



Compte-rendu Réunion du Groupe Qualité de Destination 12 JANVIER 2018



ORDRE DU JOUR PRÉSENTÉ

- 1- Présentation du groupe de travail
- 2- Relevé de décisions du 4 avril 2017
- 3 - Analyses des questionnaires satisfaction accueil

- 4 - Analyses des questionnaires « Hébergeurs »
- 5- Suggestions et réclamations reçues
- 6- Observations -Décisions du groupe sur les actions à mener

Présents :

Daniel DESPLAT Maire de Casseneuil

Michel VAN BOSSTRAETEN Maire de Dolmayrac

Anibal FERREIRA : Fungrave

Eric NUEVO : Hôtelier

Myriam CASSANY DE MAZET : Hôte

Valérie BERNINI : Responsable Qualité – Accueil OTGV

Excusées :

Marlène FIEREMANS – Directrice OTGV

Catherine ERRARD - CDT

1- Présentation du groupe de travail

Une nouvelle commission a été créée lors du CODIR de décembre 2017.

Selon les thèmes abordés, différents intervenants peuvent être invités.

- 1-Tour de table pour une présentation des différentes personnes présentes qui ne se connaissaient pas toutes.

► Depuis ce CODIR, sont membres du «Groupe Qualité de Destination» (GQD) :

- ✓ Eric NUEVO - Hôtel la Résidence
- ✓ Henri MICHEZ - La Brasserie des Cèdres
- ✓ Michel VAN BOSSTRAETEN - Maire de Dolmayrac, chargé du Développement durable à l'Agglomération.
- ✓ Anibal FERREIRA - Fungrave

Ce groupe, est complété par des personnes de l'OTGV :

- ✓ Mme la Directrice Marlène FIEREMANS,
- ✓ Mr le Président Benoît DUPUY
- ✓ Valérie BERNINI Responsable Accueil - Qualité

- 2- Rappel sur le principe de constitution , l'animation du groupe, le champ d'action du groupe et son rôle. (Cf document joint pour la réunion)



Décision Office de Tourisme de France

2017 création du
Groupe Qualité de destination :

« Un outil indispensable
de toute démarche
de progrès ».

2- Lecture du relevé de décisions du 4 avril 2017

▮ **2 thématiques de fiches sont aujourd'hui envisagées : «Petit Patrimoine caché » et « Activités Nature».**

▮ **« L'image du Grand Villeneuvois » : Sujet qui s'est retrouvé dans tous les échanges de la réunion**

1 - Création d'un catalogue « fiches techniques », sorte de fiches pédagogiques **à destination des prestataires**, pour répondre aux questions de leurs clientèles sur divers thématiques : faune, flore, patrimoine, mais également des notions comme le tourisme responsable ou le tourisme durable.

2 - Création d'un groupe de travail sur « l'image du Grand Villeneuvois ».

3 - Souhait de l'OTGV d'être associé avec la CAGV et le PAH sur une harmonisation de la signalisation sur le territoire. Les concertations ont eu lieu sous forme d'échanges par courriels, le projet se limitant pour le moment à une signalisation commerciale et patrimoniale sur la ville de Villeneuve s/Lot.

3 - Synthèse des Analyses des questionnaires satisfaction accueil

Rappel Modification

► Ainsi, dans un esprit plus qualitatif que quantitatif, l'OTGV a décidé de choisir aléatoirement différentes dates de diffusion (37 dates de mars à décembre) et que durant ces dates, toute personne entrant dans l'office sera sollicitée pour remplir un questionnaire. Beaucoup plus de questionnaires ont ainsi été recueillis

► Il a donc été décidé pour 2018 de renouveler ce principe de janvier à décembre.

Différents critères sont sondés :

- Critère «Accueil à l'OT»

- Il reste très stable depuis plusieurs années, avec un taux de très satisfaisant variant de 87% à 88%, le taux d'insatisfaction restant lui inférieur à 1%

► Nos efforts consisteront à maintenir cette stabilité.

- Critère « Boutique / magazine numérique »

- Sur le choix des produits : une augmentation de 10% de personnes qui ne sont pas prononcées sur ce critère avec une satisfaction globale de 56%.

