



PLAN D'ACTIONNS 2021

OTI VERDON TOURISME



LA DESTINATION DES SOURCES AUX GORGES DU VERDON

La CCAPV concentre 27% des lits en hébergement marchand du département dont l'essentiel est situé sur les communes de Castellane et Allos. L'hôtellerie de plein air représente la principale offre en hébergement marchand (58% des lits) et se situe essentiellement sur la commune de Castellane. Le territoire se caractérise par une offre très importante en termes d'activités sportives ou de loisirs avec une centaine de prestataires.

L'offre permet une pratique aussi bien l'hiver, avec les stations de ski du Val d'Allos, que l'été, par la pratique d'activités aquatiques (eaux vives, baignade, ...) mais aussi tout au long de l'année avec une offre randonnée, escalade, sports aériens...

L'offre culturelle est portée par les 4 Villages et Cités de Caractère, dont 2 cités Vauban : Entrevaux, Colmars-les-Alpes, Annot, Castellane et l'offre muséographique notamment à travers le label « Secrets de Fabriques ».



ATOUS DU TERRITOIRE

LES SPOTS NATURELS D'EXCEPTION

LES ACTIVITES DE PLEINE NATURE

LE PATRIMOINE ET LA CULTURE

LA GEOLOGIE

L'ART DE VIVRE

LES ITINERANCES



LES CHIFFRES CLÉS

75 000 lits touristiques dont **17 700** lits en hébergement marchand.

1.6 millions de nuitées touristiques

1 million d'excursions

31% des emplois du territoire sont liés à l'activité touristique

95 millions d'euros : estimation de la consommation touristique annuelle générée par les touristes en séjour sur le territoire

80% de clientèle française dont **52 %** issue de la région SUD

Source AD 04 - 2019



CARTE D'IDENTITE DE VERDON TOURISME



STATUT JURIDIQUE : Association loi 1901 régie par un conseil d'administration composé de 20 membres (12 socio-professionnels et 8 élus communautaires)

DATE DE CREATION : 28.02.2017

PRESIDENT : Arnaud D'ALESSANDRI (gérant d'un hébergement en hôtellerie de plein air)

COLLECTIVITE DE TUTELLE : Communauté de communes Alpes Provence Verdon

CLASSEMENT : Catégorie 2

SIEGE : Rue Nationale – 04120 CASTELLANE

BITs : Colmars-les-Alpes, Saint-André-les-Alpes, Annot, Entrevaux, La Palud-sur-Verdon, Castellane

DIRECTION : Co-direction Faustine VILLARON – Nathalie MISTRAL – Gilles GRAVIER

EFFECTIF : 14 salariés permanents -10 saisonniers

BUDGET (base 2020) : 821 070 .00 €



LES ENJEUX DU TERRITOIRE – SOCLES DE LA STRATEGIE



LA COMPETITIVITE DES ENTREPRISES – MONTEE EN QUALITE

Prendre à bras-le-corps les déficits de professionnalisation pour diversifier et développer durablement le territoire.



LE MAINTIEN DE LA QUALITE

Et le développement des sites majeurs



UNE ORGANISATION RENFORCEE

Plus collective, plus coopérative et plus transversale à tous les niveaux



LE FOCUS SUR LE CLIENT

Envisager notre développement au travers de la demande et de nos cibles (et non de l'offre)



LE MAINTIEN DE LA QUALITE ENVIRONNEMENTALE ET PAYSAGERE



LA STRUCTURATION CONTINUELLE DE L'INFORMATION TOURISTIQUE



UN NOUVEAU MARKETING TERRITORIAL

Rééquilibrage entre « accueillir » et « faire venir » (présence sur le web, presse, commercialisation) : travailler sur l'ensemble du parcours client



LES MARQUES FORTES

Capitaliser et assumer notre présence sur les marques à forte notoriété : Verdon, Alpes, Mercantour



L'ANTICIPATION

Et la prise en compte de manière proactive des évolutions à venir impactant l'exercice local des compétences tourisme.



LA REPARTITION DES FLUX DANS LE TEMPS ET DANS L'ESPACE



NOTRE POSITIONNEMENT MARKETING

NOS CIBLES DE CLIENTÈLE

FAMILLE / COUPLE plutôt jeune actif – proche de la nature – en quête de ressourcement

NB : Cible famille prioritaire toute l'année – Cible couple sur les ailes de saison



NOS MARCHÉS

FRANCE : REGION SUD pour les courts séjours – **REGION IDF** pour les longs séjours

EUROPE : BENELUX – ITALIE



NOS VALEURS

RESSOURCEMENT – NATURE – AUTHENTICITE – SOLEIL / CLIMAT

PARTAGE / HUMANISME – VITALITE – CALME



NOS SYMBOLES FORTS

LE VERDON – L'EAU

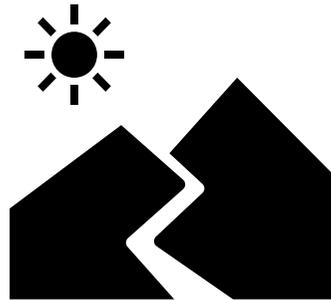
Lac d'Allos – Mercantour – Alpes – Colmars / Vauban – Train des Pignes – Grès d'Annot – Entrevaux / Vauban – Gorges de Daluis

Lac de Castillon – Castellane – Point Sublime – Gorges du Verdon – Route des Crêtes – Lac de Sainte-Croix



