

PROJET DE PROGRAMME LOCAL DE FORMATION INTERFILIERES

PAYS DU GRAND BERGERACOIS

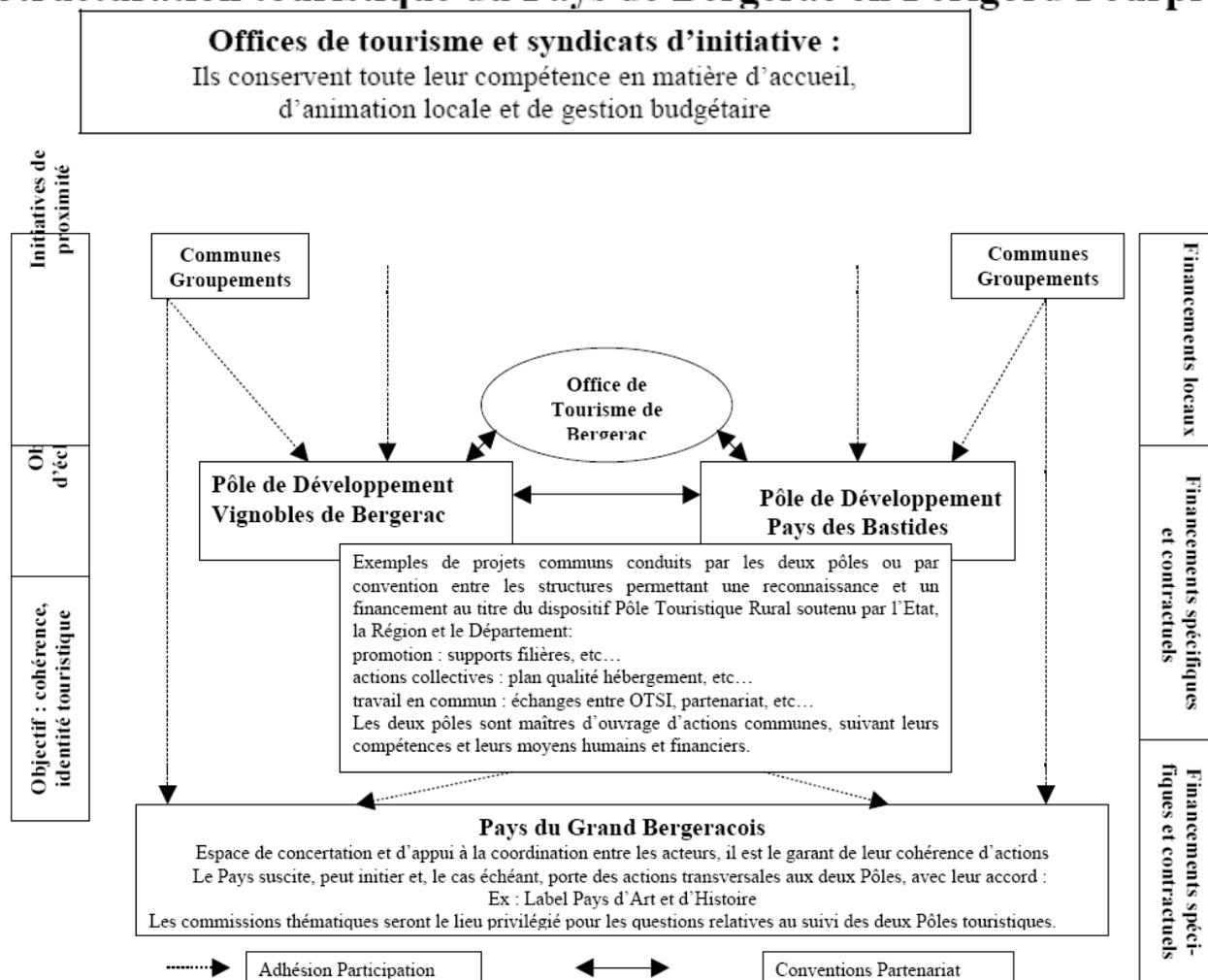
1) Présentation du territoire Pays du Grand Bergeracois

L'association Pays du Grand Bergeracois regroupe 14 Communauté de Communes (regroupant elles-mêmes 135 communes) et 17 communes isolées.

