

PLAN D' ACTIONS 2020 OFFICE DE TOURISME DU GRAND VILLENEUVOIS

PLAN D'ACTION 2020

N°ACTION	DESCRIPTIF ACTION	OBJECTIFS	INDICATEURS/MOYENS
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 en mai		Nbre de partenariats signés en fin d'année, nbre de structures privées présentes
Action 2	E-news sur les actions de l'OT par sirtaqui ou lettre interne		Nbre e-news envoyés par an/Nbre d'ouvertures
Action 3	Articles presse locale		Nbre d'articles annuel
Mesure 2 : Renforcer le partenariat avec les institutionnels			
Action 4	Participation aux réunions sur des projets (mairies, CAGV)		Participation aux réunions sur des projets (mairies, CAGV) CDT
Action 5	Participation aux projets CDT 47, Ots 47 et Mona		Participation aux projets CDT 47, Ots 47 et Mona
Action 6	Participation réflexion et projets OT Vallée du Lot		Réunions, projets mutualisés
Action 7	Suivi labels pour l'OT (station accueil vélo, TH)		Nbre de labellisés, évolution annuelle (tableau)
Action 8	Réflexion/ veille/ recherche sur le label Famille +		
Mesure 3 : Réorganiser les missions de l'office de tourisme et répartition entre les postes			
Action 9	Réactualisation organigramme		
Action 10	Rédaction fiches de postes		
Action 11	recrutement saisonniers accueil		
Mesure 4 : Renforcer la cohésion et l'efficacité de l'équipe			
Action 12	Eductour annuel dans autre OT Pour voir quels types d'actions, quelles missions et activités sont mises en avant	Visite OT Auch	
Action 13	Organisation journée intégration saisonniers avec équipe fin juin, pique-nique + auberge espagnole + visites ou activités		
Mesure 5 : Mise en conformité administrative et RGPD			
Action 14	Mise en conformité Délib/arrêtés/suivi budget/régies		
Action 15	renégociation contrats fournisseurs pour diminution des charges		Listing des fournisseurs et des prestations renégociées
Action 16	Mise en œuvre de la compta analytique pour mise en conformité fiscale		
Action 17	Mise en œuvre d'un logiciel gestion de planning, gestion du temps		
Action 18	Révision du D.U		
Action 18 bis	Révision du D.U: Rapporter dans le D.U les situations à risques par une veille tout au long de l'année	Faire diminuer sur l'année les situations à risques de 50%	Nbre de situations problématiques ayant eu une solution dans l'année
Action 19	Mise en conformité RGPD	suivi du dossier par l'agglo par mutualisation	
Mesure 6 : Se former ou s'auto former dans son domaine			
Action 20	30 minutes numériques		Nbre de RDV
Action 21	Faire une veille sur la Mona, OTF et autres sources spécialisées pour voir l'évolution des missions des OT	Etre un OT innovant dans ses actions et services à destination de nos clientèles en proposant une fois par trimestre à l'équipe une nouvelle action repérée sur la mona ou autres sites spécialisés	Nbre d'actions repérées
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 22	Réunions d'informations sur les labels (TH, Clévacances, GDF, référentiel chambres d'hôtes avec CDT)	Répondre à la délibération du Codir (2 décembre 2019)	Nbre de participants/réunion
Action 23	Réunion informations sur classement national	Répondre à la délibération du Codir (2 décembre 2019)	Nbre de participants à la reunion, nbre de prestataires engagés
Action 24	Rédaction d'une note d'information ou du guide du prestataire de l'hébergement	Répondre à la délibération du Codir (2 décembre 2019)	
Mesure 2 : Accompagner les socio professionnel dans l'évaluation des besoins sur le web			
Action 25	Organisation d'une conférence par an	Sensibiliser les professionnels à l'évolution du tourisme	Nbre de participants
