

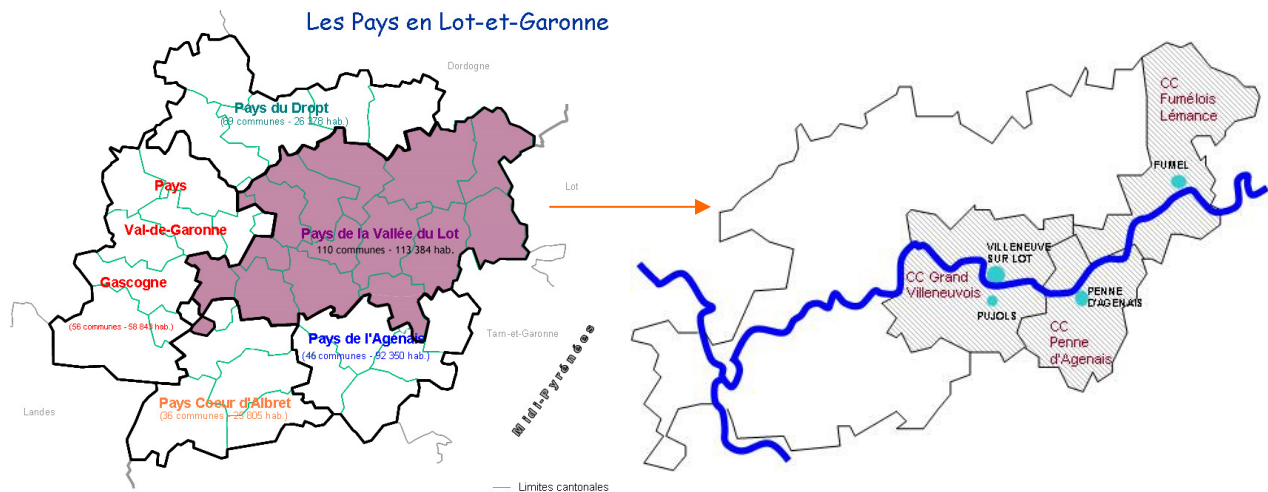
PROJET DE PROGRAMME LOCAL INTERFILIERES GRAND VILLENEUVOIS / FUMELOIS LEMANCE

CADRE GENERAL : PRESENTATION DES TERRITOIRES

Les Communautés de Communes Fuméolois-Lémance, de Penne d'Agenais et du Grand Villeneuvois, toutes trois situées en Aquitaine, département du Lot-et-Garonne composent le territoire de référence du projet PLFI GVFL. Ce périmètre regroupe 37 communes pour une superficie de 710 km² et compte 71 818 habitants.

Les trois entités sont membres du Pays Vallée du Lot en Lot-et-Garonne, porté par le SMAVLOT (Syndicat Mixte pour l'Aménagement de la Vallée du Lot).

Cette structure mène depuis plusieurs années des actions de développement touristique et intervient notamment sur l'itinérance avec des projets tels que la Véloroute, la mise en navigabilité du Lot... Elle est signataire d'un contrat de pays 2008/2011 et a mis en place une convention tourisme avec la Région Aquitaine et le Conseil Général de Lot-et-Garonne, axée principalement sur le développement et la valorisation de trois filières-produits que sont l'itinérance (cyclable et fluviale), le patrimoine (ciblé sur Bonaguil) et l'agritourisme (marques de Pays).



