

2015

Compte-Rendu de la réunion du Groupe de Travail Local sur la Qualité 20 janvier 2015



INTRODUCTION

Un support de réunion sur le contenu de l'ordre du jour a été remis à chacun.

ORDRE DU JOUR

- 1 - Présentation de l'analyse statistique des questionnaires satisfaction 2014 et comparaison 2013
Bilan de la fréquentation 2014.
- 2 - Point sur les suggestions reçues et réflexion sur des actions d'amélioration à mener.

En 2014, 456 questionnaires satisfaction concernant l'accueil à l'Office de Tourisme ont été diffusés, contre 165 en 2013.

L'analyse des questionnaires recueillis s'est portée du 1^{er} janvier au 31 septembre 2014, soit sur 443 questionnaires.

ETAIENT PRESENTS

Marlène Fieremans
Directrice OTGV

Valérie Bernini
Responsable Qualité-Accueil
OTGV

Serges Compte
Producteur / hébergeur

Anne Marie Ribes
Commerçante

Daniel Desplat
Maire de Casseneuil

1- Questionnaires de satisfaction

Un réel effort a été fourni par les conseillers en séjour afin de répondre aux critères du référentiel qualité tourisme.

Nous avons choisi de sonder plus d'étrangers cette année pour avoir une meilleure idée de la satisfaction de cette clientèle que nous ne pouvons pas ignorer. Toutefois la tranche d'âge la plus représentative « 35-64 ans » reste identique ainsi que les CSP « retraités - Cadre - Employés »

ORIGINE DES CLIENTELES

La présence largement majoritaire de la clientèle française sur le territoire du Grand Villeneuvois est toujours bien réelle : 86,5 %

Royaume-Unis : 5,2 %

Pays-Bas : 3,4 % - Belgique : 3 %

CRITERE ACCES A L'OT

En 2013, ce critère était celui qui recueillait le plus d'insatisfaction (12%).

En 2014 nous avons réussi à faire baisser ce taux à 1%.

CRITERE ACCUEIL A L'OT

La satisfaction de l'accueil à l'Office de Tourisme du Grand Villeneuvois est reconnue à plus de 80% par les personnes sondées, comme en 2013.

Étant marqué QUALITE TOURISME™, l'OT se doit de diffuser au minimum 300 questionnaires par an.

Grâce à un conseiller en séjour bilingue Néerlandais, beaucoup de questionnaires ont pu également être remplis par cette clientèle représentative de toutes nos clientèles étrangères. Mme Fieremans annonce qu'un saisonnier parlant Néerlandais sera recruté pour cet été.

Les départements français les plus représentatifs sont le Lot et Garonne à 70 %, la Gironde à 7,7 %, Paris à 6,4 % et la Loire Atlantique à 5,7 %

La satisfaction de l'accès à nos points information a été obtenue grâce aux réflexions menées en Groupe Local Qualité Tourisme et à la collaboration des communes de Pujols et Villeneuve sur Lot.

Sont analysés dans ce critère :

Le temps d'attente, l'amabilité, la disponibilité, la compréhension de la demande, la précision des informations et l'appréciation globale.

1- Questionnaires de satisfaction

CRITERE BOUTIQUE / MAGAZINE NUMERIQUE

Sur l'ensemble de l'enquête de la partie « boutique / magazine », nous avons + 150% de fiches remplies par rapport à 2013.

Magazine numérique :

76,8% des sondés en 2013 ne se prononçaient pas, contre 34,1% cette année avec une satisfaction globale de 21,9% en 2013 contre 63,9% en 2014.

Boutique :

Un peu plus de prospects se sont prononcés sur le choix des produits, mais les données restent stables quant à la satisfaction (25,7% en 2013) et le peu de satisfaction (3% en 2013).

La satisfaction des clients par rapport aux tarifs continu à augmenter : 35% de satisfaction globale en 2013 contre 50,5% cette année. Elle peut s'expliquer notamment par des ajustements de prix.

Mme Ribes et M. Desplat se sont étonnés sur le taux élevé de personnes qui ne se prononcent pas sur l'espace boutique (32 % pour le choix des produits et 37 % pour les tarifs).