Action 26	Organisation de petits déj numériques (1 par trimestre)	Eviter la fracture numérique, faire monter en compétence les professionnels	Nbre de participants
Action 27	Aide individuelle au numérique	Eviter la fracture numérique, faire monter en compétence les professionnels	Nbre de participants sur l'année et évolution annuelle (tableau)
Mesure 3 : Accompagner les professionnels dans la création de leurs produits et de leur commercialisation			
Action 28	Accompagnement individualisé (produits groupes)	Création de nouveaux produits	Nbre de RDV
Action 29	suivi et mise à jour charte restaurateur (Voir fiche existante)	Travailler avec au moins 5 restaurateurs	Nbre de participants restaurateurs
Action 30	Création de produits groupes et mise à jour des programmes 2019	2 à 3 nouvelles journées	Nbre de professionnels engagés
Action 31	Création de produits individuels pour CE	2 à 3 Week ends	Nbre de participants/nbre de groupes
Mesure 4 : Stimuler les professionnels dans une logique du réseau			
Action 32	Organisation d'un Eductour hébergement	20 participants	Nbre de participants
Action 33	Association dans le cadre d'actions de promo collectives (ex accueil presse ou influenceurs)		Nbre de participants
Mesure 5 : Renforcement des liens OT-prestataires pour une meilleure connaissance de l'offre et mieux la vendre à l'accueil			
Action 34	Organiser Eductour prestataires afin de mieux les "vendre " à l'OT	proposer à l'équipe la visite / découverte de prestataires sur les mois de mars avril mai juin	Nbre de visite et nbre de prestataires visités sur l'année
Action 35	Participation à des animations PAH	Mieux connaître le territoire, les prestations du PAH et créer du lien entre PAH et OT par la participation des conseillers en séjour sur des animations tout au long de la programmation	Nbre d'agents participants et d'animations ou nous avons été présents
Mesure 6 : Accompagner les professionnels dans le cadre de leurs activités			
Action 36	Formation sécurité		Nbre de participants
Action 37	Création packs services pour les partenaires pour 2021	Organiser la regie publicitaire pour le guide animation de la saison 2020 et la vente d'encarts pour le magazine 2021 qui généreront des retombées économiques pour l'OT	Nbre de partenariats signés
Action 38	Chambres d'hôtes et formalité fiscalité des meublés		Nbre de participants
1-3 : Contribution au plan Marketing Département et Région			
Mesure 1 : Avec le département : sur les marchés-cibles : Sud-Ouest, Région Parisienne, groupes			
	Participation sur Sud ouest magazine sur produits individuels promotionnels (si proposé par le département)	Valoriser les atouts du territoire sous forme de suggestions d'un séjour	Retombées en termes de demandes d'infos
Mesure 2 : Avec la région : groupes Report2 2020-2021			
1-4 : Animation de la dynamique touristique du territoire			

Mesure 1 : Organisation d'un comité de pilotage avec CODIR			
Action 39	travail sur la nouvelle composition du CODIR		
Action 40	Formation du Nouveau Codir aux missions de l'OT		
Action 41	Création de 3 commissions RH, promotion-communication- commercialisation, projets de l'OT		Noms des participants pour chaque commissions
Mesure 2 : Eductour prestataires			
Action 42	1 éductour avec toutes les filières, création d'une commission		Nbre de participants
Action 43	2 à 3 éductours mixés équipe/ prestas		Nbre de participants
Mesure 3 : Bourses d'échanges de compétences ou dépliants ?			
