



Ingénierie Touristique et Culturelle

## Accompagnement du Pays de L'Isle en Périgord pour la définition du Programme Local de Formation

### Contexte territorial

Le Pays de l'Isle en Périgord comprend 5 Offices de Tourisme dont celui de Périgueux, ville d'Art et d'Histoire et 1 syndicat d'initiatives.

Les 4 Offices de Tourisme de la vallée de l'Isle (Montpon-Ménéstrol, Mussidan, Neuvic et Saint Astier) ont l'habitude de travailler ensemble depuis de nombreuses années et ont créé l'association « Initiative Touristique en Vallée de l'Isle » afin de mener des actions collectives. Parmi ces actions on peut noter :

- une documentation commune pour les hébergements et pour les loisirs
- les rencontres du tourisme
- une coordination au niveau des circuits en minibus
- des habitudes de travail en réseau
- ...

Sur l'ensemble du territoire on peut remarquer une volonté forte de travail en réseau impulsée par la « culture réseau » des OT de la vallée et renforcée par un contexte favorable à Périgueux. Par ailleurs, il conviendra de veiller à l'intégration du syndicat d'initiatives de Vergt afin que la démarche soit profitable à l'ensemble du territoire.



## Préconisations dans le cadre du PLF

Egalité entre les territoires du Pays	Le PLF étant une démarche de formation collective sur un territoire défini il conviendra de s'assurer que tous les OT/SI puissent y participer afin qu'ils se retrouvent au même niveau de compétence à l'issue de la démarche.
Restitution de la formation aux décideurs (administrateurs, élus) des OT/SI	Le PLF va aboutir à une montée en compétence de l'ensemble du personnel des OT/SI. Pour éviter un décalage trop important entre le personnel et les administrateurs il conviendra de prévoir une restitution collective pour chaque module. Cette démarche sera animée par le référent Pays et devra être prise en compte dans le travail du formateur.

## Préconisations hors PLF

Pratique de la langue anglaise	Les salariés des OT/SI ont besoin de pratiquer l'anglais avant le début de la saison. Ce besoin n'a pas pu être satisfait dans le cadre du PLF compte tenu des différences d'organisation entre l'OT de Périgueux et les autres. Toutefois Nouvel Œil préconise suite à l'intervention de Mme Lovegrove, administratrice de l'OT de Montpon, que les OT s'organisent pour prévoir des temps de mise en situation avec les prestataires anglais du territoire.
Journée metteur en scène du territoire	Au cours des réflexions qui ont été menées dans le cadre de l'élaboration du PLF il est apparu nécessaire de mener une action à destination des élus. Il est proposé d'organiser une journée « metteur en scène du territoire » en 2011. L'organisation de cette journée sera pilotée par le Pays en partenariat avec la MOPA.



## Identification des besoins en formation selon 4 thématiques propres aux problématiques liées à l'activité des Offices de Tourisme

<p><b>Le tourisme un enjeu territorial</b></p> <p><i>Contexte</i> : Le territoire du Pays de l'Isle n'a pas un fort héritage touristique mais dispose d'un potentiel à exploiter. On observe un décalage entre le potentiel touristique du territoire et la perception de la part des acteurs locaux. Une prise de conscience de la part des élus est en marche mais elle est encore insuffisante et a besoin d'être appuyée par l'action des spécialistes que sont les OT/SI.</p>	<p><b>Fonctionner dans une logique de réseau</b></p> <p><i>Contexte</i> : Les habitudes de travail en réseau sont bien installées entre les 4 OT de la Vallée. Cette dynamique pourra s'étendre à l'ensemble des OT/SI par la mise en œuvre de projets communs voire l'extension des actions existantes sur la vallée à l'échelle du Pays.</p>
<p><u>Besoins identifiés</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Avoir conscience du potentiel touristique et du volet économique de l'activité.</li> <li>• Apprendre à connaître le point de vue des élus</li> <li>• Agir en lien avec la politique du Pays</li> <li>• Valoriser l'angle économique du tourisme et la complémentarité des territoires qui composent le Pays.</li> </ul>	<p><u>Besoins identifiés</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Avoir une approche commune du territoire</li> <li>• Définir une stratégie et des outils de promotion touristique communs</li> <li>• Concevoir des produits touristiques à l'échelle du Pays</li> </ul>
<p><b>S'adapter aux nouvelles réalités du métier</b></p> <p><i>Contexte</i> : Le métier en OT/SI évolue considérablement avec l'évolution des modes de consommation induits par l'omniprésence et l'évolution permanente des TIC. L'enjeu pour les OT/SI consiste à appréhender cette évolution afin d'adapter son action à la réalité de notre société.</p>	<p><b>Compétences et technicités propres aux métiers dans un OT/SI</b></p> <p><i>Contexte</i> : Le métier en OT a considérablement évolué et exige aujourd'hui des personnes « polycompétentes » tant sur l'accueil, que les techniques de communication, la bureautique, le traitement de l'image, l'animation d'un réseau, la tenue de statistiques, les langues étrangères...</p>
<p><u>Besoins identifiés</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• E-tourisme : quelle stratégie, quels outils (site internet, mobilité, réseaux sociaux ...)</li> <li>• Comment valoriser la plus-value apportée par l'office de tourisme auprès des prestataires.</li> </ul>	<p><u>Besoins identifiés</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Harmonisation des pratiques : techniques d'accueil, tenue des tableaux de bord</li> <li>• Animation de réunion</li> <li>• Connaissance des outils relatifs au e-tourisme</li> <li>• Pratique de l'anglais (une solution hors PLF sera proposée)</li> </ul>