Le Pays du Grand Bergeracois est organisé en trois entités touristiques :

- le Pays des Bastides, organisé autour de l'agence de développement touristique du Pays des Bastides qui est Pays d'Accueil Touristique depuis plusieurs années.
- le Pôle des vignobles est lui créé depuis 2005
- le secteur de la communauté de communes de Bergerac Pourpre, organisé autour de l'office de tourisme de Bergerac Pourpre (3 étoiles), qui se détermine comme l'outil de promotion et de vente du territoire.

Structuration touristique du Pays de Bergerac en Périgord Pourpre



2) Eléments de contexte

Le Pays du Grand Bergeracois, l'Office de Tourisme de Bergerac Pourpre et le Conseil Interprofessionnel des Vins de la Région de Bergerac se sont engagés dès 2005 dans le programme régional Destination Vignobles. L'objectif était de développer les liens entre professionnels du tourisme et de la viticulture, de fédérer les acteurs du territoire pour en faire de véritables ambassadeurs du Périgord Pourpre. En créant ainsi un réseau de partenaires, le vignoble de Bergerac allait gagner en notoriété et surtout, les clients touristes seraient amenés à consommer sur place. *« Il s'agissait de rendre la culture du vin, l'identité d'un pays, accessibles à tous et en faire un levier de développement ».*

Le projet a porté durant ces 3 années sur l'ensemble du périmètre du Pays du Grand Bergeracois, celui-ci constituant un territoire avec une identité, une culture qui lui est propre. De ce fait, le Pays du Grand Bergeracois fut le Chef de file du projet.

L'Office de Tourisme de Bergerac Pourpre a été désigné comme maître d'ouvrage de l'opération et le CIVRB¹ fût le partenaire principal, représentant ainsi la filière viticole. Ces deux structures se sont donc associées via une convention afin de financer conjointement la part des frais engagés pour la mise en œuvre du programme non couverte par les différentes subventions et la participation des membres. Les ressources humaines de l'office de Tourisme de Bergerac Pourpre et du CIVRB étant insuffisantes pour mener à bien ce programme, l'office de Tourisme a recruté en avril 2006 une chargée de mission.

C'est ainsi qu'est né le réseau Destination Vignobles en Pays de Bergerac, composé de vigneron, d'hébergeurs, de restaurateurs, de producteurs, de sites... Des actions d'animation (réunions par micro-territoire, bourses d'échange, formations...), de promotion et de communication ont été initiées et un visuel décliné à partir du logo régional est systématiquement utilisé.

Le Pays du Grand Bergeracois coordonne et anime un programme local de formation à destination des offices de tourisme du territoire.

En 2007 – 2008 et 2009, la MOPA et le Pays du Grand Bergeracois animent un PLF au profit de 24 salariés des 14 offices de tourisme et syndicats d'initiative locaux (Bergerac, Beaumont, Eymet, Issigeac, Trémolat, Lalinde, Le Buisson, Monpazier, Saint Alvère, Sigoulès).

L'outil PLF bénéficie du soutien d'AGEFOS-PME, du Conseil Régional d'Aquitaine et de l'Etat (DRTEFP).

L'objet du PLF : il intervient dans la vie de ce territoire après sa structuration touristique, afin d'améliorer la qualité de l'offre et de développer une stratégie commerciale.

Les axes de formation retenus sur la durée du programme :

Axe 1 : marketing du territoire

Axe 2 : organisation commerciale

Axe 3 : technologies de l'information et de la communication

Les points forts de la dynamique PLF à l'échelle du Pays : partage de la connaissance de l'offre de tout le Pays de Bergerac autour de quatre grands thèmes : Vignoble / Nature et activités plein air/ Patrimoine/Produits locaux-gastronomie en ayant une lecture de la segmentation du territoire et de la connaissance des clientèles, tout en faisant émerger une identité.

¹ Conseil Interprofessionnel des Vins de la Région de Bergerac

3) Les bases du projet interfilières

Le réseau Destination Vignobles à l'échelle du Pays est animée par l'office de tourisme de Bergerac Pourpre. (cf. document « le réseau Destination Vignobles Pays de Bergerac »)

L'objectif premier de l'animation de ce réseau est d'améliorer la qualité, de tendre vers une satisfaction-client optimale et reconnue.