Pour ces territoires situés au bord du Lot, à la croisée du Périgord et du Quercy, le tourisme présente aujourd'hui une véritable opportunité, avec pour principaux atouts :

- **une grande diversité de paysages** : Vallée du Lot, Forêts du Périgord, Causses du Quercy ;
- **une offre patrimoniale de premier ordre** : Château de Bonaguil, site patrimonial le plus visité du département ; bastides et villages de caractère (Penne d'Agenais, Pujols, Villeneuve sur Lot, Sainte Livrade sur Lot, Saint Avit, ...) ; riche patrimoine historique traversant les âges de la préhistoire à nos jours ;
- **une offre culturelle de qualité** : Musée de Gajac et Musée de Préhistoire de Sauveterre-la-Lémance, bénéficiant tous deux du label « Musées de France », Musée Bernard Palissy à Lacapelle Biron, programmation culturelle variée ;
- **une offre de loisirs importante** (la Véloroute, reliant Aiguillon à Cahors, traverse les trois territoires ; nombreux sentiers de randonnée inscrits au PDIPR, accro-branche, et diverses structures de loisirs – centres équestres, observatoires astronomiques, aérodromes, ports fluviaux, bateaux à passagers, ...) ;
- **une offre agritouristique** à structurer et à développer.

Conscients de l'intérêt touristique de leur territoire, les trois Communautés de Communes œuvrent pour dynamiser leurs territoires et générer de nouvelles activités dans une optique de développement durable. Elles initient, entre autres, les opérations de développement touristique (structuration et amélioration de l'offre touristique) avec le soutien de tous les partenaires institutionnels, ayant des capacités d'investissement limitées.

Afin de renforcer leur attractivité, les Communautés de Communes Fumélois-Lémance et du Grand Villeneuvois ont mis en place des Schémas de Développement Touristique, tenant compte des politiques touristiques de la Région, du Département et du Pays de la Vallée du Lot et de leurs règlements d'intervention.

Les trois EPCI ont également mis en place des **offices de tourisme intercommunaux**, afin de structurer leurs territoires :

- Office de Tourisme Fumélois-Lémance (OTFL), 3 étoiles, EPIC ;
- Office de Tourisme du Grand Villeneuvois (OTGV), 3 étoiles, EPIC ;
- Office de Tourisme Pennois, 2 étoiles, association loi 1901.

Ces Offices de Tourisme témoignent de leur implication à la fois dans la politique touristique départementale en s'engageant dans les différentes actions de promotion entreprises par le CDT 47 (charte graphique, présence des offices de tourisme sur le Salon de Tourisme de Toulouse, ...) mais également dans la politique touristique régionale avec la participation active à la saisie de l'offre sur SIRTACUI.

Engagés dans la démarche qualité, ils s'attachent à développer, à qualifier et à promouvoir l'offre des territoires et fédèrent un réseau d'acteurs important :

- 135 partenaires identifiés sur le territoire de l'OTFL,
- 211 prestataires touristiques sur le territoire de la CCGV,
- 150 adhérents pour l'OT de Penne d'Agenais.

Dans le cadre de la Convention Tourisme 2010-2012 liant le Pays de la Vallée du Lot, le Conseil régional d'Aquitaine, le département du Lot-et-Garonne et le CDT47, la stratégie touristique du PAT Vallée du Lot ont été définis comme suit :

- achever l'organisation des organismes locaux du tourisme,
- travailler à la qualification de l'offre thématique (itinérance, patrimoine, agritourisme),
- poursuivre l'engagement du pays autour d'un défi « qualité »,
- renforcer l'accessibilité et la notoriété par le biais de l'e-tourisme.

Le projet de Programme Local de Formation Interfiliales intègre les enjeux de cette politique, en s'appuyant sur la qualification de l'offre, la qualité et l'e-tourisme.

ELEMENTS DE CONTEXTE

Le PLF Grand-Villeneuvois / Fumélois-Lémance.

Depuis trois ans, les Offices de Tourisme référents sont associés afin d'animer et de coordonner un Programme Local de Formation au profit de leurs 15 salariés.

Mis en place en partenariat avec la MOPA, celui-ci a bénéficié du soutien d'AGEFOS-PME, du Conseil Régional d'Aquitaine et de l'Etat (DIRECCTE).

L'objet du PLF Grand Villeneuvois-Fumélois-Lémance, en cours jusqu'à la fin de l'année 2010, était, d'une part, de fédérer les équipes autour de projets communs et, d'autre part, d'asseoir les stratégies des OT, en matière de commercialisation et de mise en réseau de leurs offres touristiques, en s'appuyant sur la professionnalisation des personnels et des nouvelles compétences ainsi développées.

