

# PROGRAMME LOCAL DE FORMATION INTERFILIERES

## VAL DE GARONNE-GASCOGNE

### 1) Présentation du territoire VAL DE GARONNE-GASCOGNE

Le Pays Val de Garonne-Gascogne se situe sur la partie Ouest du Lot et Garonne, jouxtant ainsi les départements de la Gironde et des Landes. Il est composé de 58 communes regroupant 62 688 habitants. Le Pays est polarisé autour de 3 villes, qui regroupent plus de la moitié de la population du territoire : Marmande, Tonneins et Casteljaloux. Le Pays regroupe la Communauté de Communes Val de Garonne, la Communauté de Communes des Coteaux et Landes de Gascogne et les Communes de Casteljaloux, Fauillet et Montpouillan.

D'un point de vue de l'attractivité, le Pays est un territoire facilement accessible grâce à l'A62, la D813, la D933 et la ligne ferroviaire. Il est situé à proximité des grandes agglomérations bordelaise et toulousaine.

Le Pays Val de Garonne-Gascogne, de par son histoire, sa géographie et ses paysages présente des attraits touristiques multiples.

En effet, l'étude pour la valorisation des paysages bâtis et naturels du Pays Val de Garonne-Gascogne (réalisée par l'agence Foléa-Gautier) met en avant, pas moins de neuf unités de paysages sur le Pays, qui peuvent être regroupées en 3 grands secteurs :

- Au nord : la Vallée de la Garonne
- Au centre : la marche de Queyran et les coteaux bordure des Landes
- Au sud : la forêt des plateaux

Du point de vue de la structuration touristique, deux entités s'attachent depuis plusieurs années à développer et promouvoir l'offre du territoire :

- L'Office de Tourisme du Val de Garonne, 3 étoiles, qui est un EPIC et dont le territoire d'action est celui de la Communauté de Communes du Val de Garonne.
- L'Office de Tourisme de Casteljaloux, 2 étoiles, OT de Station, qui est associatif et dont le territoire d'action est celui de la commune de Casteljaloux et de la Communauté de Communes des Coteaux et Landes de Gascogne.

Les deux Offices de Tourisme en place fédèrent depuis plusieurs années un réseau d'acteurs autour de l'hébergement touristique, de la viticulture, des productions locales, de l'artisanat, et des prestations de loisirs. L'Office de Tourisme du Val de Garonne fédère un réseau de plus de 110 structures, l'Office de Tourisme de Casteljaloux et des 3 cantons est en relation avec près de 200 acteurs.

L'Office de Tourisme du Val de Garonne a également mis en place un Programme Local de Formation pour son personnel sur la période 2006-2008. Celui-ci était axé sur la connaissance du territoire et de son offre touristique (Eductour, création d'un manuel des ventes à destination des agents), sur la cohésion d'équipe (émergence de la démarche qualité), sur la commercialisation (montage de produits touristiques à destination des clientèles d'excursionnistes autour de la thématique eau), sur les techniques d'accueil et de vente, sur la valorisation des espaces d'accueil.

La politique touristique engagée jusqu'à présent met en avant trois axes forts : la valorisation de la Garonne et du Canal (Gabare Val de Garonne, Scénovision Gens de Garonne), le développement du tourisme thermal (Les Thermes de Casteljaloux) et le développement de l'agritourisme (réseau Fermes de Garonne). De plus, le programme LEADER axé sur la valorisation des paysages témoigne de la volonté du Pays de renforcer l'attractivité du territoire par ce biais.

Les Collectivités témoignent de leur implication à la fois dans la politique touristique départementale en s'impliquant dans les différentes actions de promotion entreprises par le CDT47 (comme la présence des offices de tourisme sur les Salons de Tourisme de Bordeaux et Toulouse) et également dans la politique

touristique régionale avec la participation active à la saisie de l'offre sur SIRTAQUI et l'engagement du Val de Garonne et de l'appellation AOC Côtes du Marmandais dans la démarche régionale Destination Vignobles.

