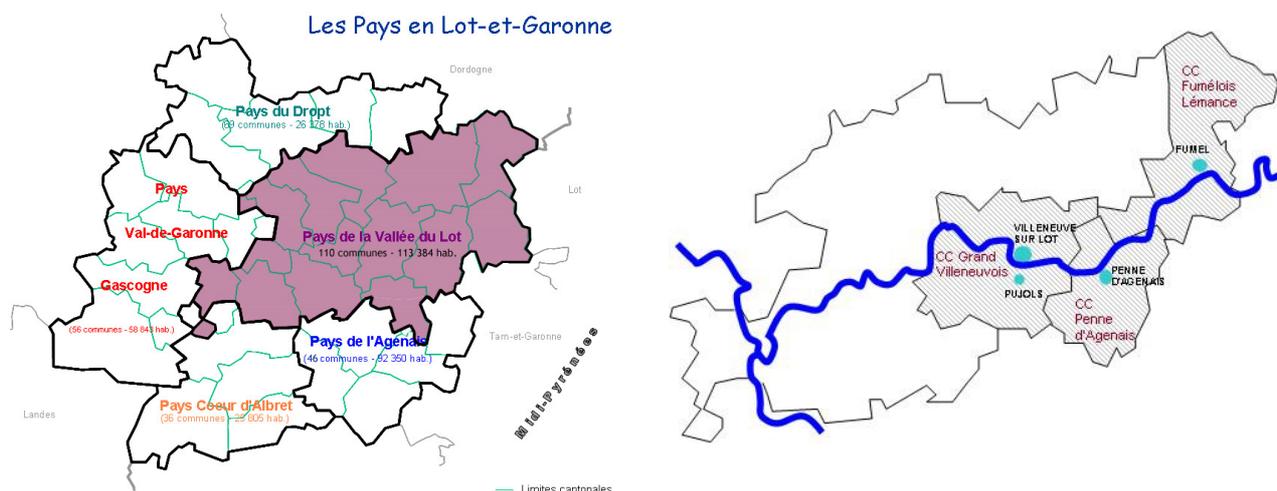


PLFI 2012 – Année 2

Grand Villeneuvois – Fumel Vallée du Lot

Avant la lecture de ce document, nous vous conseillons de lire **l'ANNEXE 1** qui vous permettra de comprendre le territoire et les bases du projet PLFI initié depuis 2011.

1) Le territoire Grand Villeneuvois – Fumel Vallée du Lot :



2) Stratégie et bases du projet interfilières 2011 – 2013 :

Le territoire compte 3 offices de tourisme : l'OT du Grand Villeneuvois, l'OT Fumel Vallée du Lot et l'OT Penne d'Agénais. Malgré une politique active en faveur du tourisme, quelques constats s'avèrent handicapants en matière de commercialisation, d'image et plus largement en matière de qualité de service apporté aux clientèles touristiques.

Avant le lancement du PLFI, l'état des lieux réalisé a permis de relever :

- Peu de culture tourisme des acteurs locaux et une méconnaissance de l'offre
- Un manque de propositions pertinentes et cohérentes avec la clientèle accueillie (horaires d'ouverture non adaptés, pas de produits spécifiques pour les familles...)
- Une qualité d'accueil à améliorer
- Une présence sur le web faible et peu harmonisée avec la destination et ses attraits touristiques

Fort de ces constats, le PLFI a été axé autour de 4 axes :

- **Axe 1. Adapter et valoriser son offre auprès des clientèles dans une logique de territoire**
- **Axe 2. Qualification de l'offre agritouristique et développement des circuits courts**
- **Axe 3. Langues étrangères adaptées à l'accueil touristique**
- **Axe 4. E-tourisme**

3) Principaux enseignements depuis le lancement du programme en 2011 :

A ce jour, $\frac{3}{4}$ des modules E-tourisme ont été réalisés. Les retours qualitatifs recueillis ont permis d'établir quelques constats :

Très forte participation des acteurs au programme.

L'E-tourisme est un univers qui avant d'être investi doit être compris. La plupart des professionnels ont exprimé un avis très positif sur le contenu et le déroulé pédagogique proposés par l'organisme de formation. La grande majorité des participants ont exprimé leur désir de participer aux autres modules qui seront proposés ultérieurement.

Il a été préconisé d'établir une évaluation avant le déroulement de la formation pour composer des groupes homogènes.

Souhait d'être accompagné après les actions de formation.

La plupart des acteurs ont émis le souhait d'obtenir en quelque sorte un « SAV post-formation » pour pouvoir mettre en application la multitude d'enseignements dispensés. Pour pouvoir répondre favorablement à ce besoin, l'OT du Grand Villeneuvois et l'OT Fumel Vallée du Lot ont déjà investi cet accompagnement des prestataires sur le web grâce à 3 agents formés à l'animation numérique de territoire*.