Les axes de formation retenus dans le cadre du programme PLF GVFL 2008-2010.

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

La dynamique du Plan Local de Formation GVFL a ainsi favorisé l'essor des structures et la mise en tourisme des territoires, grâce aux nouveaux savoir-faire acquis par le personnel.

Les actions de formation professionnelle ont également permis de développer la capitalisation, le partage d'outils et la construction de projets communs et de débiter un travail de professionnalisation des acteurs touristiques des territoires.

A titre d'exemples.

Commercialisation : s'appuyant sur le travail entrepris dans le cadre de l'axe 1 du PLF (techniques d'inventaire, production touristique, techniques de vente), l'OT Fuméolois-Lémance est titulaire d'une autorisation de commercialisation depuis 2009 et met en place des produits forfaitisés.

Mise en place de projets communs : les OT Fuméolois-Lémance et du Grand Villeneuvois ont mis en place conjointement un parcours audio-guidé reliant les structures de visite et le patrimoine des deux territoires, en relation avec l'OT de Penne d'Agenais ; document d'appel commun OTFL - prestataires touristiques ; mise en place de bourses aux dépliant locale au Château de Bonaguil réunissant les prestataires touristiques et les OT limitrophes, éductour avec le personnel des trois OT, (...).

Qualité des services : l'acquisition du vocabulaire spécifique au domaine touristique permis aux membres du personnel d'être plus à l'aise dans leurs relations avec la clientèle touristique et les professionnels étrangers.

LES BASES DU PROJET INTERFILIERES

Confortées par le Programme Local de Formation en cours, les actions des Offices de Tourisme ont favorisé une mise en réseau des différents prestataires touristiques et une politique d'accueil de qualité.

Deux des trois OT travaillent actuellement à la mise en marché forfaitisée de leur offre touristique, l'OTFL ayant l'autorisation de commercialisation et celui du Grand Villeneuvois devant l'obtenir prochainement.

L'OT de Penne d'Agenais, en partenariat avec la centrale de réservation du département, ACTOUR 47, conçoit et propose également des courts séjours et des produits touristiques.

Cependant, malgré une politique active en faveur du tourisme, de nombreux points noirs s'avèrent handicapants en matière de commercialisation, d'image et plus largement en matière de qualité et sont donc à corriger :

- peu de culture tourisme des acteurs touristiques locaux ;
- un manque de propositions pertinentes et cohérentes avec la clientèle touristique accueillie (horaires d'ouverture non adaptés, produits spécifiques pour les familles, ...) ;
- une qualité d'accueil à améliorer ;
- une méconnaissance de l'offre touristique locale ;
- outils e-tourisme peu ou mal utilisés. La présence sur le web reste faible et peu harmonisée avec la destination et ses attraits touristiques.

Afin de présenter une offre qualitative dans une optique de production et d'intégration des prestations à des réseaux départementaux, régionaux ou nationaux, il est essentiel d'amener les acteurs à se professionnaliser et à se fédérer pour devenir de véritables ambassadeurs de territoire.

Partant de ce constat, la stratégie des OT s'articulerait autour de **quatre axes principaux** :

✓ *Adapter et valoriser son offre auprès des clientèles dans une logique de territoire.*

De nombreuses prestations à destination des touristes et de la population locale sont présentes sur les territoires ; mais si certaines sont de qualité, d'autres ne sont pas en adéquation avec les attentes des clientèles accueillies. De plus, malgré les efforts des OT en matière de communication et de promotion, de nombreux prestataires connaissent peu ou mal l'offre touristique globale des territoires.

Dans un premier temps, il apparaît donc primordial de former les professionnels :

- à l'offre touristique générale des territoires et de les replacer ainsi au cœur d'un réseau professionnel local,
- aux divers modes de consommation touristique et de les inciter à ajuster leurs offres à la demande.

