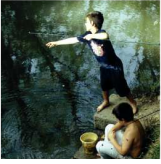




Office de Tourisme du Villeneuvois



*Allez-et-Cazeneuve - Bias - Casseneuil - Dolmayrac - Le Ledat
Pujals - St Antoine de Ficalba - Ste Colombe de Villeneuve
Ste Livrade sur Lot - Villeneuve-sur-Lot*

Plan Local de Formation Le Grand Villeneuvois et le Fumélois-Lémance

Quai des Gabarres - BP 11 - 47440 Casseneuil

Tel : 05 53 41 02 46 - Fax : 05 53 41 36 83

Courriel : otiv@wanadoo.fr - Site internet : www.cc-villeneuvois.fr/region.html

1 - Présentation du Villeneuvois, de Penne d'Agenais et du Fumélois Lémance

1- Présentation du territoire

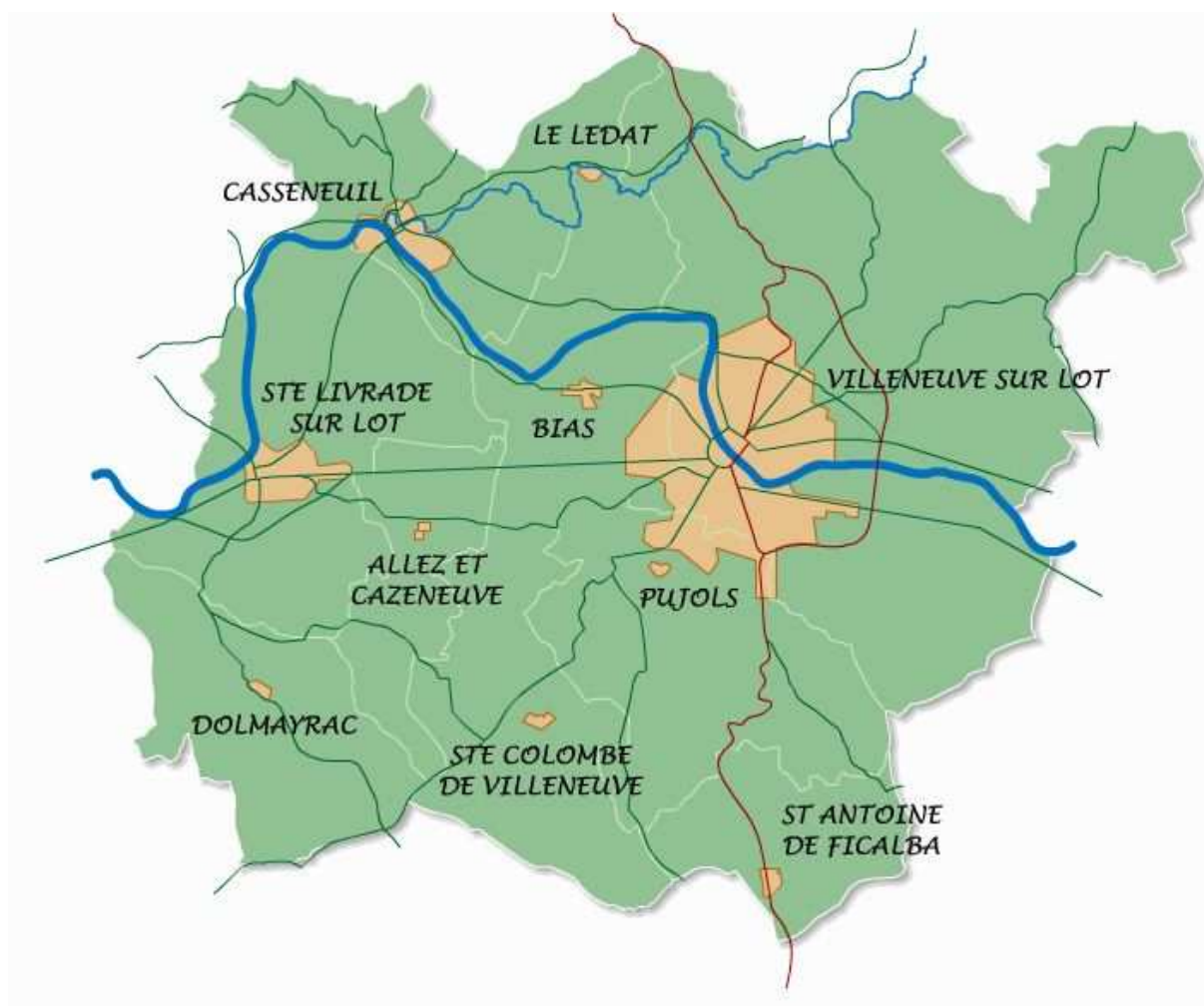
Aquitaine



Lot-et-Garonne



Localisation de la communauté de communes du Villeneuvois



Localisation de la commune de Penne d'Agenais



Localisation de la Communauté de Communes Fumelois-Lémance



Les chiffres clés de la Communauté de Communes du Villeneuvois
 1 Communauté de Communes
 10 communes

Superficie : 238 km² sur 5361 km² pour le département du Lot et Garonne

Population : 41 953 habitants sur 305 380 habitants pour le département du Lot et Garonne

Densité de population : 176 habitants au km² sur 57 pour le département du Lot et Garonne

Variation de la population : -0,07 sur -0,02 pour le département du Lot et Garonne

Comparatif chiffré entre le département Lot et Garonne et la Communauté de Communes du Villeneuvois :

ENTREPRISES – ETABLISSEMENTS	Lot et Garonne	Villeneuvois
Nombre d'établissements	15 607	2 420
-Industrie	1 841	251
-Construction	2 462	341
-Commerce et réparations	4 771	782
-Services	6 533	1 046
dont 10 salariés et plus	1 108	177
dont 500 salariés et plus	1	0

Les chiffres clés de la Commune de Penne d'Agenais

1 Communauté de Communes

9 communes

1 commune concernée par le PLF

La communauté de communes de Penne-d'Agenais compte 9 communes et 6 600 hab.; son siège est à Dausse (430 hab., 694 ha), village à 8 km à l'est de Penne dans la vallée du Boudouyssou, qui a gagné 45 hab. entre 1999 et 2004.