- Sur les Tarifs : le critère « Ne se prononce pas » continue d'augmenter avec 43% des personnes sondées. La satisfaction globale diminue de 10% cette année avec 48,2%.

► Le fait que la boutique ne soit pas encore une des motivations de visite à l'office de tourisme peut expliquer l'augmentation du critère « Ne se prononce pas » sur les 2 items, bien que le chiffre d'affaire de la boutique a augmenté.

Différentes actions de ventes et de communications peuvent être également envisagées.

➡ Aucune remarque particulière du groupe sur ces aspects.

► Le référentiel qualité a été revu en octobre 2016 par OTF. L'exigence des 350 questionnaires par an n'apparaît plus.

► Chiffre d'affaire de la boutique sur les 2 PITs : 20 964,17€ (15 561,31€ en 2016), hors produits sous convention.

Le chiffre d'affaire total s'élève lui à 23 800€ pour 2017.

3 - Synthèse des Analyses des questionnaires satisfaction accueil - suite

➤ Tous les ans de nouveaux supports numériques sont produits en interne et mis en place pour faire découvrir de façon plus interactive notre territoire.

➤ Présence largement majoritaire de la clientèle française sur le territoire du Grand Villeneuvois est toujours bien réelle :
85,42% en 2017 dont 72% de clientèle locale.

Royaume-Unis : 6%
(4,23 % 2016)

Pays-Bas : 3,63%
(2,42% 2016)

Belgique : 3,37%
(2,34% 2016)

- Le magazine numérique : 24% de satisfaction mais avec 76% des sujets interrogés qui ne se prononcent pas.

Comme pour l'espace boutique, cet espace n'est pas l'objectif principal de visite à l'office.

▶ Toutefois, nous remettons en place la démarche des conseillers en séjour, encourageant les visiteurs à découvrir le magazine en les accompagnant.

▶ Suite à la résolution de problèmes techniques, l'utilisation de tablettes numériques à l'accueil par les conseillers en séjour sera opérationnelle et incitera également à découvrir le magazine.

Notons que ce critère ne permet pas de dire si c'est le contenu du magazine qui est à revoir.

- Critère « Origine des clientèles »

- Age et CSP : Le taux de questionnaires remplis par les étrangers se maintient notamment grâce à la présence de personnes bilingues.

Les plus de 50 ans représentent plus de 60% des personnes qui ont répondu aux questionnaires, et les 3 CSP qui ont le plus répondu aux questionnaires sont comme depuis 2014, les retraités, les cadres et les employés.

- Départements et pays : La clientèle locale (Lot et Garonne) représente plus de 72% (48% en 2016) de nos contacts. Gironde, Loire Atlantique, le Nord et Région parisienne se démarquent ensuite des autres.

▶ Du 1er janvier au 31 décembre 2017, toutes demandes confondues (guichet, téléphone et courriers), 34 032 personnes ont été accueillies. Ces différentes origines sont constantes depuis plusieurs années.

▶ Au regard de cette stabilité, un suivi clientèle s'impose pour ne pas perdre cette fidélité. Une réflexion est en cours cette année pour voir comment le mettre en place.(outils et stratégie)

▶ Mr Van Bosstraeten fait d'ailleurs remarquer qu'à 72% de clientèle locale, la notion de destination n'est pas encore en place.

4 - Analyses des questionnaires « Hébergeurs »

Le but de ces questionnaires est d'avoir une idée plus précise sur :

Le profil de ces prospects
Le choix de la destination.
l'établissement,
la durée du séjour et
la période du séjour, les
activités de loisirs :
activités de plein air
activités nautiques

Suite à une suggestion d'Éric NUEVO de l'hôtel La Résidence, des questionnaires sur les « consommateurs » du Grand Villeneuvois sont diffusés dans différents hébergements.

A NOTER : Une centaine de fiches a été analysée recueillie, et pour la plus part dans les hôtels. Il faut donc garder cette donnée en tête dans l'interprétation résultats.