Plus de 80 structures sont adhérentes au réseau. La connaissance mutuelle des prestataires est un élément désormais ancré. Ce travail se concrétise par :

- **des réunions par micro-territoires** dont l'objectif est de réunir les membres pour qu'ils se connaissent et puissent échanger sur le réseau et soient en mesure de se recommander mutuellement. 3 ou 4 réunions par micro-territoires se déroulent par an. Elles se tiennent toujours chez un membre du réseau pour découvrir la structure. Sont évoqués les points suivants : bilan de l'activité du réseau, remarques et échanges sur le réseau et des perspectives futures, échange de prospectus pour le présentoir et cela se conclut par une dégustation de produits amenés par chacun.

► Connaissance entre professionnels à l'échelle de micro-territoire

- **la bourse d'échange** a pour objet de réunir une fois par an avant saison tous les membres du réseau pour qu'ils se rencontrent et échangent leurs prospectus et échantillons (bouteilles, conserves...), renouvellement des divers outils Destination vignobles (classeur, affichettes...)

► Connaissance entre professionnels à l'échelle du vignoble

- **les formations « découverte du vignoble », les formations « initiation à la dégustation », les formations « alliance mets et vins de Bergerac »** ont pour objectif de donner des connaissances de base aux prestataires touristiques pour qu'ils puissent les transmettre à leurs visiteurs et les inciter à se rendre dans les propriétés. Animées par le CIVRB (Conseil interprofessionnel des vins de la région de Bergerac) ou par une œnologue, ce sont des séances gratuites de 2 à 2.5 heures ouvertes à tous les membres qui le souhaitent.

► Etre en mesure de promouvoir le vignoble

Toutes ces actions vont dans le sens d'un territoire dont l'objectif est de poursuivre une logique de travail autour de la qualité d'accueil de la filière œnotouristique.

4) Contenu du projet

- **Intitulé** du programme local de formation interfilières pluriannuel (durée 3 ans) :

DEVELOPPER UN ACCUEIL DE QUALITE, GAGE DE RETOMBEES ECONOMIQUES POUR LE RESEAU DESTINATION VIGNOBLES DU PAYS DU GRAND BERGERACOIS

- **Axes de formation 2010 – 2011 - 2012**

Axe 1 : l'accueil de la clientèle et connaissance du territoire

Axe 2 : langues étrangères autour du monde de la vigne

Axe 3 : etourisme

- **Modules de formation 2010**

Module 1 (axe 1) : techniques d'accueil et d'argumentaire de territoire

Module 2 (axe 3) : appréhender le web et ses outils

Nature de l'action de formation souhaitée : formation professionnelle

- Objectifs :

Développer une politique d'accueil du réseau Destination Vignobles partagée et de qualité. Faire de l'accueil en Pays du Grand Bergeracois une plus-value pour le territoire et ainsi accroître les retombées économiques.

- Finalités :

Poursuivre la dynamique de réseau Destination vignobles sur les notions de qualité.

- Contenus du programme en 2010 :

Module 1 : L'accueil de la clientèle – connaissance de son territoire

- > les attraits touristiques liés au vignoble
- > la gastronomie locale
- > alliance met et vin
- > démarche qualité

Module 2 : Etourisme

Comment être lisible sur Internet et comprendre l'intérêt de l'investir de façon efficace.

- > Quels sont les comportements et les intérêts du touriste-internaute
- > Apprivoiser le vocabulaire et les outils du web (webservices, photos, carto...)
- > Etre en mesure d'évaluer et d'améliorer l'audience de son site par rapport à sa cible et son contenu (techniques de référencement et d'analyse de statistiques)
- > Les techniques de rédaction sur le web
- > Développer des outils collaboratifs à l'échelle du territoire

5) Le public ciblé

Public : offices de tourisme et prestataires touristiques

Nb d'acteurs concernés : 35 personnes

Pour les prestataires, le constat est le suivant : peu de possibilités de dégager du temps en formation.

Le programme annuel ne doit donc pas dépasser 4 à 6 journées de formation.

6) Format

Calendrier : la période à privilégier en année 1 : janvier – février – mars 2010 ; octobre – novembre – décembre 2010

Rythme : privilégier des demi-journées

Participants : petits groupes (environ 8 - 12)

7) Le référent territoire du PLF Interfilères

Guenaëlle NE

Destination Vignobles

Office de Tourisme de Bergerac Pourpre

Tél : 05 53 57 03 11 - Fax : 05 53 61 11 04

ot-destination@aquinet.tm.fr

www.bergerac-tourisme.com

www.destination-vignobles-bergerac.com