Penne d'Agenais :

Chef-lieu de canton de la vallée du Lot (Lot-et-Garonne) dans l'arrondissement de Villeneuve-sur-Lot, 9 km à l'est de celle-ci, sur la rive gauche.

Superficie : 46 km² (dont 715 de bois ha) sur 5361 km² pour le département du Lot et Garonne

Population : 2 330 habitants sur 305 380 habitants pour le département du Lot et Garonne

Densité de population : 49 habitants au km² sur 57 pour le département du Lot et Garonne

Présentation générale de la Communauté de Communes Fumélois-Lémance
 1 Communauté de Communes
 11 communes

Superficie : sur 215,8 km² pour le département du Lot et Garonne

Population : 16 509 habitants sur 305 380 habitants pour le département du Lot et Garonne

Densité de population : 77 habitants au km² sur 57 pour le département du Lot et Garonne

Variation de la population : - 7,16% (RP90 -> RP 99) sur -0,02 pour le département du Lot et Garonne

L'activité économique du Fumélois-Lémance :

Agriculture	323
Industries	97
Dont 10 salariés et plus	18
Dont plus 50 salariés	3
Artisanat	350
Commerces et réparations	237
Services	206
Nombre d'établissements 1^{er} octobre 2006	1213

Quatrième unité urbaine du département du Lot-et-Garonne, l'agglomération Fuméloise est un pôle industriel important en partie en reconversion.

Le déclin démographique enregistré entre les deux derniers recensements (perte de 7% de la population) reflète les difficultés économiques du territoire.

La CCFL a adopté le régime de la taxe professionnelle unique en 2003, elle met en œuvre un plan d'actions pour dynamiser son territoire, générer de nouvelles activités dans une optique de développement durable.

Ainsi, la définition de l'intérêt communautaire attribuée à la CCFL la compétence liée au développement touristique.

Depuis le 1er janvier 2005, date de création de l'Office de Tourisme intercommunal, le tourisme fait une percée sur le territoire, avec une fréquentation touristique en hausse. Les actions structurantes menées par le service tourisme de la CCFL permettent une meilleure lisibilité du territoire et le renforcement du maillage d'accueil du territoire.

Si le territoire commence à être aujourd'hui mieux organisé, il est nécessaire de renforcer l'attractivité de celui-ci par la valorisation de ses atouts patrimoniaux et naturels.

Le schéma général de développement touristique de la CCFL comprend 2 grands axes stratégiques :

- la structuration du territoire avec la professionnalisation des acteurs touristiques,
- l'amélioration de l'offre touristique (3 thématiques : patrimoine naturel et itinérance, mise en valeur du patrimoine historique, tourisme fluvial et activités nautiques).

Les points forts du Villeneuvois, de Penne d'Agenais et du Fuméolois Lémance

Ces trois territoires possèdent un patrimoine important avec :

- 2 villages de caractère : Penne d'Agenais et Pujols, ce dernier étant classé, Plus Beau Village de France,
- 2 bastides : Villeneuve sur Lot et Sainte Livrade sur Lot. Chaque village a au moins un monument classé au monument historique.
- un site majeur d'Aquitaine, avec le Château de Bonaguil, qui draine 66 000 visiteurs par an.

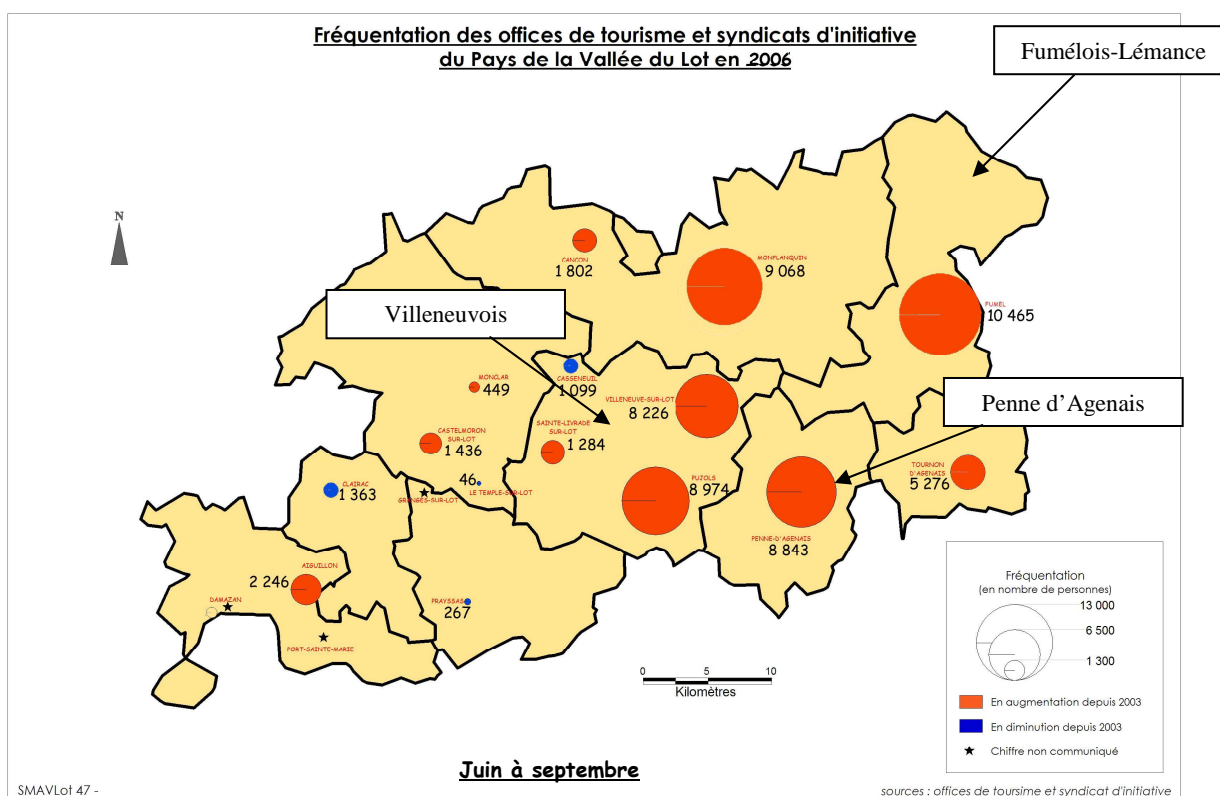
Il faut aussi noter la diversité du territoire avec un nombre important de sites « industriels, agricoles et visites techniques ». Les sites majeurs sont localisés le long du Lot, et dans un triangle, avec pour démonstration les fréquentations en hausse de leur Office de Tourisme respectif:

Villeneuve sur Lot : 8 333 (année 2005)

Pujols : 8 912 (année 2005)

Penne d'Agenais : 9 824 (année 2005)

Fuméolois Lémance : 12 007 (année 2006)



L'offre d'activités sportives et de loisirs (équitation, vélo) est un élément important. Une autre part importante de l'offre de loisirs est constituée par les activités d'eau avec une offre concentrée sur le grand Villeneuvois : haltes nautiques, location de canoës et autres embarcations, bateau à passagers avec la Gabare Fuméoloise, piscines avec plus particulièrement le complexe nautique de Malbentre.

2- Organisation touristique

2.1 Constat et bilan organisationnel en 2006 dans le Villeneuvois

La mise en œuvre d'une telle stratégie suppose une nouvelle définition et répartition des rôles et des missions.

EN 2006

Axes d'évolution	Contenus
<p>L'organisation touristique doit engager des missions qui aujourd'hui ne sont pas investies ; la production, la mise en marché et qui se légitiment à l'échelle communautaire.</p>	<p>C'est l'enjeu majeur de mise en œuvre de nouvelles modalités organisationnelles et en retour ce n'est que pour concrétiser un tel engagement touristique plus volontariste et plus offensif sur les champs de la production et de la mise en marché qu'il est pertinent de faire évoluer l'organisation touristique de façon profonde.</p>
<p>L'organisation touristique doit passer un cap dans la coordination et l'optimisation des services d'accueil information assurées sur le territoire communautaire.</p>	<p>De façon générale, les OTSI ont à déployer ces missions dans une logique plus offensive : adresser et conseiller des propositions plutôt que livrer de l'information.</p> <p>Les OTSI qui parviendront à satisfaire cet objectif général seront porteur d'une forte valeur ajoutée au service de leur territoire.</p> <p>Pour y parvenir, il est important pour l'organisation touristique du Villeneuvois de :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Animer et accompagner la progression des prestations d'accueil et d'information autour de pratiques partagées et de référentiels communs. - Mettre en place une organisation interne adaptée à la bonne valorisation des outils et des démarches clés en cours de développement type Sirtaqui, Qualité France.
<p>L'organisation touristique du Villeneuvois doit proposer une répartition claire des compétences attribuées et des rôles tenus aux échelles communale et communautaire.</p>	<p>La bonne mise en œuvre de la stratégie suppose que l'échelon communautaire soit le seul à agir et donc à mobiliser les socio- professionnels et les partenaires du développement sur les questions de gestion de l'information, de production, de promotion et de mise en marché, de pilotage de la stratégie évoquée et de coordination touristique.</p> <p>En dehors de ces champs, et notamment sur ceux de l'animation ou de la promotion locale, l'échelon communautaire n'est pas opérant. C'est l'échelon municipal qui œuvre.</p>
<p>L'organisation touristique communautaire doit</p>	<p>Jusqu'alors, l'OTIV assure un rôle de coordination plutôt a posteriori et au regard des options fixées par les différentes démarches</p>

adopter et animer une position de pilote stratégique pour mettre en œuvre les cadres d'action envisagés

communales.

L'engagement de la stratégie proposée suppose de poser les termes suivants sur le plan structurel et sur le plan opérationnel :

- L'organisation communautaire définit et assure la mise en œuvre d'une stratégie retenue par les instances communautaires.
- Pour ce faire, elle intervient à l'échelle communautaire et sur des champs de compétence bien déterminés.

L'organisation touristique du Villeneuvois souhaite s'engager dans des chantiers majeurs tels que la production et la commercialisation. A l'échelle globale, l'engagement sur ces missions se révèle indispensable si on souhaite optimiser les retombées des engagements pris : investir et communiquer sans développer une offre produits et l'inscrire dans des canaux de commercialisation, c'est rester au milieu du gué.

Les acteurs touristiques sur le territoire sont en nombre restreint et ont besoin d'un appui optimal du côté de l'acteur public, tant en matière d'aménagement touristique (réalisation de grands projets) que d'organisation et d'animation des missions qui contribuent à valoriser leurs offres.

L'organisation touristique dispersée sur cinq structures (Office de Tourisme de Villeneuve sur Lot, Office de Tourisme de Casseneuil, Office de Tourisme de Pujols, Syndicat d'initiative de Sainte Livrade, Office de Tourisme Intercommunal du Villeneuvois) présentait l'intérêt de mobiliser au-delà des acteurs touristiques et la société civile au sens large. Pour autant, elle conduisait à une dispersion des acteurs touristiques autour d'OTSI qui se répartissaient également les moyens d'agir. Les OT qui se plaçaient dans cette logique s'inscrivaient dans la position d'acteurs aux côtés des professionnels du tourisme, avec le rôle d'assumer les missions de service public.

La mise en place d'une organisation intégrée à l'échelle communautaire « Office de Tourisme du Villeneuvois », OTV, statut EPIC, a pour ambition de fédérer l'ensemble des acteurs professionnels du tourisme et de positionner cette organisation comme une tour de contrôle porteuse d'actions et de services à forte valeur ajoutée qui légitiment son rôle.