- **Profil**

- Age et CSP : Une population Séniors se dégage largement. 62,64 % ont plus de 50 ans.
En corrélation avec l'âge, les cadres, professions libérales et retraités ressortent

- **Origine du séjour**

il est à 64,44% touristique. Arrive ensuite l'événement familial à 16,67% et les raisons professionnelles à 8,89%.

- **Les choix**

- Le choix de la destination : Les différents types de patrimoines (naturel, architectural, gastronomie ..) semblent être à l'origine du choix de la destination
- Le choix de l'établissement : les hôtels remontent, mais donnée en lien avec la collecte.
- Le choix des activités : la randonnée et les activités nautiques prédominent.

- **Les sources d'informations**

- Motivations du séjour : le calme est la première chose recherchée pour le séjour.
- Connaissance du territoire : 29% des séjours sur le territoire sont liés au hasard.
- ▶ *Mr Nuevo souligne que cela renforce l'idée que l'image du territoire est peu voire pas visible, méconnu par les visiteurs*
- Les outils de communication utilisés : les sites internet arrivent comme premiers outils utilisés, avec e-booking, puis Google .Les sites des Offices de Tourisme arrivent en 3^{ème} position
- ▶ *Nécessité de mettre l'accent sur l'attractivité de celui de l'OTGV.*

Les différentes thématiques :

LES PRESTATAIRES :

Accueil

CYCLOTOURISME : Voie verte - Vélo route

TERRITOIRE CAGV : Sites
- Signalisation - Parking
Circulation -
Équipement - Animations

RAPPEL :

Au-delà de l'obligation du référentiel, le groupe qualité de destination doit être vu comme un véritable outil de développement du territoire.

5- Suggestions et réclamations reçues

L'OT enregistre les suggestions, réclamations qu'il reçoit et en fait le suivi.

Les conseillers en séjours enregistrent également les observations des touristes et des locaux, classées en différentes thématiques

Cette année encore, la synthèse des suggestions et réclamations fait remonter différents points qui reviennent tous les ans :

- l'état des toilettes publiques en centre-ville est catastrophique : le peu existant est inutilisable.
- le mauvais entretien du centre-ville
- le problème du ramassage des ordures sur la CAGV

Par ailleurs, suite à une demande du Comité Directeur de l'Office de Tourisme, les différents prestataires du Grand Villeneuvois ont été sollicités par l'OTGV pour transmettre leurs doléances.

LES DOLEANCES - une dizaine de retours écrits

1. Manque de propreté en ville (trottoirs, caniveaux, les rues en général...)
2. Manque de propreté à la campagne (poubelles qui débordent)
3. Pas de toilettes publiques propres à Villeneuve sur Lot
4. Sentiment d'insécurité en soirée à Villeneuve sur Lot, ville triste
5. Commerces centre ville VSL fermés entre midi et 14h
6. L'IBIS Style se plaint que la ville ne met pas de décoration de Noël dans leur « quartier ».

- La mairie de VSL va installer des toilettes publiques près de l'OT. Elles seront fonctionnelles en mars 2018.