## Contenu du Programme Local de Formation pour les 3 années

Axe 1. Connaissance partagée du territoire pour une harmonisation des pratiques et l'élaboration d'une stratégie de promotion marketing touristique commune			
Module 1.1 : Connaître le potentiel touristique de son territoire Analyse de la clientèle			
Sous-module 1.1.1 : Harmonisation des techniques d'inventaire	Période et durée	Sous module 1.1.2 : Connaître son potentiel touristique par rapport au marché du tourisme	Période et durée
<p><b>Objectifs :</b> Les salariés des Offices de Tourisme ont une bonne connaissance de leur inventaire. Le travail qui est attendu consiste à partager la connaissance de leur territoire et définir une méthode de classification de l'offre commune en relation avec le Sirtaqui.</p>	3 journées Année 1	<p><b>Objectifs :</b> Mettre en relation l'offre touristique avec son potentiel sur le marché du tourisme.</p>	2 journées Année 1
<p><b>Contenu et méthode pédagogique de la formation :</b> Examen des pratiques actuelles (le formateur pourra demander aux OT/SI de lui fournir ses éléments en amont) afin de proposer une harmonisation des pratiques adaptée aux besoins et à l'utilisation du Sirtaqui.</p>		<p><b>Contenu et méthode pédagogique de la formation</b> Apport théorique sur le potentiel du territoire au regard du marché (où se situe t'il, quels segments de clientèle peut-il intéresser ?). Examen des points forts de l'inventaire et de leur positionnement par rapport au marché. Analyse clientèle.</p>	
<p><b>Finalité</b> Les salariés ont une connaissance partagée du territoire et utilisent des techniques d'inventaire communes.</p>		<p><b>Finalité</b> Les salariés sont en capacité de valoriser leur offre par rapport au référentiel du marché.</p>	
<p><b>Sous module 1.1.3 : Savoir valoriser l'impact économique de l'offre touristique sur le territoire.</b></p>	Période et durée	<p><b>Module 1.2 : Définir des produits touristiques à l'échelle du Pays</b></p>	Période et durée
<p><b>Objectifs :</b> Dans la continuité du travail qui aura été mené au cours des modules précédents, il s'agit d'apprendre à mesurer le poids économique que le tourisme peut représenter.</p>	1 journée Année 1	<p><b>Objectifs :</b> permettre au Pays de se doter de produits touristiques à l'échelle du territoire au regard du potentiel (cf. sous-module 1.1.2) et du positionnement marketing du Pays.</p>	3 journées Année 2
<p><b>Contenu et méthode pédagogique de la formation</b> Méthodologie pour la quantification de l'activité économique du tourisme sur le territoire. Point sur les enjeux de l'observation touristique.</p>		<p><b>Contenu et méthode pédagogique de la formation</b> Aide méthodologique à la conception de produits touristiques. Le formateur devra guider les salariés et OT/SI dans l'assemblage de produits en proposant des choix pertinents par rapport au potentiel du territoire et aux réalités du marché</p>	
<p><b>Finalité</b> Les salariés sont en capacité de positionner le tourisme comme une activité économique pour leur territoire.</p>		<p><b>Finalité</b> Le Pays dispose d'une offre de produits touristiques adaptée.</p>	