Par ailleurs l'Office Intercommunal de Tourisme de Penne d'Agenais dans sa réflexion d'offre touristique est conscient qu'il ne peut présenter à son échelle une offre suffisante pour être identifié par les clientèles comme une destination touristique. Par contre, ensemble, les deux territoires : Villeneuvois et Penne d'Agenais ont tous les atouts pour « qu'«être une véritable destination touristique de séjour » devienne réalité ».

2.2 – Une nouvelle structure : l'Office de Tourisme du Villeneuvois

A la lecture des statuts (mars 2007), l'objectif est d'optimiser les performances et les retombées du tourisme sur le territoire, à travers la création de l'établissement public industriel et commercial « Office de Tourisme du Villeneuvois » qui se voit confier les missions suivantes :

- ❑ Assurer l'accueil et l'information des touristes sur le territoire communautaire, depuis les différents lieux d'accueil permanents et saisonniers ouverts, en appui sur la démarche qualité et les outils de gestion de l'information mis en place à l'échelle départementale et régionale.
- ❑ Assurer la promotion touristique du territoire communautaire selon la stratégie retenue par la Communauté de Communes du Villeneuvois et en cohérence avec l'action du Comité Départemental de Tourisme et du Comité Régional du Tourisme
- ❑ Piloter et coordonner le développement touristique du territoire communautaire, autour de deux axes de travail : d'une part, animer la mise en œuvre du programme de développement retenu par la Communauté de Communes du Villeneuvois et d'autre part, apporter un concours technique à la conception et à la réalisation de projets et d'opérations touristiques portés par les socio-professionnels.
- ❑ Assurer le montage, la réalisation et la mise en marché de prestations et de produits touristiques, notamment avec l'objectif d'étoffer et de systématiser une offre de courts séjours « découverte active » déclinés à l'échelle du Villeneuvois, de la Vallée du Lot et des pôles de proximité.
- ❑ Conduire l'exploitation des équipements et des offres touristiques pointés comme d'intérêt communautaire par la Communauté de Communes du Villeneuvois au regard de leur caractère déterminant dans la concrétisation de la stratégie.
- ❑ Apporter un service marchand d'appui technique et logistique à la mise en œuvre de manifestations identifiées en amont par la Communauté de Communes du Villeneuvois.
- ❑ Mettre en œuvre dans un cadre conventionnel une assistance technique pour la conduite d'animations locales, aux organismes du Villeneuvois œuvrant dans ce domaine.
- ❑ Assurer l'observation de l'activité touristique sur la Communauté de Communes du Villeneuvois, en interaction avec les outils et méthodes instaurés par les partenaires départementaux et régionaux.

En fonction des objectifs de l'établissement Office de Tourisme du Villeneuvois signés avec la Communauté de Communes du Villeneuvois, un organigramme a été créé (ci-joint), des fiches de postes rédigées (ci-jointes), et un recrutement réalisé. L'originalité de la structure au niveau des agents d'accueil est que ces derniers sont tous assistants de pôle (50 % du temps travaillé) avec des missions et des objectifs définis sur trois ans :

1 agent d'accueil et assistante commercialisation groupe – Pôle commercialisation
 1 agent d'accueil et assistante commercialisation individuel – Pôle Commercialisation
 1 agent d'accueil et assistante de l'Observatoire du Tourisme – Pôle Observatoire
 1 agent d'accueil et assistante démarche qualité – Pôle Démarche Qualité
 1 agent d'accueil et assistante promotion et de communication, – Pôle Promotion & Communication

Et,

1 agent d'accueil et assistante animation patrimoniale mise à disposition à l'EPIC - Pôle Patrimoine Architectural & Production

1 agent d'accueil et assistante animation environnementale – stagiaire de la fonction publique mise à disposition à l'EPIC – Pôle Patrimoine Naturel & Production

L'Office de Tourisme du Villeneuvois comprend un personnel salarié de 10 personnes, travaillant sur des antennes nommées Point d'Information Touristique :

Direction	OT **	Statut EPIC	3 salariées	Droit privé
P.I.T de Pujols	OT **	Statut EPIC	2 salariées	Droit privé
P.I.T de VSL	OT **	Statut EPIC	3 salariées	Droit privé/public
P.I.T de Casseneuil	OT **	Statut EPIC	1 salariée	Droit public
P.I.T de Sainte Livrade	OT **	Statut EPIC	1 salariée	Droit privé

L'Office Intercommunal de Tourisme de Penne-d'Agenais comprend un personnel salarié de 2 personnes :

OITPA	OT **	Statut associatif	2 salariées	Droit Privé
-------	-------	-------------------	-------------	-------------

L'Office Intercommunal de Tourisme Fuméolois Lémance comprend un personnel salarié de 2 personnes :

OTFL	OT **	Statut Régie SPA	2 salariées	Droit Public
------	-------	------------------	-------------	--------------

Il est à noter que l'OTFL devrait changer de statuts au début de l'année 2008. En effet, la structure se transformera en EPIC. Ainsi, la salariée concernée par le PLF aura un contrat de droit privé.

Les personnels de l'Office de Tourisme du Villeneuvois comme ceux de Penne d'Agenais et du Fuméolois Lémance, doivent devenir de véritables prescripteurs du territoire et des professionnels de l'accueil et du conseil, et ce, dans une seule optique : faire séjourner et consommer le client en lui donnant les moyens de découvrir les valeurs du territoire.

