

PLAN D' ACTIONS 2020 OFFICE DE TOURISME DU GRAND VILLENEUVOIS

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 structures privées présentes, Nombre de partenariats signés en fin d'année
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)		

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		
Action 16	Mise en œuvre de la comptabilité 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%	Nmbre 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		

<p>Action 21</p>	<p>Faire une veille sur la Mona, OTF et autres sources spécialisées pour voir l'évolution des missions des OT</p>	<p>Etre un OT inovant 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</p>	<p>Nbre d' actions repérées</p>
<p>1-2 Des professionnels au cœur de la stratégie</p>			
<p>Mesure 1 : Animer le réseau de professionnels du tourisme et les sensibiliser à la qualité de l'accueil</p>			
<p>Action 22</p>	<p>Réunions d'informations sur les labels (TH, Clévacances, GDF, référentiel chambres d'hôtes avec CDT)</p>	<p>Répondre à la délibération du Codir (2 décembre 2019)</p>	<p>Nbre de personnes engagées dans un label</p>

Action 23	Réunion informations sur classement national	Répondre à la délibération du Codir (2 décembre 2019)	Réunion informations sur classement national
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 27	Organisation de petits déj numériques (1 par trimestre)	Eviter la fracture numérique, faire monter en compétence les professionnels	Nbre de participants
Action 28	Aide individuelle au numérique	Eviter la fracture numérique, faire monter en compétence les professionnels	Nbre de participants

Mesure 3 : Accompagner les professionnels dans la création de leurs produits et de leur commercialisation

Action 29	Accompagnement individualisé (produits groupes)	Création de nouveaux produits	Nbre de RDV
Action 30	suivi et mise à jour charte restaurateur (Voir fiche existante)	Travailler avec au moins 5 restaurateurs	Nbre de participants
Action 31	Création de produits groupes et mise à jour des programmes 2019	2 à 3 nouvelles journées	Nbre de participants/nombre de groupes
Action 32	Création de produits individuels pour CE	2 à 3 Week ends	Nombre de participants

Mesure 4 : Stimuler les professionnels dans une logique du réseau

Action 33	Organisation d'un Eductour hébergement	20 participants	Nbre de participants
Action 29	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 30	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 octobre novembre	Nbre de prestataires visités
Action 31	Participation à des animations PAH	Mieux connaître le terroire, 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 et d'animations
Mesure 6 : Accompagner les professionnels dans le cadre de leurs activités			
Action 32	Formation sécurité		
Action 33	Formation fiscalité des meublés et chambres d'hôtes		
1-3 : Contribution au plan Marketing Département et Région			
Mesure 1 : Avec le département : sur les marchés-cibles : Sud-Ouest, Région Parisienne, groupes			

Action 34	Salon CE Bordeaux ou Toulouse ? Si pertinent	Découvrir et faire découvrir nos produits groupes, afin d'attirer des clients	Nombre de contacts pris sur le salon
Action 35	Participation sur Sud ouest magazines sur produits individuels promotionnels	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			
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 33	travail sur la nouvelle composition du CODIR		
Action 33 bis	Formation du Nouveau Codir aux missions de l'OT		
Action 34	RH		
Action 35	Promotion- communication- commercialisation (Cf action 85 + 123)		
Action 36	Projets de l'OT		

Mesure 2 : Eductour prestataires			
Action 37	Eductour avec toutes les filières		Nombre de participants
Action 38	2 à 3 éductours mixés équipe/ prestas		
Action 39	4 éductours par an		Nombre de participants
Mesure 3 : Bourses d'échanges de compétences ou dépliants ?			
Action 40	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
Mesure 4 : Association des habitants (greeters, raconteurs, habitants)			

Action 41	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 42	Vérification de la qualité de l'Offre	maintenir le potentiel geocaching du grand villeneuvois en 2020	Nbre de vérifications
Action 43	Veille	trouver de nouveaux canaux de diffusion	nombre de canaux trouvés
Mesure 2 : Mise en place d'une stratégie de développement de l'activité vélo autour d'un concept global : label accueil vélo			
Action 44	Sensibilisation et suivi de prestataires pour le label accueil vélo		Nbre de participants

