

# Programme local de formation Pays Val de Garonne

## 1 – Le Contexte du projet et lien avec la stratégie de développement territorial

La Communauté de Communes du Val de Garonne créée en 1997 regroupe aujourd'hui 31 communes pour une population de 48640 habitants.

Le tourisme y est considéré comme un enjeu majeur et il s'appuie sur un schéma directeur au sein duquel le tourisme fluvial joue un rôle moteur indéniable.

Si le Val de Garonne ne fait pas partie des zones motrices qui portent l'essor du tourisme en Lot et Garonne, une conjugaison d'atouts clés favorise l'émergence d'une structuration efficace :

- l'articulation d'une dynamique fluviale à partir de 3 points clés que sont le Mas d'Agenais, Fourques sur Garonne et Meilhan sur Garonne,
- l'engagement touristique d'un milieu agricole qui renvoie à des petits producteurs locaux et à des structures coopératives,
- la présence de villes qui se révèlent indispensables au bon développement du tourisme en milieu rural,
- un engagement volontariste pour valoriser les attraits du territoire et les rendre accessibles (scénovision Gens de Garonne, scénomusée A Garonna, Gabare Val de Garonne),
- le Val de Garonne se positionne parmi les territoires qui comptent dans la mosaïque de destinations et dans la géographie touristique du Lot et Garonne,
- l'organisation touristique du territoire par la création sous la forme d'un EPIC de l'Office de Tourisme du Val de Garonne. Cet office, dirigé par Philippe Marmiesse, sera le référent formation pour le territoire du Val de Garonne.

## 2 – Le Projet

Pour valoriser pleinement ces efforts de construction de son tourisme, le territoire se doit d'optimiser son organisation par :

- une organisation interne orientée vers les acteurs : leur mise en réseau, la bonne articulation des engagements publics et des initiatives privés,
- une optimisation de la cohésion de l'équipe opérationnelle de l'office de tourisme du val de Garonne,
- une organisation client : la couverture de leurs attentes aux différents stades du contact entre le territoire et le client,
- les fonctions qui en découlent : pilotage stratégique et conduite du développement, accueil et information du client, implication dans l'animation de l'offre (réservation de prestations, exploitations de services publics),
- le fonctionnement des services et la gestion des moyens.

L'évolution de l'organisation touristique se révèle indispensable pour que le territoire réponde aux enjeux de son développement.

Le tourisme en espace rural est diffus par nature. La mise en réseau des acteurs se révèle indispensable pour tendre vers des offres plus structurées.

### 3 – L'Office de tourisme du Val de Garonne

Etablissement Public Industriel et Commercial crée en avril 2005.

Les missions :

- Accueil, information, promotion, développement
- Animation, montage et commercialisation de produits touristiques
- Gestion d'équipements touristiques (scénomusée, scénovision, bateau à passager)

Nombre d'employés à temps plein : 10 personnes

(1 directeur en contrat de droit public et 9 agents en contrat de droit privé)

Saisonniers : 3 personnes

2 embauches prévues en 2006 dans le cadre du projet Gens de Garonne

Répartition territoriale

- Point information Marmande : 2 personnes
- Point information Tonneins : 2 personnes
- Point information le Mas d'agenais : 1 personne
- Point information Meilhan sur Garonne 1 saisonnier
- Maison du tourisme du Val de Garonne : 2 personnes
- Siège social de l'office de tourisme : 4 personnes
- Gens de Garonne à Couthures sur Garonne : 2 personnes

### 4 – Le programme de formation

A destination de qui ?

De l'ensemble des agents qui constitue l'équipe de l'office de tourisme Val de Garonne.

Celui ci est constitué depuis avril 2005.

Bien que des habitudes des travail en commun sont établies depuis quelques mois sur des sujets précis, il n'en demeure pas moins que le « cadre non légitime » qui prévalait avant la constitution de l'office de tourisme intercommunal n'a pas permis d'affirmer un aspect unitaire et perren aux actions engagées.

L'un des premiers enjeux important sur lequel nous devons insister aujourd'hui est celui « **d'assurer une cohésion d'équipe** » visant à optimiser les impacts d'une organisation collective et réactive.

En ce qui concerne le territoire du Val de Garonne, il n'a pas été réalisé d'audit qualité. Nous nous basons aujourd'hui sur les principes fondamentaux qui ont conduits à la création de l'office de tourisme Val de Garonne, c'est à dire à la convention d'objectifs régissant les relations entre l'office de tourisme et la CCVG dans laquelle sont quantifiées et qualifiées les objectifs et les résultats à atteindre et au document « manuel du personnel de l'office de tourisme » qui représente notre feuille de route.

De ce fait, nous nous positionnons davantage sur une notion d'objectifs à atteindre plus que sur une définition précise de formation.

Un des grands objectifs à atteindre passe par la mise en place d'une démarche qualité afin d'atteindre d'ici 2008 le label Qualité France, d'où un enjeu majeur de motivation auprès des agents.

Pour chacune des missions identifiées, la convention d'objectif fixe des objectifs à atteindre et des actions à conduire à l'échéance de 3 ans.

#### Les missions de service public :

##### Accueil – information

- Professionnaliser et tendre vers de la relation conseil au client
- Homogénéiser et aborder la relation client de façon offensive
- Donner les clés touristiques et culturelles du territoire au client

##### Promotion – communication

- Prolonger la communication et la promotion
- Exploiter les acquis de la production commercialisée
- Valoriser les équipements et les produits en cours d'émergence

##### Développement

- Prolonger le rôle d'appui technique auprès des collectivités
- Systématiser le partenariat entre les communes et le département
- Déployer une fonction assistance technique offensive auprès des acteurs privés en place ou porteurs de projets
- Faire émerger une dynamique de création d'équipements

#### Les missions à caractère industriel et commercial :

##### Commercialisation

- Prolonger la commercialisation en intégrant de nouvelles offres
- Animer les relais avec les canaux départementaux de mise en marché
- Commercialiser les hébergements présents sur le territoire

##### Gestion / exploitation d'équipements

- Intervenir dans l'exploitation des équipements leviers
- Veiller à la qualité de la prestation de ces équipements
- Stabiliser la fréquentation de la gabare à 10 000 passagers
- Respecter le prévisionnel de fréquentation de Gens de Garonne (10 000 personnes en année 1 et 20 000 en année 5)

#### Les formations générales envisagées à l'échelle du territoire

##### *Axes de formation retenus sur la durée du programme*

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