5- Observations-Décision du groupe sur les actions à mener

OBSERVATIONS / RÉFLEXIONS	DÉCISIONS / ACTIONS
<p>L'IMAGE DU GRAND VILLENEUVOIS, AVANT MÊME DE PARLER DE DESTINATION ➔ Cette notion a été le leitmotiv de toute la réunion, sur tous les sujets.</p>	
<p>Mr Ferreira interpelle Messieurs Van Bosstraeten et Desplat sur le fait de savoir comment la CAGV pouvait justement intervenir pour les porteurs de projets.</p>	<p>Mr Van Bosstreaten explique que financièrement, la CAGV ne pouvait pas intervenir mais que les procédures pouvaient être facilitées, qu'en tous les cas, elles ne devaient pas être un handicap.</p>
<p>Mr Ferreira souligne qu'il y a une cohérence à trouver sur la destination : En effet, il y a eu un tel développement de l'offre « Hébergement», qu'aujourd'hui elle dépasse la demande. Nous sommes dans une phase délicate de rééquilibrage. Mme Cassagny de Mazet en tant qu'hébergeur acquiesce dans ce sens et rend compte de certaines difficultés qu'elle peut avoir dans l'état de ses réservations.</p>	<p>Mr Van Bosstreaten explique que le poids économique du tourisme est important sur la CAGV, plus que celui de l'agriculture et les analyses des questionnaires montrent bien qu'il n'y a pas encore de destination Grand Villeneuvois. Consensus sur le fait que c'est toutefois le département qui devrait être porteur.</p>
<p>Mr Nuevo précise qu'il faudrait un évènement phare pour rendre plus visible le Grand Villeneuvois, mais qu'en attendant, il faut aller chercher l'information qui nous entoure (ex : Festival Garorock) et ainsi l'exploiter au compte du Grand Villeneuvois</p>	
<p>Mr Ferreira et Mme Cassagny de Mazet soulignent également les problèmes des poubelles et des containers, que ce soit en ville ou dans les campagnes</p>	<p>Mr Van Bosstreaten et Mr Desplat expliquent qu'il n'y a pas de solution idéale sur la propreté et le civisme si ce n'est une taxe incitative. Du personnel municipal a été mis en place, mais dans les campagnes, cela est plus compliqué, d'autant plus que c'est pendant le flux touristique que les agents sont en congés.</p>
<p>Création d'un groupe de travail sur « l'image du Grand Villeneuvois ».</p> <p>Suite des questionnaires « destination »</p>	<p>► <i>Il est décidé qu'en mars, un premier groupe de travail se réunirait. Des propositions de dates seront envoyées à l'ensemble des prestataires.</i></p> <p>Ces questionnaires doivent être diffusés dans tous les types d'hébergements pour qu'une analyse par type puisse se faire. Décision également de proposer ce type de questionnaires à l'ensemble des prestataires du Grand Villeneuvois. ► <i>Valérie Bernini et Virginie Traversier vont y travailler en mars pour qu'ils puissent déjà être diffusés en mai prochain au plus tard.</i></p>

5- Observations-Décision du groupe sur les actions à mener

OBSERVATIONS / RÉFLEXIONS	DÉCISIONS / ACTIONS
<p>Création de groupes de travail sur « fiches Prestataires ».</p> <p>Mme Cassany de Mazet rappelle l'importance de la randonnée sur le territoire, le côté très agréable de la voie verte dont la signalétique fait malheureusement défaut à certains endroits.</p> <p>Une autre fiche sur le « Petit patrimoine caché » est proposé : permettre de découvrir l'église de Casseneuil, la Tour de HautePAGE ou bien encore le moulin et la forge de Bias qui ne sont visitables que sur RDV.</p>	<p>Demande du groupe qu'une fiche « Nature - Randos /Balade » soit réalisée, intégrant les possibilités de circuits, la voie verte, les zones protégées ... »</p> <p>Mr Desplat souligne que sur sa partie (Casseneuil), les panneaux sont en place et lisible.</p> <p>Mme Cassagny de Mazet s'engage à vérifier et pointer les endroits qui posent problème.</p> <p>► Informations de Mme Cassagny de Mazet du 26 janvier</p> <ul style="list-style-type: none"> • Le long de la voie ferrée jusqu'à Bias, le Pont Martinet : C'est impeccable • Sur Casseneuil : les plaques sont différentes, mais pas de souci. • Autour de Villeneuve : c'est catastrophique. <p>Autre information : Lors d'une rencontre avec le service cadre de vie en novembre dernier, il a été dit que l'entretien de la voie verte se faisait par le service voirie. Des devis pour les panneaux vieillissants ont été retournés et sont en cours d'étude pour la remise en état du parcours.</p> <p>► <i>Des propositions de dates en mai pour ces groupes de travail vont être envoyées. Valérie Bernini et Virginie Traversier vont remettre à jour la première fiche « Lot »</i></p>

EN PLUS DES GROUPES DE TRAVAUX PRÉVUS EN MARS ET AVRIL PROCHAIN, LE GROUPE QUALITÉ DE DESTINATION SE RETROUVERA EN NOVEMBRE PROCHAIN.