M. Compte explique que lui n'est pas du tout surpris, que cela reprend exactement ce qu'il vit sur les différents salons auxquels il participe pour la promotion de ses produits :

Lorsqu'il s'agit d'un salon dédié exclusivement aux produits de la bouche, l'intérêt des clientèles est très important.

Lorsqu'il s'agit d'un salon tout autre, l'intérêt est quasi inexistant parce que les gens ne viennent pas pour ça.

Suite au constat que les visiteurs ne donnaient pas beaucoup leur avis sur l'espace magazine, nous avons décidé que les conseillers en séjour conduiraient le plus systématiquement possible les visiteurs vers cet espace afin de leur permettre de découvrir le Grand Villeneuvois d'une manière particulièrement attractive.

En fait, les visiteurs ne vont pas exprès à l'Office pour la boutique (ce n'est qu'une minime proportion de locaux ou de visiteurs qui reviennent après coup).

Nos clientèles viennent avant tout et surtout pour trouver de l'information et du conseil.

Un travail de communication est à mener concernant notre boutique.

2 - Suggestions reçues et réflexions du GTLQ

Du 1^{er} janvier au 30 octobre 2014, 30 fiches de suggestions ont été déposées à l'Office de Tourisme.

18 suggestions ont pu être classées en différentes thématiques et sous thématiques.

Le GTLQ en prend connaissance et constate que la thématique principale qui ressort des suggestions est le cyclotourisme avec la signalisation et la circulation liées à ce thème.

Les conseillers en séjour ont également pu noter la vive satisfaction quant à la voie verte et le désir d'une prolongation de ce parcours.

Toutefois, M Desplat informe que par manque de budget il va être difficile d'entreprendre pour le moment ce chantier.

THEMATIQUES

OFFICE DE TOURISME

Accueil
Boutique
Espace numérique
Signalisation - Parking

TERRITOIRE CAGV

(les différentes communes)

Sites
Signalisation - Parking
Circulation
Équipement
Animations

LES PRESTATAIRES

Accueil

CYCLOTOURISME

Voie verte
Vélo route

► Suite aux retours sur un problème de signalisations erronées des différents commerces et services sur le territoire de la CAGV, le GTLQ propose de travailler sur une mise à jour de ces informations. Mme Fieremans va envoyer un courrier à toutes les municipalités.

Mme Fieremans annonce que le parcours actuel va être mis en valeur gratuitement par un partenariat avec la région qui consiste à la diffusion d'un support comportant d'un côté le plan de la voie verte et de l'autre la promotion de la région.

2 - Suggestions reçues et réflexions du GTLQ

Au cours de la discussion, le Lot s'est avéré être un élément fédérateur pour l'ensemble de la CAGV.

L'ensemble des membres reconnaît l'intérêt et les retours positifs sur le territoire qu'est le projet d'une gabarre proposant des balades sur le Lot.

Mme Ribes revient ensuite sur l'accueil à Villeneuve sur Lot, notamment en centre ville, et dans le cadre des animations de l'été : marché du terroir le vendredi soir et pot d'accueil.

CONCLUSION

Le GTLQ doit étudier les résultats des enquêtes internes obligatoires (réclamations s'il y a, et enquête de satisfaction multilingue), analyser les dysfonctionnements signalés par les prospects et engager les actions correctives appropriées.

Ainsi, 2 actions vont être menées au cours de ce 1^{er} semestre.

Toutefois pour que ce groupe puisse s'enrichir d'échanges et d'expériences, Mme Fieremans propose de l'ouvrir à d'autres personnes, notamment à certains techniciens de la mairie de Villeneuve ou de la CAGV. Des propositions vont être faites dans ce sens.

► Devant la difficulté de mettre en place un tel projet, il a été convenu d'utiliser un maximum de relais pour trouver LA gabarre et LE pilote ! M Desplat doit contacter un amateur de bateaux.

► Un questionnaire de satisfaction diffusé dans les commerces va être mis en place pour cet été. Mme Bernini va se rapprocher de Mme Ribes pour travailler dessus.

Rendez-vous au 2nd semestre pour notre prochaine réunion du GTLQ.