L'AMBITION COMMUNE

AFFIRMER LE POSITIONNEMENT « NATURE » DU TERRITOIRE

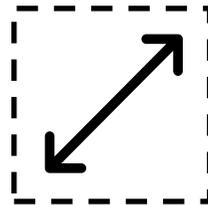


- En soulignant les singularités qui le distinguent au sein de la destination « **Verdon** » / en capitalisant sur sa spécificité **Alpine-Montagne** dans la future Destination Verdon
- En structurant ses pôles d'accueil comme autant d'infra-territoires riches par leur personnalité et leur offre

UNE OFFRE À STRUCTURER PAR

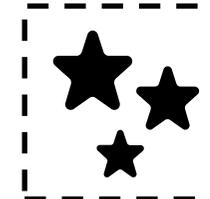


PRINCIPAUX PÔLES GÉOGRAPHIQUES TOURISTIQUES



THÉMATIQUES TRANSVERSALES

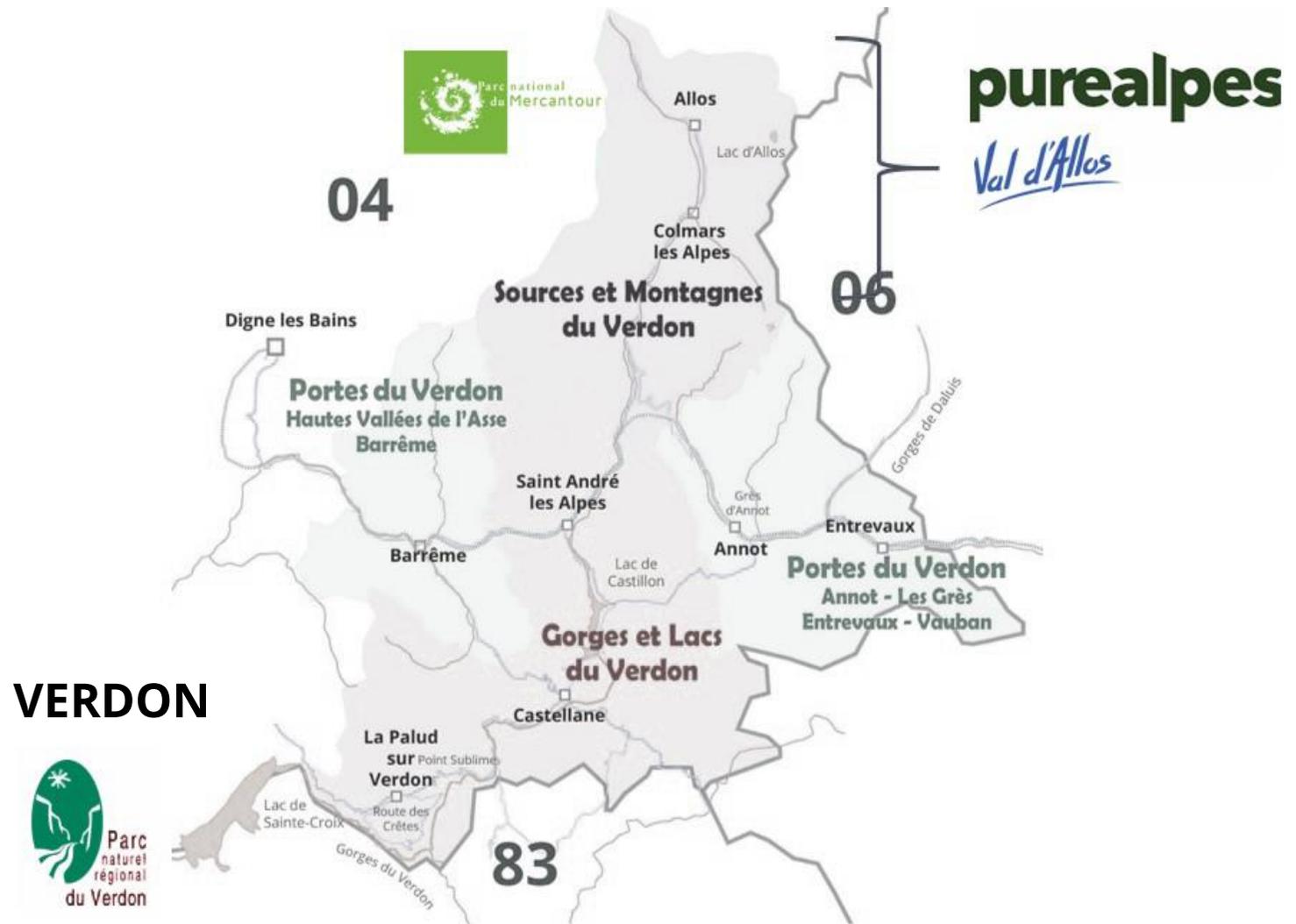
- Au fil de l'eau
- Randonnée
- Dans l'assiette (Pays Gourmand)
- Curiosités naturelles
- En famille
- En couple
- Villages de charme
- Trésors cachés



PRODUITS D'APPEL

- Gorges du Verdon
(Canyon, route des Crêtes, Point sublime)
- Lac d'Allos / Mercantour
- Cités Vauban : Colmars et Entrevaux
- Lacs : Castillon et Sainte-Croix
- Castellane
- Grès d'Annot
- Gorges de Daluis

UN POSITIONNEMENT À ARTICULER AVEC LES MARQUES SUPRA



LES AXES STRATEGIQUES

AXE 1

CONFORTER, QUALIFIER ET METTRE EN TOURISME L'EXISTANT
A PARTIR D'UNE APPROCHE CENTREE CLIENT

OBJECTIFS AXE 1

- Renforcer le tourisme de nature et conforter l'offre en lien avec les patrimoines naturels et paysagers
- Structurer et qualifier l'accueil sur les produits d'appel /Requalifier les sites et équipements existants au regard de la clientèle cible (privilégier la montée en qualité des sites/activités existants au détriment de la création de nouvelles offres)
- Opérer une mise en tourisme des offres phares : coordination des prestataires / services associés / montée en qualité
- Conforter et renforcer l'intégration de la dimension environnementale dans l'offre touristique.