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

Action 45	Veille sur des outils numériques ludiques autour du patrimoine pour proposer au PAH		Nombre de projets recensés/ temps passé
------------------	---	--	---

Mesure 4 : Multiplier les supports de diffusion sur le net

Action 46	Recenser les supports sur le net		Nbre
Action 47	Création des contenus		Nbre

Mesure 5 : Valoriser les outils numériques

Action 48	Veille		
------------------	--------	--	--

Mesure 6 : Valoriser le label pêche

Action 49	Sensibilisation, suivi des labellisations	Présentation du label, pour une permettre aux hébergeurs une montée en gamme avec l'obtention de 5 labels accueil pêche pour 2020	nombre 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 50	Réunion de travail pour identification thématique pertinente	Voir avec le PAH	Nbre de réunions/ heures passées
Action 51	Réflexion sur le support		idem
Action 52	Recenser les informations		Nbre d'heures passées
Action 53	Créer du ou des supports		Nbre d'heures passées, nbre d'utilisateurs

Mesure 2 : découverte du patrimoine de façon ludique

Action 54	Programmation		Nbre de visiteurs
Action 55	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 56	Suivi	Participation aux réunions	Nbre de participants
------------------	-------	----------------------------	----------------------

Mesure 4 : Encourages les restaurateurs à travailler autour des produits régionaux, locaux, dans le cadre de produits packagés notamment

Action ???	Charte d'engagement	Mise en oeuvre et veiller au respect de la charte d'engagement	Nombres de participants et renouvellement chaque année
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 57	Recensement		Nombre de meublés/héberg. potentiels
Action 58	Réunions d'information		Nombre de réunions / nombre de participants
Action 59	Participations aux visites de classement		Nbre de visites/ nombre de journées de visite
Action 60	Observatoire de l'évolution du parc cet de la qualité du parc		
Action 61	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 62	Identification des restaurants ou produits locaux	Encourager les restaurateurs à travailler avec des producteurs.	Recensement et mise à jour
Action 63	Valorisation dans le magazine		Nombre dans le magazine et nombre d'encarts pub vendus

Mesure 3 : Encourager la création d'aires de camping-cars (projets privés / publics)

Action 64	Recenser la demande	Avoir une idée chiffrée sur l'évolution annuelle de la demande d'aires de camping carvia la GRC Sirtaqui.	Nbre de demandes
Action 65	Identifier les lieux pertinents		Nbre et lieux
Action 66	Réunions d'information Mairies ou CAGV, le cas échéant		

Mesure 4 : Structurer l'application de la Taxe de séjour

Action 67	RDV de sensibilisation, accompagnement des anciens et nouveaux hébergeurs		Nbre de RDV
Action 68	Observatoire trimestriel		
Action 69	Relances des impayés		
Action 70	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

Action 71	Ecriture de la stratégie marketing	Action reportée sur 2020 avec une étude plus globale sur le tourisme
------------------	------------------------------------	--

Mesure 2 : Stratégie de développement commercial

Action 72	Rôle apporteur d'affaire : Plateforme Elloha, intégration dans le nouveau site internet		Nbre de prestataires intéressés/ nombre de prestataires engagés
Action 73	Réflexion sur Paiement par CB à distance		Nbre de transactions si mise en place
Action 74	Mise à jour des prdts groupes et individuels identitaires	Développer notre catalogue groupes et attirer au minimum 100 groupes pour 2020	Nbre de nouveaux produits groupes/ Nombre de demandes/ nombre de groupes reçus/ calcul du taux de conversion
Action 75	Dvt et poursuite carte pass – mise en conformité sur le plan légal	Améliorer le fonctionnement, 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 2019	Nbre de carte pass vendues et CA