** cycle de formation de 10 jours organisé par la MOPA au niveau régional, avec l'appui d'AGEFOS-PME Aquitaine, afin de permettre aux offices de tourisme de se doter de techniques et d'outils pour pouvoir animer des ateliers pratiques, des réunions d'information, de sensibilisation sur des thématiques relatives au web pour le compte des prestataires de leur territoire. Cf. Annexe MOPA référentiel de la formation à l'animation numérique de territoire.*

Rappels des actions de formation 2011 initiées sur le territoire (année 1 du PLFI) :

Territoire	Code PLFI	Intitulé	Nb de j. par gpe	Nb de gpe	Nb de j. total
Grand Villeneuvois Fumel Vallée du Lot	GVFL.1	Savoir vendre son territoire pour développer son chiffre d'affaires	4	3	12
	GVFL.2	Les techniques de meilleure visibilité et de meilleur référencement sur Internet	3	4	12



4) Souhaits pour l'année 2012 :

AXE 1. ADAPTER ET VALORISER SON OFFRE AUPRES DES CLIENTELES DANS UNE LOGIQUE DE TERRITOIRE

Code de l'action : GVFL.1

Intitulé : Savoir fidéliser sa clientèle pour développer son chiffre d'affaires

Appel d'offre ouvert à tout organisme de formation.

Public : toute structure touristique du territoire (avec une priorité accordée aux structures ayant participé au PLFI en 2011)

Objectifs du module :

Dans la continuité du travail accompli en première année sur l'argumentaire de vente de son territoire, la poursuite en année 2 pourra se décliner en plusieurs points :

- Consolider la connaissance du territoire (approfondissement de l'argumentaire, techniques de veille sur les événements et manifestations proposées, nouveautés...)
- Maîtriser les techniques d'accueil en lien avec l'opération qualité « Sourire en Lot-et-Garonne » (mettre la satisfaction du client au centre de sa démarche d'accueil, gérer les plaintes...)
- Fidéliser sa clientèle

Durée : 2 jours par groupe – 3 groupes

Le cahier des charges complet du module GVFL.1 est l'ANNEXE 2 jointe à ce dossier.

AXE 2. QUALIFICATION DE L'OFFRE AGRITOURISTIQUE ET DEVELOPPEMENT DES CIRCUITS COURTS

Code de l'action : GVFL.2

Intitulé : Savoir travailler en réseau pour développer son chiffre d'affaires

Appel d'offre ouvert à tout organisme de formation.

Public : toute structure touristique du territoire (agriculteurs et producteurs étant tout de même le cœur de cible de ce module)

Objectifs du module :

Les objectifs seront différents selon les territoires et l'état d'avancement des projets.

Concernant le Grand Villeneuvois et le Pennois, les objectifs seront de :

- Mettre en place une stratégie agritouristique
- Définir les objectifs d'un travail en réseau
- Qualifier l'offre des territoires
- S'inscrire dans la stratégie départementale qui lie destination et production



Concernant Fumel Communauté, les objectifs seront de :

- Améliorer ses ventes par son comportement de « fournisseur de rêve au vert » (techniques d'accueil, mise en place d'une boutique à la ferme)
- Consolider le réseau déjà existant
- Offrir aux consommateurs/touristes une qualité d'accueil sur l'ensemble du territoire
- Développer les actions d'agritourisme et les animations (visite de fermes par exemple)

Durée : 2 jours par groupe – 2 groupes

[Le cahier des charges complet du module GVFL.2 est l'ANNEXE 3 jointe à ce dossier.](#)

HORS FOND FORMATION PLFI :

En parallèle à ces journées de formation spécifiques aux réseaux agritouristiques, les offices de tourisme et la MOPA organiseront des réunions de sensibilisation des professionnels aux Marques de Pays*.

** le concept des Marques de Pays en Aquitaine est développé au travers de deux labels : Assiette et Café de Pays. L'enjeu principal : valorisation des produits locaux auprès des clientèles dont l'origine et la qualité sont garantis. Plus d'informations : www.bienvenueaupays.fr*

AXE 4. E-TOURISME

Rappels importants :

8 touristes sur 10 utilisent Internet pour préparer leur séjour touristique. Parmi eux, 1 sur 3 achète une prestation touristique en ligne. Face à la masse d'informations à laquelle le touriste se confronte dans ses recherches sur le web, il apparaît important de l'accompagner et d'instaurer une relation de confiance et de qualité avec lui avant, pendant et après son séjour.