LES AXES STRATEGIQUES

AXE 2

DEVELOPPER LES OUTILS ET SERVICES (NUMERIQUES) NECESSAIRES A LA STRUCTURATION DU TERRITOIRE POUR LE RENDRE VISIBLE ET APPUYER LA MONTEE EN COMPETENCE DES ACTEURS

OBJECTIFS AXE 2

- Déployer un dispositif de professionnalisation et accompagner la monter en qualité (notamment via la mise en tourisme des offres phares) afin de mieux se préparer au tourisme de demain
- Développer une mise en marché de l'offre en lien avec les prestataires et les hébergements adéquats (choix)
- Développer les outils (notamment numériques) partagés nécessaires pour le développement, la structuration et la connaissance de l'offre
- Accompagner, développer et prévoir les outils (notamment numériques) & services nécessaires pour le développement, la structuration et la connaissance de l'offre

LES AXES STRATEGIQUES

AXE 3

REFONDER L'ORGANISATION TOURISTIQUE DU TERRITOIRE AU SERVICE DE LA STRATEGIE
(ET DANS UN OBJECTIF PRINCIPAL DE STRUCTURATION)

OBJECTIFS AXE 3

- Bâtir une ingénierie performante pour résorber nos points faibles et mettre en œuvre la stratégie (priorités : montée en qualité, numérique, développement /montage de projets)
- Assurer une mise en œuvre réactive, contextualisée et évaluable
- Déployer un pilotage partagé avec les parties prenantes
- Renforcer les collaborations (territoires voisins et acteurs supra) au bénéfice du territoire

LE PLAN D' ACTIONS 2020

CONSOLIDATION DE LA STRUCTURE	Organisation	13
	Management	14
ACCUEIL ET INFORMATION	Accueil	15
	Accueil numérique	17
	Gestion de l'information	18
COORDINATION DES ACTEURS	Fédérer les acteurs	19
QUALITE ET CLASSEMENT	Marque Qualité et Classement	20
PROMOTION ET COMMUNICATION	Stratégie de promotion	21
	Editions papier	22
	Presse	23
	Multimédias	24
	Autres actions promotionnelles	25
	Réseaux sociaux – Blogs	26
	Site internet	27
COMMERCIALISATION	Commercialisation – Boutique	28
OBSERVATION ET EVALUATION	Observation	29
CONSEIL ET INGENIERIE	Conseil et Ingénierie	30
STRATEGIE	Stratégie touristique	31
TAXE DE SEJOUR	Taxe de séjour	32
ANIMATION DES FILIERES	Culture et Patrimoine	33
	Activités de pleine nature	34



**ACTIONS A REALISER :**

- 1.1 Poursuivre l'organisation interne, harmoniser les pratiques dans chacun des BIT autour de procédures communes définies pour VT
- 1.2 Organiser des réunions d'équipe et favoriser la communication interne
- 1.3 Systématiser la mise en réseau des documents communs et définir une arborescence et un mode d'enregistrement unifié
- 1.4 Poursuivre l'harmonisation des contrats et réduire ainsi les coûts liés aux frais généraux
- 1.5 Veiller à la tenue d'une comptabilité analytique pour l'ensemble du personnel
- 1.6 Poursuivre la mise en conformité avec la nouvelle réglementation de la protection des données (RGPD)

OBJECTIFS :

- Renforcer les fondations et l'organisation
- Harmoniser les pratiques, unifier les habitudes de travail
- Favoriser le partage d'informations, renforcer la cohésion
- Réduire les coûts

INDICATEURS :

- Nombre de réunions d'équipe organisées et comptes-rendus
- Frais généraux et de fonctionnement 2020
- Synthèse comptabilité analytique
- Procédures qualité

BUDGET	
OTI	19 110 €
PARTENAIRES	CCAPV

CONDUITE DE L'ACTION	
OTI	Ensemble du personnel Direction
PARTENAIRES	CCAPV SICTIAM

CALENDRIER : Année 2021

**ACTIONS A REALISER :**

- 1.7 Ajuster l'organigramme de VT, re distribuer les missions, faire évoluer les fiches de postes
- 1.8 Améliorer la formation du personnel et développer sa connaissance de l'offre touristique globale, le professionnaliser
- 1.9 Elaborer un plan de formation adapté à l'évolution des missions de l'office de tourisme et mettre en œuvre la GPEC (gestion prévisionnelle des emplois et des compétences) pour dynamiser l'équipe et la faire progresser
- 1.10 Réaliser les entretiens individuels d'évaluation
- 1.11 Accompagner le personnel dans les actions mises en place suite aux entretiens professionnels (VAE, bilan de compétences ...)
- 1.12 Accompagner la collectivité dans la réflexion sur l'évolution du statut juridique de la structure

OBJECTIFS :

- Structurer l'office de tourisme et répartir les missions
- Impliquer et motiver l'équipe
- Former le personnel et le responsabiliser
- Favoriser l'employabilité du personnel

BUDGET	
OTI	12 000 €
PARTENAIRES	AFDAS

INDICATEURS :