L'enjeu est de remettre le client au centre du dispositif et de garantir la qualité des prestations touristiques sur l'ensemble de la chaîne touristique.

Dans un second temps, il sera important de s'attacher au concept de production, la connaissance fine de la clientèle -familiale, étrangère, jeunes seniors, troisième âge -, permettant aux professionnels d'adapter leurs prestations et de réaliser des argumentaires de vente (liés à l'axe 4 – e-tourisme).

✓ *Qualification de l'offre agritouristique et développement des circuits courts*

Les trois territoires se situent dans un département dont l'axe principal de communication tourne autour des produits du terroir. Le Lot-et-Garonne a mis en place un label « Fabriqué chez nous », un positionnement renforcé par l'ensemble des labels régionaux, nationaux et européens de qualité présents sur le département. La stratégie du Lot-et-Garonne lie ainsi destination et production.

Les trois terroirs possèdent, à l'instar du département, de nombreux labels de qualité sans qu'une production prenne le pas sur une autre. Certains producteurs écoulent leur production en vente directe mais peu d'entre eux s'inscrivent dans une logique d'agritourisme.

Les objectifs seraient les suivants :

- développer l'agritourisme ;
- accompagner les agriculteurs dans une démarche de professionnalisation en agritourisme ;
- mettre en réseau les producteurs ;
- offrir aux consommateurs/touristes une qualité d'accueil sur l'ensemble du territoire ;
- s'inscrire dans la stratégie départementale qui lie destination et production.

Dans ce cadre, depuis septembre 2009, un groupe de travail de la Communauté de Communes Fumélois-Lémance mène des réflexions sur la crise touchant le secteur agricole.

L'une des principales opportunités mises en lumière par le diagnostic agricole du territoire est le développement des « circuits courts » comme complément de revenu pour les agriculteurs par la structuration d'un réseau dans une logique agritouristique.

✓ *Langues étrangères adaptées à l'accueil touristique*

Les étrangers constituent un peu plus de 20 % de la clientèle touristique accueillie sur les territoires. Il semble donc opportun d'inciter les professionnels à perfectionner leur accueil et leur communication en langues étrangères.

✓ *E-tourisme.*

Les OT Fumélois-Lémance et Grand Villeneuvois sont actuellement hébergés sur les sites institutionnels de leurs EPCI respectifs. Cependant, les deux OT travaillent à la création de sites internet qui leur seront propres, opérationnels fin 2010/début 2011.

Le lancement de ces sites est intégré dans une stratégie globale e-tourisme dont les enjeux majeurs sont de renforcer la présence des destinations sur le web ; de travailler sur le web 2.0, de développer

les e-compétences des professionnels touristiques, de mettre en réseau les prestataires du territoire et de mieux référencer les territoires...

Dans le cadre du PLFI, un référent de chaque structure sera chargé de suivre et d'animer cette démarche. Afin d'accompagner les prestataires du territoire à l'ère numérique, deux agents sont déjà engagés dans le cycle de formation régional proposé par la MOPA « Animateur numérique de territoire », financé par AGEFOS-PME, le Conseil Régional d'Aquitaine et l'Etat (DIRECCTE).

CONTENU DU PROJET

S'appuyant sur le travail mené en PLF et en préalable aux journées de formation du PLFI, une journée « mieux connaître son territoire » animée par les personnels des Offices de Tourisme Fumélois-Lémance et Grand Villeneuvois sera proposée aux professionnels souhaitant participer au PLFI. Le rôle de l'Office de tourisme et ses missions auprès des professionnels et d'un territoire sera également un point important à souligner lors de cette rencontre.

Public concerné : ensemble des professionnels du secteur touristique.

En priorité : le public salarié/dirigeant cotisant à un OPCA (organisme paritaire collecteur agréé) engagé dans la démarche des PLFI (AGEFOS-PME, FAFIH, FAFSEA, UNIFORMATION, VIVEA). Les bénévoles et salariés cotisants à un autre OPCA que ceux mentionnés ci-dessous pourront participer à la démarche sous réserve qu'ils ne représentent pas plus de 30% de l'effectif total.