Code de l'action : GVFL.3

Intitulé : Optimiser sa relation clientèle par l'emailing

Appel d'offre fermé. Organisme de formation reconduit : IDEWAN

Public : toute structure touristique du territoire

Objectifs du module :

Maintenir une relation clientèle efficace via Internet peut se traduire sous diverses formes (campagne emailing, envoi d'une newsletter, recueil d'avis*, stratégie Facebook**...)

L'objectif premier de ce module est de renforcer la relation clientèle avant, pendant et après le séjour via l'emailing et de l'inscrire dans son quotidien professionnel.

Les participants seront, après la formation, en mesure de :



- Réaliser des campagnes emailing (prospection/fidélisation) en ayant pris soin de définir le message, la cible et la fréquence
- Traiter les emails dans une approche commerciale
- Organiser et automatiser l'entretien d'un fichier client

* fait l'objet d'un traitement spécifique cf. module GVFL.4

** thématique proposée dans le cadre du PLFI 2011

Durée : 2 jours par groupe – 4 groupes

Le cahier des charges complet du module GVFL.3 est l'ANNEXE 4 jointe à ce dossier.

Code de l'action : GVFL.4

Intitulé : Inscrire les sites d'avis dans sa démarche commerciale auprès de ses clientèles afin d'augmenter sa notoriété et son chiffre d'affaires

Appel d'offre fermé. Organisme de formation reconduit : IDEWAN

Public : toute structure touristique du territoire

Objectifs du module :

Parmi les personnes qui consultent les avis d'internautes, 68% d'entre eux leur prêtent une attention particulière. (Sources : Le journal du net, veille info tourisme, Atout France).

Avec l'émergence de la contribution des internautes et de la mobilité, le touriste est de plus en plus sensible aux avis postés. Ce réflexe qui accompagne l'acte de consommation, d'achat ne doit pas être subi. Bien au contraire, il apparaît fondamental pour une entreprise touristique d'utiliser les avis et d'en faire une force pour son activité (d'autant que les avis sont sources de référencement naturel).

Outre la veille et l'analyse des sites 2.0 (notion de e-réputation), l'enjeu est de pouvoir inciter les vacanciers à laisser des commentaires et les faire devenir de véritables prescripteurs de leur territoire, de leur destination, de leur prestation touristique. Même les avis négatifs doivent faire l'objet de procédures de traitement spécifique.

L'objectif de cette formation est de fournir les techniques et outils qui permettront aux structures touristiques d'optimiser et de consolider le lien avec les clientèles touristiques. Avoir une véritable démarche commerciale, nourrie par les avis, favorisant le développement de son chiffre d'affaires.

Durée : 2 jours par groupe – 4 groupes

Le cahier des charges complet du module GVFL.4 est l'ANNEXE 5 jointe à ce dossier.



HORS FOND FORMATION PLFI :

En parallèle aux modules de formation proposés sur l'E-tourisme, les 2 principaux offices de tourisme du territoire (OT du Grand Villeneuvois, OT Fumel Vallée du Lot) se sont positionnés sur la formation à l'animation numérique de territoire*.

En 2012, deux types d'ateliers seront d'ores et déjà proposés aux professionnels : créer un site Internet gratuit, créer ou réactualiser sa Google adresse.

Le territoire sera ainsi en capacité de pouvoir répondre aux nombreuses sollicitations des professionnels sur Internet. Il est préconisé, à juste titre, que les formations PLFI sur le E-tourisme se fasse avec une présence physique des ANT du territoire. Le « SAV post-formation » pourra ainsi être encore mieux assuré.

** cycle de formation de 10 jours organisé par la MOPA au niveau régional, avec l'appui d'AGEFOS-PME Aquitaine, afin de permettre aux offices de tourisme de se doter de techniques et d'outils pour pouvoir animer des ateliers pratiques, des réunions d'information, de sensibilisation sur des thématiques relatives au web pour le compte des prestataires de leur territoire. Cf. Annexe MOPA référentiel de la formation à l'animation numérique de territoire.*

5) PLFI GVFL 2012 :

Modules 2012	NB de groupe et de journée de formation par groupe 2012
GVFL.1	3 groupes 2 journées par groupe
GVFL.2	2 groupes 2 journées par groupe
GVFL.3	4 groupes 2 journées par groupe
GVFL.4	4 groupes 2 journées par groupe
TOTAL	26 journées



6) Les référents territoire du PLFI :

Alexandra Vandroux,

Directrice

Office de tourisme Fumel Vallée du Lot

Place Georges Escande

47500 Fumel

Tél: 05 53 71 13 70

tourisme@cc-dufumelois.fr

&

Marlène Fieremans,

Directrice

Office de tourisme du Grand Villeneuvois

51, rue des acacias

47300 Villeneuve sur Lot

Tél: 05 53 41 02 46

m.fieremans@tourisme-villeneuvois.fr