- Organigramme et fiches de postes
- Plan de formation
- Nombre d'heures de formation
- Grille EAI

CONDUITE DE L'ACTION	
OTI	Direction - CA Ensemble du personnel
PARTENAIRES	FROTSI PACA AFDAS Organisations syndicales Organismes de formation

CALENDRIER : Année 2021



ACTIONS A REALISER :

- 2.1 Accueillir en vis-à-vis et à distance, par téléphone, courrier, courriel, via le site internet et les réseaux sociaux de façon personnalisée et en respectant le délai de réponse formalisé par la démarche qualité
- 2.2 Poursuivre la réflexion visant à adapter et fixer les périodes, jours et horaires d'ouverture selon les statistiques de fréquentation, le classement visé pour le siège social et les BIT, le coût du visiteur accueilli
- 2.3 Effectuer un comptage et une qualification homogène des visiteurs
- 2.4 Etendre les actions d'accueil «hors les murs » sur les spots phares
- 2.5 Optimiser l'utilisation de l'outil de Gestion de la Relation Client (AVIZI) et systématiser son utilisation
- 2.6 Evaluer la satisfaction des visiteurs
- 2.7 Traiter et assurer le suivi des réclamations des visiteurs
- 2.8 Proposer des services adaptés à la demande (wifi, etc)
- 2.9 Réviser et étendre le concept des visites de ville pour les rendre plus attractives

OBJECTIFS :

- Conforter la qualité du conseil apporté aux touristes
- Optimiser et qualifier l'accueil sur le territoire
- S'adapter à l'évolution des besoins des visiteurs
- Harmoniser l'accueil dans les différents BIT
- Se professionnaliser

INDICATEURS :

- Nombre d'actes d'accueil réalisés
- Taux de satisfaction et nombre de réclamations
- Nombre de visites guidées proposées
- Horaires d'ouverture
- Bilan accueil hors les murs

BUDGET	
OTI	4 607 €
PARTENAIRES	

CONDUITE DE L'ACTION	
OTI	Personnel Accueil Resp. Accueil Direction - CA
PARTENAIRES	CCAPV Communes AVIZI WINFLOW

CALENDRIER : Année 2021



ACTIONS A REALISER :

- 2.10 Participer au projet de rénovation du BIT d'Entrevaux
- 2.11 Proposer des lieux d'accueil qualitatifs permettant une valorisation du territoire, une circulation optimale des visiteurs et une gestion des flux et un poste de travail qualitatif pour le personnel accueil
- 2.12 Conforter la mutation du BIT de Castellane
- 2.13 Recruter du personnel saisonnier qualifié afin d'accueillir qualitativement les visiteurs et ajuster les horaires d'ouverture à l'activité touristique
- 2.14 Repenser nos accueils pour accueillir en sécurité en raison de la crise sanitaire (s'adapter aux recommandations d'ADN Tourisme)

OBJECTIFS :

- Proposer des lieux d'accueil qualitatifs et agréables pour le visiteur et le personnel
- Marquer l'appartenance à Verdon Tourisme et l'identité du territoire
- Favoriser l'accès du visiteur jusqu'aux différents BIT
- Adapter les lieux d'accueil à la fréquentation touristique

INDICATEURS :

- CR réunions autour des différents projets d'aménagement

BUDGET	
OTI	62 976 €
PARTENAIRES	CCAPV Communes

CONDUITE DE L'ACTION	
OTI	Personnel Accueil Responsable Accueil Direction - CA
PARTENAIRES	CCAPV MNP Communes

CALENDRIER : Année 2021

ACTIONS A REALISER :

- 2.15 Intégrer le numérique dans la réflexion sur le réaménagement des bureaux d'information touristique
- 2.16 Se servir de supports numériques (tablettes...) dans le conseil en séjour afin de compléter l'information transmise au visiteur
- 2.17 Participer aux réflexions entreprises sur le territoire intégrant un accueil numérique (installations de tablettes numériques, panneaux lumineux)

OBJECTIFS :

- Pallier les horaires de fermeture des BIT
- Améliorer la gestion des flux BIT et OT
- Diffuser de l'info sur les sites clés du territoire
- Moderniser l'image des OT
- Tester des produits et services, nouvelles pratiques

INDICATEURS :

- CR réunions autour des différents projets d'aménagement

BUDGET	
OTI	
PARTENAIRES	CCAPV Communes

CONDUITE DE L'ACTION	
OTI	Personnel Accueil Responsable Accueil Direction - CA
PARTENAIRES	CCAPV Communes

CALENDRIER : Année 2021

**ACTIONS A REALISER :**

- 2.18 Offrir une information fiable, juste, actualisée en temps réel sur APIDAE
- 2.19 Intégrer l'outil DAHUB pour une actualisation automatisée de la donnée touristique
- 2.20 Qualifier notre SIT via la rédaction de guides de saisie et l'identification d'un référent unique
- 2.21 Former l'ensemble du personnel à l'utilisation et la saisie sur la base de données (recensement des besoins en formation sur la plateforme, contact avec l'AD04 ou APIDAE pour formation sur site)
- 2.22 Optimiser la mise à disposition de l'information : parcours du client, organisation des présentoirs, de l'affichage, des supports numériques
- 2.23 Améliorer la diffusion de l'information sur le territoire en participant aux bourses d'échange organisées à l'échelle régionale
- 2.24 Optimiser la connaissance de l'offre du territoire du personnel en organisant des visites découverte à chaque réunion d'équipe
- 2.25 Optimiser l'utilisation de la solution « APIDAE Events » sur notre site internet

