hors les murs
Action 91	Dvt et poursuite carte pass – mise en conformité sur le plan légal
Action 92	Création d'un fichier clients potentiels : outils à acheter, ou récupération des fichiers existants et qualification
Action 93	Création et envoi d'une E-news promotionnelles avec produits individuels chaque trimestre
Action 94	Création packs de services pour les partenaires
3-2 : Participation au déploiement du plan marketing du département, cibles : Grand Sud-Ouest, Familles et dessaisonalisation avec Seniors/CE/Groupes/couples en petits séjours	
Mesure 1 : Actions de promotion sur le marché du Sud-Ouest	
Action 95	Participation Bordeaux Fête le Fleuve - annulée
Action 96	Action facebook Ads
Action 97	Actions influenceurs (instagrammers, blogueurs) et par thématiques
Mesure 2 : Développement ou création de contenus médias	
Action 98	Insertion dans revue (notre temps/ la vie)
Action 99	Contenu facebook département
Action 100	Guides touristiques
Mesure 3 : Participation à la réalisation de supports de communication	
Action 101	Redéfinition stratégie print
Action 102	Création d'un dépliant appel (aéroport, autres manifestations d'envergure)
Mesure 4 : Création d'un dossier de presse numérique (cibles du département)	
Action 103	Pour influenceurs
Action 104	Par thématique
3-3 : Elaborer une stratégie digitale	
Mesure 1 : Travail sur refonte du site internet	
Action 105	Cahier des charges
Action 106	Appel d'offres
Mesure 2 : Création avec une prestation externe ou plusieurs vidéos de séduction, reportages photos	
Action 107	1 vidéo générale
Action 108	3 à 4 vidéos thématiques
Action 109	Reportages photos thématiques
Mesure 3 : Développement des compétences sur le digital en interne	
Action 110	Ateliers ou 30 mn numériques
Mesure 4 : Développement de l'utilisation des réseaux sociaux	
Action 111	Participation de l'équipe au contenu

Action 112	Création de mini-reportages pour réseaux sociaux
Mesure 5 : Mise en place d'une communication interne à l'usage des socio-professionnels (à alimenter en permanence)	
Action 113	Création d'une revue de presse en ligne
Action 114	Petit déj juridique
Action 115	Espace pro du site internet
Mesure 6 : Dossiers téléchargeables (listes hébergements e-brochures, magazine, pdts groupes, plaquette rando, circuits voitures ½ journée)	
Action 116	A définir plaquettes rando (existence fiches), Circuits voitures ...
3-4 : Développement de partenariats avec les territoires voisins auprès des marchés de proximité	
Mesure 1 : Mutualisation de compétences sur accueil d'influenceurs	
Action 117	Nbre d'accueil influenceurs
Mesure 2 : partenariat sur des produits packagés groupes	
Action 118	Convention de partenariat entre OT
Action 119	Convention partenariat OT/ Prestas
Action 120	Chartes engagement
Action 121	Organisation logistique/ répartition des tâches
Action 122	Acquisition d'un logiciel de gestion
Mesure 3 : Développement d'une base de prospects dans l'optique d'emailings ou d'e-news avec des promotions	
En attente avec évolution sirtaqui et RGPD	
AXE 4 : Développement d'outils statistiques et économiques de l'activité touristique	
4-1 : Renforcer l'observatoire local	
Mesure 1 : Enquêtes, études clientèles, mesure du poids économique du territoire, comparaison des données avec d'autres territoires	
Action 123	SADI à faire en atelier (Cf action 35 + 85)
Action 124	Stat fréquentations et origine
Mesure 2 : Vérifier la pertinence de :	
<ul style="list-style-type: none"> Nos outils de communication (print et web) · Notre espace boutique · Notre espace numérique 	
Action 125	Utilisation des questionnaires de satisfaction accueil
Mesure 3 : Recenser les manques sur notre territoire pour définir un nouveau plan d'actions (CAGV + OT)	
Action 126	Questionnaires prestataires à diffuser, récolter et analyser
Mesure 4 : Indicateurs de qualités sur les démarches environnementales dans la perspective d'un tourisme durable ► Identifier et mettre en œuvre des mesures visant à rendre la destination Grand Villeneuvois plus écoresponsable	
Action 127	Assurer la complémentarité des activités, des événements et des attraits dans l'offre touristique en misant sur la concertation des différents acteurs concernés
Action 128	Concilier le développement touristique avec le maintien et l'amélioration de la qualité de vie des résidents ► Groupe de travail GQD sur « charte du visiteur » CF Palavas + travail sur équipements et infos en ville
AXE 5 : Développement du tourisme durable	
5-1 : Créer une destination orientée sur le développement durable	
Mesure 1 : Développement des éco-gestes de l'OT	
Action 129	Maintien des actions en cours :Tri papier. Utilisation de vaisselle lavable Limitation clim / chauffage Réduire impression ►

Action 130	vérification compteur au semestre
Mesure 2 : Sensibiliser les professionnels à une connaissance des atouts et sensibilités de l'environnement	
Action 131	Trouver un intervenant pour réunion
Mesure 3 : Encourager les labels liés au développement durable	
Réflexion en cours	

==