2.3 – La stratégie touristique

Pour caractériser le secteur touristique de la Communauté de Communes, un DLA avait mis en exergue :

- Un positionnement concurrentiel faible,
- Des hébergements peu nombreux (centralisés sur Villeneuve sur Lot), et de qualité très disparate (hôtellerie familiale essentiellement),

- Un maillage d'animations et de sites touristiques (Piscine de Malbentre, Musée de Gajac, Bases nautiques, Roseraie Vicart, Grottes de Lastournelles, Musée d'Eysses, Haras National) ; mais qui n'ont pas de réel effet d'appel auprès des touristes,
- Un déficit d'images fortes, associée à une identité insuffisamment exploitée,
- Une offre touristique à structurer et à organiser,
- Une faiblesse qualitative de l'offre,
- L'absence de lieux touristiques à caractère exceptionnel,
- L'absence de stratégie tant dans la commercialisation que dans la communication et la promotion.

Le stade de développement touristique du territoire actuel se lit plus comme le résultat d'une succession d'initiatives et de projets touristiques plutôt que comme une démarche coordonnée de développement touristique du territoire.

Dès lors, l'engagement d'une nouvelle phase d'évolution de l'Office de Tourisme du Villeneuvois s'envisage par rapport à l'objectif d'animer une politique de développement du tourisme et des loisirs plus volontariste.

Ce développement plus volontariste s'envisage au regard d'une stratégie qui consiste à s'approprier, déployer et optimiser le rôle structurant que tout pôle urbain joue spontanément par rapport à la fréquentation touristique d'une destination rurale.

Dès lors l'ambition touristique affichée du Villeneuvois correspond à cinq axes, qui correspondent à des potentiels particuliers :

Axes	Potentiels particuliers du Villeneuvois
Valoriser l'attractivité touristique qui lui est propre et qui mobilise des flux qui se déterminent pour lui-même.	43 000 habitants au sein de la communauté et 100 000 résidents sur le bassin de vie Dynamique commerciale, culturelle, sportive au cœur des pratiques Importance des produits du terroir Dimension patrimoniale et historique à mettre en exergue
Déployer des offres de filières spécifiques, autour d'infrastructures, équipements, prestations	Filière sports et loisirs déployée : - Sur l'ensemble du Villeneuvois concrétisée par une offre forte navigation, cheval, randonnée. - A l'échelle de Villeneuve de par les installations sports et loisirs en place et en réalisation
Capter, relayer et prolonger des fréquentations de clientèles générées par des pôles touristiques voisins.	30-35 kms de l'A62 depuis Toulouse ou Bordeaux 60-120 kms des pôles urbains qui structurent les départements limitrophes : Bergerac, Cahors, Moissac, Sarlat, Périgueux, Montauban
Recevoir et diffuser des flux touristiques dans l'environnement géographique peu ou prou sous sa zone d'influence	Pôle clé sur la diffusion des flux touristiques sur la vallée du Lot en Lot et Garonne de par l'importance de son offre et de par sa situation équidistante entre Agen, Aiguillon et Fumel : 30 kms qui constituent une distance de référence pour les randonneurs au long cours. Rôle accentué par la prégnance des infrastructures de circulation et d'itinérance : Lot, véloroute.

Structurer la distribution des fréquentations sur les espaces voisins	Rôle structurant joué par les quatre pôles du Lot et Garonne : Agen, Marmande, Nérac, Villeneuve. Rôle particulier de par sa position au nord, en prise direct avec les flux générés par la Dordogne.
---	--

Les cadres d'action induits par la stratégie et à mettre en œuvre par l'Office de Tourisme du Villeneuvois, sont

Domaines d'action	Cadres d'action à ouvrir et à travailler	
Positionnement	1.1	Elaborer un positionnement «territoire actif et découverte active» Souligner la dynamique du territoire : vie sportive, culturelle, associative Souligner la dimension tourisme et loisirs actifs : équipements et infrastructures, prestataires Valoriser deux options : Tourisme et loisirs actifs comme but de la fréquentation, Tourisme et loisirs actifs comme mode/moyen de fréquentation découverte du territoire.
	1.2	Traduire ce positionnement de façon systématique auprès de l'ensemble des publics résidents, touristiques
Production Exploitation	2.1	Travailler sur la mise en forme et la proposition de l'offre tourisme et loisirs du territoire : L'exprimer sous la forme de propositions plutôt que d'adresses, la présenter en fonction des attentes des différentes clientèles
	2.2	Engager un travail de fond à partir des offres publiques et privées existantes et en projet, notamment sur les domaines fondamentaux de l'hébergement et de la restauration, pour présenter une offre qualifiée disponible.
	2.3	Dans un 1 ^{er} temps, développer des produits basiques (faciles à s'approprier pour les clients potentiels) sur les formats week-ends et longs week-ends 2 à 4 jours autour de 3 options : hébergement de qualité + prestations et supports / découverte rayonnante des pôles du Sud Ouest hébergement de qualité + prestations et supports / découverte active de la vallée du Lot hébergement de qualité + prestations et supports / découverte active du Villeneuvois / occasions précises
	2.4	A moyen terme et sur les bases éprouvées, développer des produits « découverte itinérante » à l'échelle de la vallée et/ou des pôles du Sud Ouest.

Promotion et mise en marché	3.1	Développer les canaux de promotion et de commercialisation, en relation avec le CDT, les OT partenaires
	3.2	Décliner les outils et les actions de promotion en direction des résidents et des habitants de proximité : adaptation des formes, des contenus, modes d'expression, services
Accueil information	4.1	<p style="text-align: center;"><u>En concertation avec Penne d'Agenais et le Fumélois-Lémance</u></p> <p>Structurer et animer les relations avec les organisations touristiques voisines en considérant deux échelles :</p> <p>1- les territoires voisins constitutifs de la Vallée du Lot et du Lot et Garonne,</p> <p>2- les pôles urbains auprès desquels se positionner activement dans une logique de relais</p> <p>Considérer trois champs pratiques de collaboration avec les organisations touristiques voisines :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Animer les relations pratiques et quotidiennes, - Mettre en valeur les éléments de continuité et de liens : thèmes de découverte, outils, supports de promotion - Développer des prestations et des produits courts séjours
	4.2	Intégrer activement les démarches d'optimisation du service d'accueil et d'information engagées à l'échelle départementale et régionale : Sirtaqui, NTIC, démarche qualité

II – Objectif du Plan Local de Formation Villeneuvois, Penne d’Agenais et Fumélois-Lémance

L’Office de Tourisme du Villeneuvois, l’Office de Tourisme Intercommunal de Penne d’Agenais et celui du Fumélois-Lémance ont donc souhaité s’associer pour initier cette démarche de développement touristique en s’appuyant en premier lieu sur la professionnalisation des personnels des OT. Cette professionnalisation a un double objectif :

- Permettre aux personnels de développer leurs compétences,
- Mettre en œuvre le fonctionnement en réseau au-delà des découpages administratifs.