Le Val de Garonne-Gascogne se positionne parmi les territoires qui comptent dans la mosaïque de destinations et dans la géographie touristique du Lot et Garonne,



## **2) Eléments de contexte**

### **Le territoire Val de Garonne-Gascogne : Pays d'Accueil Touristique\*.**

\* Notion de Pays d'Accueil Touristique en clair : il est organisé autour de terroirs, de bassins de vie ou d'une filière. A partir d'une démarche de diagnostic territorial, il bâtit un projet de développement de l'économie touristique cohérent avec les démarches de développement globales ou sectorielles engagées sur tout ou partie du territoire. Il s'engage dès lors avec l'ensemble des acteurs locaux dans sa mise en œuvre.

6 conditions formelles :

- l'existence d'un groupement intercommunal ayant un territoire cohérent à vocation touristique affirmée.
- la mise en œuvre par ce groupement d'un projet de développement pluri annuel de l'économie touristique locale.
- une déclinaison annuelle du projet de développement.
- l'implication des acteurs locaux dans l'élaboration et la mise en œuvre du projet.
- l'animation du projet par un ou plusieurs techniciens professionnels spécialisés tourisme.
- un engagement fort des collectivités locales et des structures intercommunales dans le fonctionnement du PAT.

Les engagements d'un PAT concernent prioritairement :

- l'aménagement et le développement de l'offre touristique locale, l'organisation de la production et la valorisation de l'offre
- l'animation touristique locale
- la formation
- la promotion et mise en marché de l'offre
- l'accueil et information des clientèles touristiques
- l'observation de l'économie touristique locale
- l'évaluation des politiques publiques

### **Le territoire Val de Garonne a suivi un programme Local de Formation à destination du personnel de l'office de tourisme Val de Garonne.**

En 2006, 2007 et 2008, la MOPA et l'OT Val de Garonne ont initié un PLF au profit de 12 salariés.

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

L'objet du PLF 2006-2008 : il a eu pour but d'accompagner la structuration touristique de la communauté de communes sous forme d'un OT en EPIC (Etablissement Public Industriel et Commercial) Val de Garonne. Cet OT regroupe 5 ex-OTSI de la zone et s'inscrit comme l'animateur touristique du territoire.

Le PLF a eu pour objet d'adapter les ressources humaines aux nouveaux enjeux de développement touristique.

Les axes de formation retenus sur la durée du programme ont été :

- Axe 1 : marketing de territoire : mieux connaître et mieux vendre son territoire
- Axe 2 : techniques d'accueil
- Axe 3 : langues étrangères
- Axe 4 : mieux gérer l'information
- Axe 5 : production/commercialisation

Les points forts de la dynamique PLF à l'échelle de ce territoire : les actions de formation professionnelle ont permis de développer le travail et les outils collectifs : connaissance du territoire et des acteurs, création et utilisation d'un outil de vente collectif, rappel des techniques de vente, mise en œuvre d'améliorations en matière d'accueil des visiteurs, pratique de mise en marché de produits, et maintien des actions de terrain et de communication à l'échelle du territoire Val de Garonne, notamment autour de produits touristiques réceptifs journée ou court séjour.

Le travail de meilleure connaissance et de relation avec les prestataires touristiques locaux a donc été un point d'appui majeur dans le travail mené par le personnel de l'office dans le cadre de ce PLF.

### **3) Les bases du projet interfilières**

La démarche qualité est essentielle à l'échelle du département du Lot et Garonne. Ce travail mené auprès des filières suppose une animation soutenue.

A ce titre, le CDT 47 anime un club Qualité composé des responsables et têtes de réseau.

Pour mettre en place Lot et Garonne Qualité Tourisme, le CDT 47 vient de lancer un plan de 12 journées de stage consistant à former un pôle « qualité tourisme Lot et Garonne » en partenariat avec le réseau des organisations professionnelles : Fédération des Métiers de l'Hôtellerie, Logis de France, Clévacances, les animateurs des Pays, la chambre d'agriculture, Bienvenue à la Ferme, Gîtes de France, l'UDOTSI, Evasion + et Guyenne Gascogne.