Action 76	Création d'un fichier clients individuels et qualification		
Action 72	Création et envoi d'une E-news promotionnelles avec produits individuels chaque trimestre	Promouvoir les produits groupes et augmenter le nombre de groupes	Nbre d'E-news, nbre d'ouvertures, nombre de produits proposés
Action 73	Création packs de services pour les partenaires pour 2021	Organiser la régie publicitaire pour le guide animation de la saison 2020 et la vente d'encart pour le magazine 2021 qui généreront des retombées économiques	Nbre de partenariats signés
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	nombre de fans supplémentaires
Action 75	Actions influenceurs : Papilles et pupilles, le chameau bleu, Itinera Magica		Retombées
Mesure 2 : Développement ou création de contenus médias			

Action 76	Insertion dans revue Balades		Nombre d'articles/ rédactionnels
Action 77	Contenu facebook département		nombre de posts
Action 78	Guides touristiques		nombre d'articles rédigés/ nombre de guides accompagnés
Mesure 3 : Participation à la réalisation de supports de communication			
Action 79	Reactualisation stratégie print		
Action 80	Création Magazine 2020		
Action 81	Création guide hébergement 2020		
Mesure 4 : Création d'un dossier de presse numérique (cibles du département)			
Action 82	Pour influenceurs		
3-3 : Elaborer une stratégie digitale			
Mesure 1 : Travail sur refonte du site internet			
Action 83	Cahier des charges pour une AMO	A faire pour fin juin 2020	
Action 84	Appel d'offres	reportée fin 2020	
Mesure 2 : Création avec une prestation externe ou plusieurs vidéos de séduction, reportages photos			

Action 85	vidéo patrimoine		nombre de vues sur réseaux sociaux
Action 86	Vidéos pour posts		nombre de vues sur réseaux sociaux
Action 87	complément Reportages photos thématiques		
Mesure 3 : Développement des compétences sur le digital en interne			
Action 88	Ateliers ou 30 mn numériques		nbre
Mesure 4 : Développement de l'utilisation des réseaux sociaux			
Action 89	Création de mini-reportages pour réseaux sociaux		Nbre 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 90	Espace pro du site internet		Nbre d'articles/ nombre de pages vues
Mesure 7 : Dossiers téléchargeables (listes hébergements e-brochures, magazine, pdts groupes, plaquette rando, circuits voitures ½ journée)			
3-4 : Développement de partenariats avec les territoires voisins auprès des marchés de proximité			

Mesure 1 : Mutualisation de compétences sur accueil d'influenceurs			
Action 91	poursuivre la dématérialisation des supports de l'OT en e brochure	MANQUE DE TEMPS	Nombre de pages vues ou nombre de téléchargement
Mesure 2 : partenariat sur des produits packagés groupes			
Action 92	1 accueil influenceurs Papilles et pupilles		Nombre d'acteurs associés
Action 93	Renouvellement Convention de partenariat entre OT		Nombre de conventions signées
Action 94	Renouvellement Convention partenariat OT/ Prestas		Nombre de conventions signées
Action 95	Renouvellement Chartes engagement	Travailler en partenariat avec les prestataires des territoires voisins	Nombre de participants
Action 96	Organisation logistique/ répartition des tâches		Nombre de groupes et de produits groupes
Mesure 3 : Développement d'une base de prospects dans l'optique d'emailings groupes			
Action 97	e-mailings, relances, promos		

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 98	Stat fréquentations, origines et demandes prospects	Connaître mensuellement l'évolution de la fréquentation et la consommation du GV	Sirtaqui
Action 99	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 100	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 101	Questionnaires prestataires à diffuser, récolter et analyser		nombre 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

<p>Action 102</p>	<p>Maintien des actions en cours: Tri papier. Utilisation de vaisselle lavable -Limitation clim / chauffage Réduire impression ► vérification compteur au semestre</p>		
--------------------------	--	--	--

Mesure 2 : Sensibiliser les professionnels à une connaissance des atouts et sensibilités de l'environnement

Action 103	Trouver un intervenant pour réunion		nombre de participants et de réunions organisées
-------------------	-------------------------------------	--	--