Pour mettre en œuvre cette professionnalisation, l’outil utilisé est la construction d’un plan de formation collectif au sein du réseau. Ce plan de formation concerne les modules communs à l’ensemble du personnel en lien avec les compétences à développer dans le cadre du projet touristique du Villeneuvois-Penne d’Agenais et de celui du Fumélois-Lémance. Une analyse des besoins de formation a été réalisée à partir des nouvelles fiches de postes établies par la nouvelle structure.

Au-delà le Villeneuvois s’engage dans la mise en œuvre d’un Programme Local de Formation afin aussi de débiter le travail de professionnalisation des acteurs touristiques.

Les axes de formation ainsi déterminés vont porter sur :

- Axe 1 : Marketing territorial
- Axe 2 : Mise en place de méthodes de travail collectives dans le cadre de l’animation des prestataires.
- Axe 3 : Anglais touristique

Le public concerné est le personnel des Offices de Tourisme. Ce plan de professionnalisation constitue un des éléments déterminants dans le projet de développement touristique Villeneuvois-Penne d’Agenais et de celui du Fumélois-Lémance.

Le travail en réseau est essentiel dans la construction d’une identité commune, chaque module de formation devra permettre la capitalisation, le partage d’outils, la construction d’une image Villeneuvois-Penne d’Agenais : Grand Villeneuvois au travers des compétences des salariées des offices de tourisme.

Enfin, il nous apparaît important de privilégier une démarche de formation/action en utilisant le plus possible de cas concrets de chaque agent à travers ses missions dans l’approche pédagogique : les modules doivent aboutir à la création d’outils pour l’ensemble des agents et offices de tourisme. Il est donc entendu que le principe général est de travailler à partir de projets concrets. La mise en œuvre du schéma de développement touristique du Villeneuvois constitue le fil conducteur de la formation.

A chaque thématique de formation, il y aura :

- Des apports théoriques fondamentaux,
- Un travail sur les projets qui serviront de cas concrets : ce travail permettra de s’approprier les techniques, outils, méthodes d’une part, et d’autre part, ce travail permettra de construire l’offre Grand Villeneuvois et d’apprendre aux Offices de Tourisme du Grand Villeneuvois et du Fumélois Lémance à travailler ensembles et à constituer un premier projet commun.

III – Contenu du programme du Plan Local de Formation Villeneuvois, Penne d'Agenais et Fumélois Lémance

- **Axe 1 : Marketing territorial :**

Ce cycle de formation s'établit à partir du potentiel du territoire jusqu'à la méthode de rédaction de fiches thématiques de commercialisation (passer d'agent d'accueil à conseiller en séjour):

- 2008 : Connaissance du territoire
Techniques d'inventaires (focus sur le type d'outils à mettre en place ex: techniques sur « google maps », tableaux de bord, outils statistiques). Action qui s'inscrit en amont dans la démarche engagée à travers le schéma touristique du villeneuvois.
- 2009 : Poursuite connaissance du territoire.
Production touristique : meilleure connaissance de la clientèle pour une meilleure segmentation de l'offre (couple marché-produit). Monter des produits touristiques (réglementation). Démarchage groupe. Bâtir le manuel de vente.
- 2010 : Approche client et attitude commerciale (développer l'argumentaire de vente au comptoir dans l'optique d'une centrale de réservation). Acquérir les techniques de vente.

- **Axe 2 : Mise en place de méthodes de travail collectives**

Ce cycle de formation s'établit en deux temps :

* Mieux se connaître pour mieux travailler ensemble (OT)

* Animation des prestataires (techniques de coordination des prestataires)

- 2008 : Mise à plat des techniques et outils existants et travail d'uniformisation. Outils internet : Mise en place d'un agenda commun sur les actions de promotion, meilleure gestion du courrier électronique, Mise en place d'un tableau de bord/reporting. Etre former sur un rétro-planning individuel et équipe.
- 2009 : Poursuite des techniques d'uniformisation. Techniques de coordination des prestataires dans le cadre du plan qualité territoire.
- 2010 : Poursuite techniques de coordination des prestataires. Repositionner l'agent dans sa relation avec le prestataire touristique et le client au regard de la qualité

- **Axe 3 : Anglais touristique**

- 2008/2009/2010: acquisition de vocabulaire, commercialisation et conseil en séjour.

Fiche 1**Module Marketing territorial**

Contenu de la formation	Publics concernés	Année	Nombre de jours
Thème Marketing du territoire			
Connaissance du territoire et techniques d'inventaires en vue d'appréhender l'offre et la demande	Ensemble des personnels : 13	Année 1	6 jours Décembre 2007/2008
Poursuite connaissance du territoire. Production touristique.	Ensemble des personnels : 13	Année 2	6 jours 2009
Approche client et attitude commerciale	Ensemble des personnels : 13	Année 3	6 jours 2010

Fiche 2

**Module Mise en place de méthodes de travail collectives
des PIT et OT entre-eux, avec les institutionnels, avec les
professionnels**

Contenu de la formation	Publics concernés	Année	Nombre de jours
Thème Mise en place de méthodes de travail collectives			
Mise à plat des techniques existantes et travail d'uniformisation.	Ensemble des personnels : 13	Année 1	3 jours 2008
Poursuite des techniques d'uniformisation. Techniques de coordination des prestataires dans le cadre du plan qualité territoire.	Ensemble des personnels : 13	Année 2	3 jours 2009
Poursuite techniques de coordination des prestataires.	Ensemble des personnels : 13	Année 3	3 jours 2010