OBJECTIFS :

- Acquérir une connaissance fine de l'ensemble de l'offre du territoire
- Qualifier notre offre et notre saisie
- Maîtriser la diffusion de nos données touristiques
- Harmoniser l'information touristique diffusée sur le territoire

INDICATEURS :

- Nombre d'objets référencés dans APIDAE
- Guide de saisies APIDAE
- Nombre de prestataires partenaires
- Bilan des éductours proposés (nbr participants, ...)
- Nombre de fiches « APIDAE Events » saisies

BUDGET

OTI	5 400 €
PARTENAIRES	AD04 AGEFOS PME

CONDUITE DE L'ACTION

OTI	Personnel Accueil Ref. Gestion de l'info Direction - CA
PARTENAIRES	APIDAE AD 04 Prestataires touristiques

CALENDRIER : Année 2021

**ACTIONS A REALISER :**

- 3.1 Renseigner de façon organisée et qualitative « l'espace pro » disponible sur notre site internet
- 3.2 Définir le format et pérenniser les éductours avant saison et les bilans après saison
- 3.3 Mettre en place un planning annuel de rencontres individuelles avec les professionnels du territoire
- 3.4 Pérenniser la mise en place d'une newsletter à destination des professionnels
- 3.5 Intégrer l'exhaustivité de l'offre dans nos supports de communication
- 3.6 Participer à l'organisation du forum de l'emploi saisonnier
- 3.7 Accompagner les prestataires au virage du numérique par des formations thématiques délocalisées sur le territoire
- 3.8 Recueillir l'avis des prestataires partenaires sur les actions entreprises par la structure

OBJECTIFS :

- Assurer l'animation du partenariat local entre les différents acteurs du développement touristique
- Assurer l'interface entre les acteurs et les orientations stratégiques du territoire
- Optimiser la visibilité des prestataires partenaires
- Accompagner et conseiller les prestataires à l'évolution des tendances touristiques
- Créer un véritable réseau des professionnels du tourisme du territoire

INDICATEURS :

- Nombre de prestataires partenaires
- Nombre de participants aux formations et réunions organisées et CR
- Synthèse satisfaction partenaires
- Nombre de newsletter envoyées
- Nombre de rencontres individuelles « hors les murs »

BUDGET

OTI	3 000 €
PARTENAIRES	

CONDUITE DE L'ACTION

OTI	Ref. Partenaires Direction – CA ANT
PARTENAIRES	CCAPV Prestataires du territoire AVIZI

CALENDRIER : Année 2021



ACTIONS A REALISER :

- 4.1 Rédiger le Manuel Accueil Qualité et les documents applicables nécessaires à l'obtention de la marque Qualité Tourisme.
- 4.2 Partager et animer la démarche avec l'ensemble de l'équipe
- 4.3 Réaliser un audit blanc de la structure et un audit définitif afin d'obtenir la marque Qualité Tourisme
- 4.4 Rassembler le Groupe de Travail Destination 2 fois par an afin d'analyser la satisfaction des visiteurs et mettre en place les actions adaptées
- 4.5 Demander le classement de l'OTI en catégorie II puis en catégorie I
- 4.6 Inciter les professionnels du tourisme du territoire à intégrer une démarche qualité : labels, classement ... Mettre à leur disposition la documentation utile
- 4.7 Donner naissance à un club des ambassadeurs du territoire, club de l'excellence, regroupant les professionnels les plus représentatifs d'une offre qualitative et les valoriser lors des actions de promotion
- 4.8 Suivre les démarches de qualification de l'offre touristique du territoire (classement préfectoral)

OBJECTIFS :

- Apporter un niveau de service élevé à nos visiteurs et à nos prestataires
- Harmoniser les pratiques, établir des procédures pour l'ensemble des missions exercées par la structure
- Confirmer le professionnalisme de l'OTI auprès de ses partenaires (collectivités et socio-professionnels)
- Obtenir le classement en catégorie I et la marque Qualité Tourisme

INDICATEURS :

- Nombre de procédures rédigées et listing des documents applicables - MAQ
- Bilan AUDIT Qualité
- CR réunions Groupe de Travail Destination
- Nombre de visites de classement accompagnées

BUDGET	
OTI	2 000 €
PARTENAIRES	FROTSI PACA

CONDUITE DE L'ACTION	
OTI	Ref. Qualité Direction – CA Ensemble du personnel
PARTENAIRES	FROTSI PACA Préfecture 04

CALENDRIER : Dernier trimestre 2021

**ACTIONS A REALISER :**

- 5.1 Mettre chacune des actions engagées en termes de promotion en adéquation et en corrélation avec le positionnement marketing défini
- 5.2 Proposer une stratégie de promotion et de communication
- 5.3 Définir et mettre en œuvre une stratégie de contenu multicanale (charte éditoriale)
- 5.4 Accentuer l'identité de notre territoire dans notre promotion
- 5.5 Faire des études d'impact des différents médias utilisés afin de mieux cibler notre communication

OBJECTIFS :

- Définir notre positionnement marketing et affirmer la « famille » comme cible de clientèle prioritaire.
- Proposer une stratégie adaptée à nos cibles
- Fixer un cadre et une orientation à nos actions de promotion
- Concentrer les moyens affectés à la communication sur nos cibles prioritaires

INDICATEURS :

- Stratégie de promotion et de communication
- Bilan étude d'impact médias
- Charte éditoriale