En interne, le CDT a structuré ses équipes pour créer un service « qualité tourisme » composé de 4 personnes.

L'objectif est de remettre le client au cœur du dispositif et de garantir la qualité des prestations sur l'ensemble de la chaîne des services touristiques.

L'enjeu est de taille puisqu'il s'agit de faire de la qualité des prestations touristiques dans le département un atout concurrentiel.

Pour rester compétitif, le Lot et Garonne incite les professionnels du tourisme à s'engager dans une démarche rigoureuse avec un objectif : la satisfaction du client.

Une action de formation, via le club Qualité, est ainsi organisée pour ces responsables et têtes de réseau afin de pouvoir être prescripteur d'une démarche de qualité auprès de leurs réseaux respectifs (label Qualité France).

A partir de chaque filière, le CDT 47 a organisé un premier travail à partir de la grille évaluation « accueil » Lot et Garonne. Le but est de pouvoir élaborer un plan d'actions.

En parallèle à cette démarche départementale, le Pays Val de Garonne-Gascogne souhaiterait enclencher une dynamique de positionnement très fort sur la qualité auprès des acteurs locaux.

Portée à l'échelle d'un territoire, la qualité est un pivot de développement touristique. Travailler de façon pragmatique et technique sur l'importance de ce type de management et d'évaluation auprès des acteurs touristiques est un élément clé pour l'avenir de l'économie touristique du territoire Val de Garonne-Gascogne.

L'enjeu est de pouvoir proposer un programme de formation pluriannuel à destination des professionnels du tourisme du territoire Val de Garonne-Gascogne pour engager un positionnement qualité fort et partagé.

#### **4) Contenu du projet sur les 3 années**

**Intitulé** du programme local de formation interfilières pluriannuel :

LA QUALITE, OUTIL DE MANAGEMENT ET DE RETOMBÉES ECONOMIQUES  
A L'ECHELLE DU TERRITOIRE VAL DE GARONNE-GASCOGNE

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

Axe 1 : les techniques et outils d'une démarche qualité en interne

Axe 2 : la qualité outil marketing, de la promotion à la communication

Axe 3 : les techniques de mise en réseau d'une démarche qualité de territoire

Axe 4 : outils et techniques web dans sa pratique professionnelle

##### **Objectifs :**

En partant de l'ensemble des constats autour de la qualité tels que cités ci-dessous,

- *une démarche de qualité doit s'inscrire dans la durée,*
- *la qualité apporte des retombées commerciales,*
- *la qualité apporte un enrichissement permanent,*
- *plus les entreprises adhèrent à la démarche qualité toutes filières confondues, plus les institutionnels en feront la promotion*

l'objectif était de les expliciter concrètement et de les rendre lisibles dans le quotidien des professionnels en créant une dynamique de réseau, un groupe d'acteurs mobilisés autour de la qualité.

##### **Finalités :**

Prise en compte de la dimension qualité et de la plus-value économique. Tendre vers une démarche de labellisation Qualité Tourisme des professionnels.

**Nature de l'action de formation souhaitée : formation - action**

#### **5) Bilan de la première année 2010 du PLF interfilières**

##### **Modules de formation 2010 (OF : CRITER)**

Module 1 (axe 1) : la démarche de positionnement qualité (2 groupes – 1,5 journées)

Module 2 (axe 1) : outils et méthodologie de la démarche qualité (3 groupes – 3 journées)

Module 3 (axe 3) : outils et méthodes d'animation de la qualité en faveur d'un réseau (1 groupe – 1 journée)

##### **Contenus et déroulé des actions de formation 2010 :**

###### Module 1 :

Qu'englobe la notion de qualité ? Pourquoi s'inscrire dans une démarche de qualité ? Qu'apporte-t-elle aux clients ? Que m'apporte-t-elle à moi professionnel(le) ?