Action 44	1/ 2 journée dépliants + intervention d'un prestataire pour échanges d'expériences	Connaissance du territoire, des prestataires à travers des retours d'expérience, 30 participants minimum	Nbre de participants
Mesure 4 : Association des habitants (greeters, raconteurs, habitants)			
Action 45	Création d'une carte collaborative (ex : nos petits coins préférés), suite du projet avec le club des 5 offices de tourisme		Nbre éditions , et distributions
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 46	Vérification de la qualité de l'Offre	maintenir le potentiel geocaching du grand villeneuvois en 2020	Nbre de vérifications et nbre de poi'z distribués
Mesure 2 : Mise en place d'une stratégie de développement de l'activité vélo autour d'un concept global : label accueil vélo			
Action 47	Sensibilisation et suivi de prestataires pour le label accueil vélo		Nbre de labellisés, évolution annuelle (tableau)
Mesure 3 : Travail avec le Pays d'Art et d'Histoire sur la découverte numérique du territoire			
Action 48	Veille sur des outils numériques ludiques autour du patrimoine pour proposer au PAH		Nbre d'outils recensés/ temps passé
Mesure 4 : Multiplier les supports de diffusion sur le net			
Action 49	Recenser les supports sur le net		Nbre
Mesure 5 : Valoriser le label pêche			
Action 50	Sensibilisation, suivi des labellisations	Présentation du label, pour permettre aux hébergeurs une montée en gamme avec l'obtention de 5 labels accueil pêche pour 2020	Nbre de structures labellisées
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 51	Réunion de travail pour identification thématique pertinente et réflexion sur le support	Voir avec le PAH pour objectif 2021	Nbre de réunions/ heures passées
Mesure 2 : découverte du patrimoine de façon ludique			
Action 52	Programmation cluedo	Avec PAH	Nbre de visiteurs
Action 53	Programmation Janouille 4 communes		Nbre de participants
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 54	Suivi	Participation aux réunions	Nbre de participants et nbre de réunions
Mesure 2 : Encourager les restaurateurs à travailler autour des produits régionaux, locaux, dans le cadre de produits packagés notamment			
Action 55	Charte d'engagement	Renouvellement et veiller au respect de la charte d'engagement	Nbre de participants
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 56	Recensement		Nbre de meublés/héberg. potentiels
Action 57	Réunions d'information cf : (1-2 ; mesure 1)	Répondre à la délibération du Codir (2 décembre 2019)	Nbre de réunions / nombre de participants
Action 58	Participation aux visites de classement		Nbre de visites/ nombre de journées de visite
Action 59	Observatoire de l'évolution du parc et de la qualité du parc		
Action 60	Négociation de services à tarifs privilégiés		Nbre de prestations/ nbre de prestataires
Mesure 2 : Valorisation de l'offre de restauration existante (avec les spécialités locales)			
Action 61	Identification des restaurants ou produits locaux	Encourager les restaurateurs et les sensibiliser à travailler avec des producteurs.	Recensement et mise à jour types d'actions
Action 62	Valorisation dans le magazine		Nbre dans le magazine et nbre d'encarts pub vendus
Mesure 3 : Encourager la création d'aires de camping-cars (projets privés / publics)			
Action 63	Recenser la demande	Avoir une idée chiffrée sur l'évolution annuelle de la demande d'aires de camping via la GRC Sirtaqui.	Nbre de demandes
Action 64	Identifier les lieux pertinents		Nbre et lieux
Action 65	Réunions d'information Mairies ou CAGV ou RDV, le cas échéant		
Mesure 4 : Structurer l'application de la Taxe de séjour			
Action 66	RDV de sensibilisation, accompagnement des anciens et nouveaux hébergeurs		Nbre de RDV
Action 67	Observatoire trimestriel des nuitées/recettes		
Action 68	Relances des impayés		Nbre
Action 69	Identification des hébergeurs nécessitant un regard de la CAGV		Nbre de pbs
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			
	Ecriture de la stratégie marketing	Action reportée sur 2020 avec une étude plus globale sur le tourisme	
Mesure 2 : Stratégie de développement commercial			
Action 70	Rôle apporteur d'affaire : Plateforme Elloha, intégration dans le nouveau site internet		Nbre de prestataires intéressés/ nombre de prestataires engagés
Action 30	Mise à jour des prdts groupes et individuels identitaires cf: (1-2; mesure 3)	Développer notre catalogue groupes et attirer au minimum 100 groupes pour 2020	Nbre de nouveaux produits groupes/ nbre de demandes/ nbre de groupes reçus/ calcul du taux de conversion