BUDGET	
OTI	
PARTENAIRES	CCAPV

CONDUITE DE L'ACTION	
OTI	Ref. Promotion Direction – CA Ensemble du personnel
PARTENAIRES	CCAPV OTM Val d'Allos

CALENDRIER : Premier semestre 2021

**ACTIONS A REALISER :**

5.6 Concevoir et éditer la documentation touristique et les supports promotionnels à l'échelle du territoire

5.7 Rationaliser l'impression d'éditions papier

OBJECTIFS :

- Renforcer la promotion de Verdon Tourisme, notamment à l'extérieur de la destination.
- Valoriser l'offre touristique du territoire, les valeurs et l'identité de notre destination.
- Accroître la promotion et la visibilité des prestataires partenaires
- Répondre à la demande et aux besoins des visiteurs
- Fidéliser notre clientèle touristique

INDICATEURS :

- Listing des brochures et nombre d'exemplaires édités
- Bilan de la distribution de la documentation touristique
- Retours clients et partenaires sur nos éditions touristiques
- CR commission éditions
- Nombre de vues des supports sur CALAMEO

BUDGET

OTI	47 500 €
PARTENAIRES	CCAPV AD 04

CONDUITE DE L'ACTION

OTI	Ref. Editions Direction – CA Ensemble du personnel
PARTENAIRES	ADC CCAPV AD 04 Prestataires touristiques

CALENDRIER : Premier semestre 2021

**ACTIONS A REALISER :**

- 5.8 Actualiser le carnet d'adresses des référents presse du territoire
- 5.9 Organiser des accueils presse sur le territoire afin de valoriser la destination sur différents médias
- 5.10 Actualiser le dossier de presse et le contenu des différents guides touristiques pour valoriser la destination dans son ensemble (Guide Michelin, Routard, etc.)
- 5.11 Participer au plan de relance régional « On a tous besoin du Sud »

OBJECTIFS :

- Renforcer la promotion de Verdon Tourisme, notamment à l'extérieur de la destination.
- Valoriser l'offre touristique du territoire, les valeurs et l'identité de notre destination
- Accroître la promotion et la visibilité des prestataires partenaires
- Répondre à la demande et aux besoins des visiteurs
- Fidéliser notre clientèle touristique
- Valoriser nos actions

INDICATEURS :

- Nombre d'accueils presse réalisés et bilan
- Revue de presse et coupures de presse des reportages effectués sur la destination
- Dossiers de presse

BUDGET

OTI	10 000 €
PARTENAIRES	

CONDUITE DE L'ACTION

OTI	Ref. Presse Direction – CA
PARTENAIRES	CCAPV AD 04 Guides touristiques Autres OT

CALENDRIER : Année 2021

**ACTIONS A REALISER :**

- 5.12 Inciter nos prestataires partenaires à diffuser largement la vidéo promotionnelle « VERDON TOURISME »
- 5.13 Qualifier et structurer notre photothèque en partenariat avec l'AD 04 et former le personnel à l'utilisation de ce dernier
- 5.14 Enrichir notre photothèque et vidéothèque de visuels qualitatifs et originaux
- 5.15 Proposer une galerie de photos « libres de droits » téléchargeables et utilisables gratuitement par nos partenaires
- 5.16 Sensibiliser et former le personnel référent au droit à l'image

OBJECTIFS :

- Renforcer la promotion de Verdon Tourisme
- Valoriser l'image de la Destination à travers des visuels de qualité
- Se démarquer des territoires concurrents

INDICATEURS :

- Nombre de visuels et qualité de ces derniers
- Nombre de vidéos réalisées et qualité
- Nombre de visionnages de nos vidéos promotionnelles
- Nombre de photos mises à disposition de nos partenaires

BUDGET	
OTI	10 000 €
PARTENAIRES	

CONDUITE DE L'ACTION	
OTI	Ref. Multimédias Direction – CA
PARTENAIRES	CCAPV AD 04 Autres OT

CALENDRIER : Année 2021

**ACTIONS A REALISER :**

- 5.17 Définir un plan médias et salons prospectif et pluriannuel
- 5.18 Mettre en place une newsletter clients grâce au logiciel de GRC AVIZI
- 5.19 Identifier les temps forts structurants à valoriser

OBJECTIFS :

- Renforcer la promotion de Verdon Tourisme
- Valoriser l'image de la Destination à travers des visuels de qualité
- Se démarquer des territoires concurrents
- Susciter le désir et l'envie de venir sur le territoire des Sources aux Gorges du Verdon

INDICATEURS :

- Nombre de participations aux salons et bilan (nombre de contacts ...)
- Nombre de prospects renseignés
- Nombre de newsletters envoyées / taux de lecture

BUDGET

OTI	1 194 €
PARTENAIRES	

CONDUITE DE L'ACTION

OTI	Ref. Promotion Direction – CA
PARTENAIRES	CCAPV AD 04 Autres OT

CALENDRIER : Année 2021



ACTIONS A REALISER :

- 6.1 Elaborer et rédiger une stratégie marketing pour les réseaux sociaux
- 6.2 Développer l'audience sur les réseaux sociaux en réalisant des campagnes publicitaires payantes
- 6.3 Création d'un réseau d'e-ambassadeurs (bloggeurs, instagrammers, ...) afin de partager leurs publications sur les réseaux sociaux
- 6.4 Création d'indicateurs d'évaluation (Nombre de fans, d'avis, portée des posts ...)
- 6.5 Analyse des statistiques et bilan régulier par réseau social
- 6.6 Gérer et veiller les commentaires postés sur VT sur les comptes existants sur TripAdvisor et Google My Business

OBJECTIFS :