Fiche 3**Module Anglais touristique**

2008/2009/2010: Contenu de la formation	Publics concernés	Année	Nombre de jours
Thème Anglais touristique			
Acquisition de vocabulaire dans l'objectif de la commercialisation et conseil en séjour.	Ensemble des personnels : 14	Année 1	2 jours 2008
Acquisition de vocabulaire dans l'objectif de la commercialisation et conseil en séjour.	Ensemble des personnels : 14	Année 2	2 jours 2009
Acquisition de vocabulaire dans l'objectif de la commercialisation et conseil en séjour.	Ensemble des personnels : 14	Année 3	2 jours 2010

PROGRAMME LOCAL DE FORMATION GRAND VILLENEUVOIS	
<i>Maître d'ouvrage</i>	
<i>Référent</i>	Christine RIBIERE Directrice de l'Office de Tourisme du Villeneuvois
<i>Durée prévisionnelle du programme</i>	2008-2010
<i>Nombre de structures concernées</i>	3 Office de Tourisme du Villeneuvois, Office Intercommunal du Penne d'Agenais, Office de Tourisme Fumélois-Lémance
<i>Nombre de salariés concernés</i>	14 en 2008
<i>Objet du PLF</i>	La formation des acteurs est inscrite comme priorité dans les projets tourisme des territoires. La première étape est la professionnalisation des agents des offices de tourisme, futurs animateurs du réseau de prestataires.
<i>Axes de formation retenus sur la durée du programme</i>	Axe 1 : Marketing territorial Axe 2 : Mise en place de méthodes de travail collectives Axe 3 : Anglais touristique

Grand Villeneuvois. Programme année 1. 2008				
Code	Formation	Nombre journées	Nombre stagiaires	Appel offres
	Axe n° 1			
GV.1	Appréhender l'offre touristique locale	6	12	Ouvert
	Axe n° 2			
GV.2	Connaissance des techniques et outils de méthodes de travail collectives	3	12	Ouvert
	Axe n° 3			
GV.3	Anglais touristique	2	12	Ouvert

PROGRAMME LOCAL DE FORMATION – ANNEE 1

Fiche n° 1 Code GV.1
AXE 1 MARKETING TERRITORIALE

Suite à la création de l'EPIC, nommé Office de Tourisme du Villeneuvois, les travaux d'élaboration de la convention d'objectifs ont fait apparaître la nécessité de développer un réseau des acteurs du tourisme autour d'une culture touristique partagée.

La coordination des acteurs et l'animation du développement touristique seront reconnues et efficaces dès lors que les agents d'accueil des offices de tourisme auront une parfaite connaissance du territoire, et qu'ils s'approprient l'identité du territoire, afin que l'agent d'accueil devienne un conseiller en séjour. En parallèle, l'ensemble des salariés participent à l'établissement d'un état des lieux touristiques saisonnier précis soutenu par l'Observatoire du Tourisme du Villeneuvois.

Finalité de la formation :

Ce cycle de formation s'établit à partir du potentiel du territoire jusqu'à la méthode de rédaction de fiche thématique de commercialisation.

Module 1 : Appréhender l'offre et la demande touristique du Grand Villeneuvois et du Fumélois Lémance par le biais de la connaissance du territoire et des techniques d'inventaires.

1- Quelle(s) identité(s) des territoires ? Grand Villeneuvois ? Fumélois Lémance ?

- connaissance qualitative du territoire (géographie, histoire, culture, tradition)
- s'approprier l'identité du territoire, ses ressources, ses spécificités
- acquérir une culture générale et partagée concernant le territoire
- savoir transmettre et mettre en scène l'identité du territoire

2- Connaissance des techniques d'inventaires

- connaissance des outils à mettre en place (ex : google maps, tableaux de bord, outils statistiques)
- connaissance des organismes officiels de recensement

Rappel : Action qui s'inscrit en amont dans la démarche engagée à travers le schéma touristique du villeneuvois.

Contenu et méthode pédagogique :

L'organisme de formation devra apporter une approche du territoire en s'appuyant sur les spécificités territoriales. Il assurera la coordination des interventions et l'approche pédagogique. Un intervenant du Comité Régional du Tourisme Aquitaine pourra être sollicité pour le volet « Connaissance des techniques d'inventaires ».

L'organisme de formation pourra s'appuyer sur des personnes ressources du territoire ou des témoignages.

Il nous apparaît important que l'organisme de formation utilise des cas concrets des offices de tourisme dans son approche pédagogique.

Evaluation et outil proposé :

Il est proposé que chaque journée de formation se termine par un compte-rendu des points clés à retenir. Ces points clés seront les réponses apportées par l'organisme de formation à la problématique du territoire et des salariés. Une fiche récapitulative sera élaborée à la fin de chaque module.

Public concerné :

L'ensemble du personnel.

Durée :

6 jours
(3 ½ jours pour la partie « Identité du territoire » et 2 ½ jours pour la partie « Connaissance des techniques d'inventaire »)

Effectif :

13 personnes

Période :

Décembre à Mars

Lieu :

Respecter l'équilibre entre les deux structures.

Contenu de la réponse attendue :

Le prestataire devra fournir les éléments suivants :

- ses références dans le domaine du tourisme et des statistiques
- ses compétences internes et externes
- le contenu, les outils pédagogiques et les moyens mis en œuvre pour cette formation
- la méthode d'évaluation de la mission
- le coût global et le détail en fonction des structures
- indiquer les formations qu'il a mises en œuvre ayant une finalité similaire ou proche

Les éléments indiqués sur le contenu, la durée et l'évaluation sont éléments qui peuvent être réexaminés.