Axe 1. Connaissance partagée du territoire pour une harmonisation des pratiques et élaboration d'une stratégie de promotion marketing touristique commune			
<b>Module 1.3. : Définir la stratégie de promotion des produits touristiques du Pays</b>	<b>Période et durée</b>	<b>Module 1.4 : Harmonisation de l'accueil en Pays de L'Isle</b>	
<b>Objectifs</b> : Il s'agit de définir une stratégie de promotion des produits qui auront été mis en place au cours du module 1.2.	2 journées Année 2	<b>Objectifs</b> : Il s'agit de proposer au personnel des OT/SI des solutions pour harmoniser leurs techniques d'accueil et la nature des informations qui sont délivrées sur le Pays.	3 journées Année 3
<b>Contenu et méthode pédagogique de la formation</b> Apport théorique sur ce qu'est une stratégie marketing. Accompagnement à la définition d'actions communes pour la promotion des produits. Ces actions devront être adaptées aux moyens du Pays et des OT.		<b>Contenu et méthode pédagogique de la formation</b> Apport théorique sur les techniques d'accueil. Elaboration d'un argumentaire commun. Ateliers de mise en pratique.	
<b>Finalité</b> Les techniques de promotion de produits touristiques du Pays sont communes et harmonisées.		<b>Finalité</b> L'accueil est harmonisé sur l'ensemble du territoire.	
<b>Axe 2. Valorisation du rôle et des missions d'un Office de Tourisme</b>		<b>Axe 2. Valorisation du rôle et des missions d'un Office de Tourisme</b>	
<b>Module 2.1 : Apprendre à valoriser la plus-value de l'Office de Tourisme auprès des prestataires pour mieux animer son réseau</b>	<b>Période et durée</b>	<b>Module 2.2 : Apprendre à connaître le point de vue des élus</b>	<b>Période et durée</b>
<b>Objectifs</b> : L'évolution des modes de consommation a un impact très fort sur le métier en OT/SI. L'enjeu d'aujourd'hui est de continuer à intéresser les prestataires touristiques de son territoire afin de conserver un lien avec eux. Toutefois le contexte actuel rend cela de plus en plus difficile et il convient donc de bien comprendre cette mutation afin de définir une stratégie pour pallier cette difficulté majeure. L'objectif de ce module est d'apprendre à comprendre les nouveaux besoins des prestataires touristiques pour doter les OT/SI d'une stratégie afin de mieux y répondre.	4 journées Année 1 et 2	<b>Objectifs</b> : il s'agit d'apprendre aux salariés des OT/SI à comprendre le point de vue de l' élu afin d'être en capacité de lui donner les informations dont il a besoin.	4 journées Année 2 et 3 (en fin et début d'année ce qui précède la période de préparation des budgets et des assemblées générales).
<b>Contenu et méthode pédagogique de la formation</b> Après une identification des difficultés rencontrées le formateur apportera un éclairage sur les raisons qui conduisent à ces difficultés et sur les besoins des prestataires (soutien pour le passage au e-tourisme, mise en réseau, assemblage de produits...). Cet éclairage étant fait, le formateur aidera les équipes à définir une stratégie pour proposer des actions pour que l'office de tourisme continue de représenter une plus-value auprès des prestataires. Ce sera aussi l'occasion de répondre à la question : quelle politique d'adhésion ? Il conviendra de s'appuyer sur l'argumentaire de la campagne metteur en scène du territoire.		<b>Contenu et méthode pédagogique de la formation</b> Jeux de rôle à partir de situations d'échec qui auront été recensées au cours de la première journée de formation. Proposition d'une méthodologie pour communiquer avec ses élus.	
<b>Finalité</b> Les OT/SI ont défini une stratégie et des actions pour continuer à répondre aux besoins de leurs prestataires.		<b>Finalité</b> Le point de vue de l' élu est compris par les salariés des OT/SI qui savent comment communiquer avec eux.	



<b>Axe 3. Le e-tourisme au service du développement touristique</b>			
<b>Module 3.1 : Apprendre à connaître l'environnement lié au e-tourisme et investir le web 2.0.?</b>	<b>Période et durée</b>	<b>Module 3.2 : e-tourisme</b>	
<b>Objectifs :</b> les pratiques et l'offre relatives au e-tourisme ont bouleversé les métiers en OT/SI. L'objectif de ce module de formation est d'apporter une vision globale du e-tourisme, de ses enjeux et de ses applications afin que chacun sache comment investir les espaces existants et à quel niveau générer du trafic pour valoriser leur destination.	4 journées Année 1	Le programme de ce module sera défini en fin d'année 1 en fonction des besoins qui auront pu être identifiés suite au travail effectué dans le cadre du module 3.1.	3 journées Année 2
		<b>Module 3.3 : e-tourisme</b>	
		Le programme de ce module sera défini en fin d'année 2 en fonction des besoins qui auront pu être identifiés suite au travail effectué dans le cadre du module 3.2.	3 journées Année 3
<b>Contenu et méthode pédagogique de la formation</b> Apport théorique sur les pratiques des e-touristes et sur les différents univers : web, mobile, réseaux sociaux, communautaire, webmarketing, sirtaqui, référencement, publication de photos, outils google... Analyse de l'existant au regard de l'apport théorique.			
<b>Finalité</b> Les salariés ont une vision globale de l'environnement lié au e-tourisme.			

Planification du PLF	Jour 1	Jour 2	Jour 3	Jour 4	Jour 5	Jour 6	Jour 7	Jour 8	Jour 9	Jour 10	Jour 11	Jour 12
	Janvier-février			Février-mars			Avril-mai		Septembre-décembre			
Année 1 - 2011	1.1.1	1.1.1	1.1.1	1.1.2	1.1.2	1.1.3	3.1	3.1	3.1	3.1	2.1	2.1
Année 2 - 2012	2.1	2.1	1.2	1.2	1.2	1.3	1.3	3.2	3.2	3.2	2.2	2.2
Année 3 - 2013	2.2	2.2	1.4	1.4	1.4	3.3	3.3	3.3				