Axes de formation 2011-2013

Axe 1. Adapter et valoriser son offre auprès des clientèles dans une logique de territoire.

Année 1.

Module : savoir vendre son territoire pour développer son chiffre d'affaires.

- Qualification de l'offre de son territoire : fournir des outils aux professionnels pour qu'ils soient en mesure d'être des porte-paroles de leurs territoires.
- Meilleure connaissance de la demande : prendre la mesure de la qualité de service à apporter aux clientèles pour développer sa propre activité.

Années 2 et 3 :

Dans la poursuite de cet axe, il pourra être convenu en année 2 et 3 d'envisager les éléments de contenu suivants :

- Techniques pour être efficace dans sa pratique d'accueil « avant, pendant et après » le séjour de mes clientèles touristiques.
- Promouvoir son offre et la commercialiser efficacement (à coupler avec l'axe e-tourisme).

Axe 2. Qualification de l'offre agritouristique et développement des circuits courts

L'objectif de cet axe de formation sera de développer une meilleure connaissance et une meilleure qualification de l'offre du territoire agritouristique pour favoriser une consommation touristique de proximité.

Axe 3. Langues étrangères adaptées à l'accueil touristique

Mise en place d'une boîte à outils à destination des professionnels pour améliorer l'accueil physique, par mail, par courrier, par téléphone de la clientèle étrangère.

Axe 4. Connaissance et maîtrise des outils du E-tourisme afin d'améliorer l'accueil sur Internet

Année 1

Module : les techniques de meilleure visibilité et de meilleur référencement sur la toile Internet.

- Création d'un site en optimisant son référencement et en répondant aux attentes des internautes (ergonomie, contenu...)
- Rappels concis des comportements et attentes des touristonautes et mobinautes. Eclairages rapide sur le marché.
- Web 2.0, web éditorial, les sites d'avis, (...)

Les modules des années 2 et 3 devront être définis en concertation avec les participants et en fonction des évolutions de l'E-tourisme.

Modules de formation 2011

Module GVFL1 (axe 1) Module « Savoir vendre son territoire pour développer son chiffre d'affaires. »

Module GVFL2 (axe 4) Module « Les techniques de meilleure visibilité et de meilleur référencement sur la toile Internet. »

Les axes 2 et 3 seront travaillés et co-construits avec les acteurs pour fixer les objectifs d'actions de formation sur ces deux thématiques en année 2 et 3 du programme.

Nature de l'action de formation souhaitée.

Formation - action

Objectifs.

Le Programme Local de Formation Interfilières doit permettre aux Offices de Tourisme de conforter leurs stratégies de commercialisation, en s'appuyant sur une offre touristique structurée, professionnelle et qualitative, et sur une lisibilité de leurs destinations plus importante.

Il est également nécessaire de créer un esprit de réseau afin de faciliter les partenariats locaux entre prestataires et entre les offices de tourisme référents et leurs prestataires.

Public ciblé

Offices de tourisme / hébergeurs / réseaux agritourisme / autres prestataires touristiques : sites, restaurateurs, artisans...

Nb d'acteurs concernés : 50 personnes

Format et nombre de journées

Durée du programme : 3 ans

Calendrier à privilégier la première année : janvier / février / mars 2011 ; octobre / novembre / décembre 2011

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

Participants : petits groupes à privilégier.

Les référents territoire du PLF Interfilières

Alexandra Vandroux

Office de Tourisme Fuméolois Lémance

Place Georges Escande

47 500 Fumel

Tél. 05 53 41 52 42

tourisme@cc-dufumelois.fr

Marlène Fieremans

Office de Tourisme du Grand Villeneuvois

51, rue des Acacias

47 300 Villeneuve sur Lot

Tél. 05 53 41 02 46

mfieremans@tourisme-villeneuvois.fr