- Créer du lien
- Accroître la notoriété de Verdon Tourisme
- Développer le nombre d'abonnés
- Développer le taux d'engagement de nos abonnés sur tous les réseaux sociaux
- Favoriser le référencement du site internet
- Suivre la e-réputation de la destination

INDICATEURS :

- Nombre d'abonnés par réseau et statistiques
- Nombre de membres dans le groupe Facebook
- Bilan avis VT sur les sites référencés
- CR campagnes payantes

BUDGET	
OTI	
PARTENAIRES	

CONDUITE DE L'ACTION	
OTI	ANT Direction – CA
PARTENAIRES	CCAPV AD 04 Autres OT

CALENDRIER : Année 2021

**ACTIONS A REALISER :**

- 6.7 Refondre notre site internet en partenariat avec l'AMO
- 6.8 Poursuivre la réflexion stratégique autour du devenir des différents sites internet de la destination en partenariat avec l'ensemble des acteurs concernés dans le cadre de la refonte du site verdontourisme
- 6.9 Rédiger le contenu rédactionnel à intégrer dans le futur site internet
- 6.10 Animer et référencer le site internet
- 6.11 Suivre les outils de veille (google alerts, flux RSS, tagboards, etc.) pour connaître la e-réputation de la destination
- 6.12 Mettre en place d'outils d'analyse et de référencement SEO
- 6.13 Suivre et analyser les statistiques de fréquentation avec Google Analytics
- 6.14 Pointer, gérer et suivre les dysfonctionnements du site internet avec l'agence web recrutée

OBJECTIFS :

- Améliorer la mise en ligne et la valorisation numérique de l'offre touristique
- Développer la visibilité de notre offre touristique
- Développer la fréquentation du site avec plus de référencement général (gratuit) et de référencement ciblé (payant)
- Faciliter l'accès à l'information en mobilité
- Dynamiser et moderniser l'image de la destination

INDICATEURS :

- Nombre de visiteurs et statistiques de fréquentation du site internet
- CR réunions numériques
- Nombre de dysfonctionnements enregistrés sur le site internet
- Cahier des charges refonte du site internet

BUDGET	
OTI	10 000 €
PARTENAIRES	

CONDUITE DE L'ACTION	
OTI	ANT Direction – CA
PARTENAIRES	IRIS INTERACTIVE BENOIT DUDRAGNE AGENCE RACCOURCI CCAPV

CALENDRIER : Premier trimestre 2021 pour refonte

**ACTIONS A REALISER :**

- 7.1 Mettre en place une boutique professionnelle et harmonisée dans les BITs
- 7.2 Optimiser et renseigner les tableaux de suivi des ventes et des stocks afin d'améliorer le fonctionnement de la boutique
- 7.3 Intégrer la production intégrale et la commercialisation du séjour Retrouvance Haut Verdon suite au désengagement de l'ONF

OBJECTIFS :

- Développer les ressources propres de l'OTI
- Proposer aux prestataires partenaires une meilleure visibilité et une réservation en ligne
- Développer les séjours de groupes sur la destination
- Afficher « en vitrine » sur internet plus d'exemples de séjours
- Développer les ventes de prestations auprès des individuels
- Développer le volume d'affaires pour les prestataires touristiques

INDICATEURS :

- Bilan état des lieux commercialisation
- Bilan boutique (ventes – stocks – CA – marge ..)
- Nombre d'idées séjours proposées
- Bilan commercialisation

BUDGET

OTI	81 000 €
PARTENAIRES	

CONDUITE DE L'ACTION

OTI	Ref. Commercialisation Ref. Boutique Direction – CA
PARTENAIRES	ATOOUT France Prestataires partenaires Autres OT

CALENDRIER : Premier semestre 2021

**ACTIONS A REALISER :**

- 8.1 Suivi et enregistrement des statistiques de fréquentation des BIT grâce aux bornes de comptage Winflow – Relancer la connexion des bornes de comptage à AVIZI.
- 8.2 Assurer une veille et un suivi de la qualification et suivi des visiteurs via AVIZI
- 8.3 Travailler en concertation avec les autres institutions du territoire pour acquérir d'autres 'indicateurs de fréquentation : statistiques ADTE 04, enquêtes INSEE, performances hôtelières, etc
- 8.4 Créer, mettre à jour et suivre des tableaux de bord opérationnels
- 8.5 Etudier la tendance estivale auprès des professionnels afin de mesurer l'affluence de la saison touristique en temps réel
- 8.6 Analyser les enquêtes réalisées au niveau supra et communiquer sur les données fournies
- 8.7 Former le personnel référent à l'évaluation des retombées économiques liées à l'activité économique sur le territoire
- 8.8 Faire des reportings trimestriels auprès de nos partenaires professionnels et institutionnels

OBJECTIFS :

- Identifier les clientèles de la destination, leurs comportements et leurs motivations
- Mettre à disposition des acteurs des outils d'analyse et d'aide à la décision,
- Garantir la fiabilité des données et une harmonie des indicateurs permettant la comparaison entre territoires.
- Valoriser l'impact économique de l'activité touristique
- Adapter nos actions à venir à la fréquentation et aux nouvelles tendances

INDICATEURS :

- Bilan fréquentation des BIT
- Analyse de la clientèle de la destination
- Attestation de formation
- Nombre de reportings envoyés
- Tableaux de bords

BUDGET	
OTI	3 822 €
PARTENAIRES	AD 04

CONDUITE DE L'ACTION	
OTI	Ref. Observation Personnel Accueil Direction – CA
PARTENAIRES	AD 04 Prestataires partenaires