Action 71	Dvt et poursuite carte pass – mise en conformité sur le plan légal	Améliorer le fonctionnement, de l'offre avec 2 ou 3 nouveaux partenaires et la diffusion de la Carte Pass afin de développer la consommation touristique sur le territoire pour la saison 2012	Nbre de carte pass vendues et CA
Action 72	Création d'un fichier clients groupes		Nbre de contacts qualifiés
Action 73	Création et envoi d'une E-news promotionnelles avec produits groupes chaque trimestre	Promouvoir les produits groupes et augmenter le nombre de groupes	Nbre d'E-news, nbre d'ouvertures, nbre de produits proposés
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 74	Action facebook Ads	6000 fans supplémentaires	Nbre de fans supplémentaires
Action 75	Actions influenceurs : Papilles et pupilles, le chateau bleu, Itinera Magica		Retombées en nbre de likes, taux engagement page
Mesure 2 : Développement ou création de contenus médias			
Action 76	Insertion dans revue Balades		Nbre d'articles/ rédactionnels
Action 77	Guides touristiques	A la demande	Nbre d'articles rédigés/ nombre de guides accompagnés

Mesure 3 : Participation à la réalisation de supports de communication			
Action 78	Création Magazine 2020		
Action 79	Création magazine 2021		
Action 80	Création guide hébergement 2020		
Mesure 4 : Création d'un dossier de presse numérique (cibles du département)			
Action 81	Pour influenceurs		
3-3 : Elaborer une stratégie digitale			
Mesure 1 : Travail sur refonte du site internet			
Action 82	Cahier des charges pour une AMO	Validée fin mai	
Action 83	Appel d'offres	Fin 2020 (nov/dec)	
Mesure 2 : Création avec une prestation externe ou plusieurs vidéos de séduction, reportages photos			
Action 84	Vidéo patrimoine, environnement, gastronomie (fin du projet 2019)		Nbre de vues sur réseaux sociaux
Action 85	Vidéos pour posts		Nbre de vues sur réseaux sociaux
Action 86	Complément Reportages photos/ vidéos thématiques		
Mesure 3 : Développement des compétences sur le digital en interne			
Action 20	Ateliers ou 30 mn numériques cf (1-1; mesure 6)		Nbre de RDV
Mesure 4 : Développement de l'utilisation des réseaux sociaux			
Action 87	Création de mini-reportages pour réseaux sociaux		Nbre de mini reportages et nombre de vues (ou j'aime)
Mesure 5 : Mise en place d'une communication interne à l'usage des socio-professionnels (à alimenter en permanence)			
Action 88	Espace pro du site internet		Nbre d'articles/ nombre de pages vues
3-4 : Développement de partenariats avec les territoires voisins auprès des marchés de proximité			
Mesure 1 : Mutualisation de compétences sur accueil d'influenceurs			
Action 75	1 accueil influenceurs Papilles et pupilles avec Agen		Nbre d'acteurs associés
Mesure 2 : partenariat sur des produits packagés groupes			
Action 89	Renouvellement Convention de partenariat entre OT (suite à reunion - bilan)		Nbre de conventions signées
Action 55	Renouvellement Convention partenariat OT/ Prestas + charte engagement		Nbre de conventions signées
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 90	Stat fréquentations, origines et demandes prospects	Connaître mensuellement l'évolution de la fréquentation et la consommation du GV	
Action 91	Etudier les portes d'entrées du Grand Villeneuvois (Cf SADI)	Intégrer l'accueil du visiteur dans sa globalité territoriale de façon annuelle	
Mesure 2 : Vérifier la pertinence de : nos outils de communication (print et web), notre espace boutique et notre espace numérique			
Action 92	Utilisation des questionnaires de satisfaction accueil	Pouvoir à la fin de l'année proposer des outils et services en adéquation à la demande des prospects	Nbre d'outils et de services
Mesure 3 : Recenser les manques sur notre territoire pour définir un nouveau plan d'actions (CAGV + OT)			
Action 93	Questionnaires prestataires à diffuser, récolter et analyser		Nbre de questionnaires réalisés et étudiés
Mesure 4 : Indicateurs de qualités sur les démarches environnementales dans la perspective d'un tourisme durable (projets en attente)			
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 94	Maintien des actions en cours: Tri papier. Utilisation de vaisselle lavable -Limitation clim / chauffage		
Mesure 2 : Sensibiliser les professionnels à une connaissance des atouts et sensibilités de l'environnement projet 2021			
Action 95	Trouver un intervenant pour réunion		Nbre de participants et de réunions organisées
Mesure 3 : Encourager les labels liés au développement durable - Réflexion en cours			