PROGRAMME LOCAL DE FORMATION – ANNEE 1

Fiche n° 2 Code GV.2

AXE 2 MISE EN PLACE DES METHODES DE TRAVAIL COLLECTIVES (des PIT et OT entre-eux, avec les institutionnels, avec les professionnels)
--

Travailler ensemble, répondre d'une même et unique façon à un client, avoir un accueil de qualité dans l'ensemble des Offices de Tourisme du Grand Villeneuvois et du Fumélois Lémance reste encore très limité dans le territoire. Il en est de même avec les institutionnels et les professionnels.

Face à ce constat, il est indispensable de développer les liens entre les structures Offices de Tourisme, d'acquérir une méthodologie commune, et de savoir l'utiliser de façon pertinente. La question de la qualité de l'accueil est un facteur de fidélité et d'attractivité que les agents devront assimiler et transmettre.

Finalité de la formation :

Ce cycle de formation s'établit à partir de l'existant jusqu'à rédaction et la mise en place d'un manuel relatant les fiches de méthode de travail collectives.

Module 1 : Mise à plat des techniques existantes et travail d'uniformisation

1- Méthodes de travail existantes

- Mise à plat par chaque structure des méthodes de travail existantes et connues par l'ensemble des salariées.
- Etablir une fiche récapitulative par méthode pour l'ensemble des structures (ex : combien de sonnerie avant de décrocher le téléphone, comment rédiger une demande de subvention, comment répondre à un client qui expose une réclamation, ...).
- Etre en mesure de comprendre les atouts et les handicaps des méthodes exposées par chaque structure.

2- Travail d'uniformisation

- Acquérir ensemble une méthodologie de travail au niveau de l'accueil, des clients, des prestataires, et de l'offre.
- S'approprier et développer cette méthodologie de travail.
- Bâtir et formaliser un manuel des méthodes de travail.

Contenu et méthode pédagogique :

L'organisme de formation assurera l'approche pédagogique du cycle. Il pourra alterner des temps d'apprentissage et des temps d'échanges et/ou de mise en situation.

Evaluation et outil proposé :

Il est proposé que chaque journée de formation se termine par un compte rendu des points clés à retenir. Ces points clés seront les réponses apportées par l'organisme de formation à la problématique du territoire et des salariés. Une fiche récapitulative sera élaborée à la fin de chaque module sous forme d'un manuel des méthodes de travail.

Public concerné :

L'ensemble du personnel.

Durée :

3 jours
(1 jour pour la partie «Méthodes de travail existantes» et 2 jours pour la partie «Travail d'uniformisation»)

Effectif :

13 personnes

Période :

Mars à juin.

Lieu :

1 journée à Penne d'Agenais et deux journées sur le Villeneuvois.

Contenu de la réponse attendue :

Le prestataire devra fournir les éléments suivants :

- ses références dans le domaine du tourisme et de la méthodologie du travail
- ses compétences internes et externes
- le contenu, les outils pédagogiques et les moyens mis en œuvre pour cette formation
- la méthode d'évaluation de la mission
- le coût global et le détail en fonction des structures
- indiquer les formations qu'il a mises en œuvre ayant une finalité similaire ou proche

Les éléments indiqués sur le contenu, la durée et l'évaluation sont éléments qui peuvent être réexaminés.

PROGRAMME LOCAL DE FORMATION – ANNEE 1

Fiche n° 3 Code GV.3
AXE 3 ANGLAIS TOURISTIQUE

La maîtrise d'une langue étrangère est une valeur sûre et indispensable dans notre métier !

Cependant il est fréquent que face à des clients anglophones les agents des Offices de Tourisme se trouvent souvent démunis par manque de vocabulaire spécifique à notre territoire (ex : bastide, four à pain, moulin à roue horizontale, ...) et perdent ainsi la possibilité de conseiller voire de fidéliser cette clientèle.

Finalité de la formation :

Ce cycle de formation a pour objectif d'établir une liste de vocabulaire, une meilleure connaissance du comportement de cette clientèle, et une méthode de vente.

Module 1 : Acquisition de vocabulaire spécifique à notre territoire dans l'objectif de la commercialisation et conseil en séjour.

1- Vocabulaire

- A partir d'un diaporama et/ou film, établir une liste de vocabulaire indispensable à la lecture de notre territoire.
- Réalisation de scénettes dans l'objectif d'exploiter le vocabulaire et identifier le(s) comportement(s) de la clientèle anglophone.

2- Conseil en séjour

- Acquérir le vocabulaire de base de promotion et de vente.
- S'approprier l'ensemble du vocabulaire par le biais de mise en scène.

Contenu et méthode pédagogique :

L'organisme de formation assurera l'approche pédagogique du cycle. Il pourra alterner des temps d'apprentissage et des temps d'échanges en anglais et/ou de mise en situation.

Evaluation et outil proposé :

Il est proposé que chaque journée de formation se termine par un compte rendu des points clés à retenir. Ces points clés seront les réponses apportées par l'organisme de formation à la problématique des salariés. Une fiche récapitulative sera élaborée à la fin de chaque module.

Public concerné :

L'ensemble du personnel.

Durée :

2 jours

Effectif :

14 personnes (2 groupes de niveau)

Période :

Janvier à juin.

Lieu :

1 journée à Penne d'Agenais et une journée sur le Villeneuvois.

Contenu de la réponse attendue :

Le prestataire devra fournir les éléments suivants :

- ses références dans le domaine du tourisme et de l'enseignement de la langue anglaise.
- ses compétences internes et externes
- le contenu, les outils pédagogiques et les moyens mis en œuvre pour cette formation
- la méthode d'évaluation de la mission
- le coût global et le détail en fonction des structures
- indiquer les formations qu'il a mises en œuvre ayant une finalité similaire ou proche

Les éléments indiqués sur le contenu, la durée et l'évaluation sont éléments qui peuvent être réexaminés.

ANNEXE

Annexe 1 : Organigramme de l'Office de Tourisme du Villeneuvois

Annexe 2 : Fiche de missions des agents d'accueil

ANNEXE 1

ANNEXE 2