Quel rôle au sein d'une dynamique de territoire ?

###### Module 2 :

Décomposition 3 groupes : le groupe A « office de tourisme », le groupe B « hébergeurs », le groupe C « autres professionnels ». Pour chacun de ces groupes, le contenu a tenu compte des spécificités sectorielles.

###### Module 3 :

Les outils et méthodes d'animation de la qualité en faveur d'un réseau.

Concrètement cette première année a permis de créer un groupe de professionnels motivés (offices

de tourisme, restaurateurs, hébergeurs, prestataires d'activités, de loisirs) sur la thématique qualité. Ces modules ont permis, selon les différentes structures, d'inclure la qualité au centre de la stratégie d'entreprise, de sa politique de management et de faire prendre conscience aux professionnels que celle-ci n'aura de valeur commerciale ou formera un atout concurrentiel qu'à l'échelle d'un territoire. La chaîne de déplacement du touriste a été conçue dans une logique de chaîne de services touristiques de qualité.

## 6) Poursuite du programme en 2011

A la suite des formations réalisées en 2010, il a été constitué un comité de pilotage animé par les deux offices de tourisme référents du programme et composé par quelques professionnels du secteur touristique participants à la démarche (restaurateurs, hôteliers, propriétaires de gîtes, de chambres d'hôtes...)

Ce comité a relevé deux priorités de formation à faire apparaître en année 2 :

- Poursuivre le travail initié sur la qualité avec 2 objectifs :
  - ✓ formalisation de la promesse qualité des prestataires vis-à-vis des autres prestataires
    - établir la charte d'engagement qualité des prestataires en Val de Garonne-Gascogne (*rappel : tout ce travail allant de pair avec la démarche départementale*). Cette charte pourra partir des éléments énoncés par le comité de pilotage (*cf. cahier des charges année 2*)
    - rédaction d'un règlement intérieur des prestataires
    - finalisation des fiches techniques d'accueil
  - ✓ formalisation de la promesse qualité des prestataires vis-à-vis des clientèles touristiques
    - établir l'argumentaire de cette démarche et les outils pour la mettre en valeur auprès des clients (ex. livret d'accueil de territoire...)
  
- Faire face aux défis du numérique et aux nouvelles attentes liées au développement de la consommation touristique sur le net :
  - ✓ Créer un site internet gratuit et connaître les techniques de référencement
  - ✓ Des techniques de référencement et d'analyse de site aux outils de veille sur son E-réputation

## 7) Le public ciblé

Public : offices de tourisme / hébergeurs / réseaux agritourisme / autres prestataires touristiques : sites, loueurs de bateaux.

Nombre d'acteurs concernés : 30 - 35 personnes

Pour les prestataires, les formations s'adressent en priorité aux gestionnaires et responsables propriétaires.

Pour les offices de tourisme, les formations s'adressent en priorité aux responsables et animateurs touristiques.

## 8) Format et nombre de journées

Durée du programme : 3 ans

Calendrier à privilégier chaque année : janvier – février – mars ; octobre – novembre – décembre

Rythme : nombre de journées limitées au vue de la contrainte de mobilisation des professionnels.

Format journée complète retenue (7 h)

## **9) Les référents territoire du PLF Interfilères**

### **Philippe MARMIESSE**

Directeur de l'office de tourisme Val de Garonne

Maison du développement – BP 305 – 47213 Marmande Cedex

Tel : 05 53 64 24 01 – Fax : 05 53 64 28 36

[tourisme@valdegaronne.com](mailto:tourisme@valdegaronne.com)

### **Cécile CAZENAVE**

Directrice de l'Office de Tourisme de Casteljaloux et des 3 cantons

Maison du Roy

47700 Casteljaloux

Tel : 05 53 93 00 00 – fax : 05 53 20 74 32

[office-tourisme@casteljaloux.com](mailto:office-tourisme@casteljaloux.com)