CALENDRIER : Année 2021

**ACTIONS A REALISER :**

- 9.1 Accompagner les porteurs de projets touristiques (publics et privés) en leur apportant une expertise touristique et la connaissance de l'activité touristique du territoire.
- 9.2 Assurer une veille sectorielle et réglementaire
- 9.3 S'informer et suivre le déploiement des projets touristiques du territoire
- 9.4 Suivre les schémas de développement touristique nationaux, régionaux et départementaux
- 9.5 Poursuivre l'engagement de la destination dans la marque infrarégionale Verdon
- 9.6 S'engager dans la marque infrarégionale Mercantour
- 9.7 Participer et soutenir les démarches de qualification en cours sur les sites phares (OGS)
- 9.8 Rechercher les opportunités de financement pour les projets engagés et informer l'ensemble des partenaires de l'OTI des opportunités de financement
- 9.9 Participer à des voyages collectifs dans d'autres destinations pour partager les expériences

OBJECTIFS :

- Positionner l'OTI comme l'interlocuteur privilégié des acteurs touristiques du territoire
- Développer les compétences des partenaires, leur apporter les données stratégiques au développement de leur activité
- Développer les capacités d'action, notamment financières, de l'OTI et de ses partenaires
- Profiter du retour d'expérience des autres destinations

INDICATEURS :

- Nombre de projets suivis
- Co-financements et partenariats obtenus / sollicités
- CR réunions SMART DESTINATION / OGS

BUDGET

OTI	2 500 €
PARTENAIRES	CCAPV

CONDUITE DE L'ACTION

OTI	Direction – CA
PARTENAIRES	CCAPV AD 04 REGION PACA PNR VERDON Parc du Mercantour Porteurs de projets

CALENDRIER : Année 2021



ACTIONS A REALISER :

- 10.1 Bâtir le plan d'actions de la structure avec l'ensemble de l'équipe et la CCAPV. Le partager avec les acteurs partenaires
- 10.2 Mettre en place les actions issues de la construction d'une stratégie touristique à l'échelle du territoire
- 10.3 Inscrire le plan de développement touristique de l'OTI dans les différents schémas déployés au niveau national, régional et départemental
- 10.4 Organiser des rencontres avec les professionnels afin de présenter et échanger au sujet de la stratégie touristique du territoire

OBJECTIFS :

- Engager une démarche de progrès pour l'OTI à moyen et long termes
- Travailler en collaboration étroite avec la CCAPV et l'OMT du Val d'Allos pour engager une stratégie touristique unique et partagée sur l'ensemble du territoire
- Impliquer l'ensemble des acteurs dans la construction de l'identité de la destination

INDICATEURS :

- Plan d'actions 2021
- Stratégie touristique du territoire

BUDGET	
OTI	3 000 €
PARTENAIRES	CCAPV

CONDUITE DE L'ACTION	
OTI	Direction – CA Ensemble de l'équipe
PARTENAIRES	CCAPV OTM Val d'Allos AD 04 REGION PACA FNOTSI

CALENDRIER : Premier semestre 2021



ACTIONS A REALISER :

- 11.1 Structurer et organiser la gestion de la taxe de séjour intercommunale
- 11.2 Animer la collecte de la taxe de séjour pour le compte de la CCAPV (appels à déclaration, relances, enregistrement des paiements, etc.)
- 11.3 Alimenter et gérer la plateforme de télédéclaration en concertation avec le prestataire ALOA
- 11.4 Assurer le suivi de la régie en concertation avec le Trésor Public
- 11.5 Prospector les nouveaux hébergeurs assujettis à la taxe et les intégrer dans la base de données
- 11.6 Mettre en place les procédures légales en vigueur en concertation avec la collectivité et le Trésor Public
- 11.7 Faire des bilans et des reportings réguliers auprès de la CCAPV

OBJECTIFS :

- Optimiser les ressources liées à la collecte de la taxe pour favoriser les investissements touristiques sur le territoire
- Se positionner comme l'interlocuteur privilégié des hébergeurs touristiques de la destination
- Participer à l'observation de l'activité économique du territoire

INDICATEURS :

- Montant déclaré et perçu
- Nombre d'hébergeurs renseignés dans le logiciel
- Nombre de déclarations manquantes
- Reportings trimestriels

BUDGET	
OTI	
PARTENAIRES	CCAPV

CONDUITE DE L'ACTION	
OTI	Régisseurs de la TDS Ensemble de l'équipe Direction et CA
PARTENAIRES	CCAPV Trésor Public ALOA Assistance juridique

CALENDRIER : Année 2021

Janvier - Avril - Juillet - Octobre





ACTIONS A REALISER :

- 12.1 Alimenter la base de données de l'offre patrimoniale et recenser les acteurs qui œuvrent dans ce domaine sur le territoire
- 12.2 Concevoir une visite de ville pour faire découvrir la cathédrale de Senez
- 12.3 Suivre et participer au projet « Pays d'art et d'histoire » ainsi qu'aux autres projets conduits sur le territoire (Maison musée, musée des Fossiles, l'aventure géologique ...)

OBJECTIFS :

- Valoriser l'offre patrimoniale phare de notre territoire auprès de la clientèle familiale
- Dégager des thématiques transversales sur lesquelles travailler en vue d'une future promotion
- Valoriser les richesses patrimoniales de l'ensemble du territoire
- Retravailler le contenu et le format des visites guidées pour 2020

INDICATEURS :

- Nombre d'objets saisis dans APIDAE
- Retour satisfaction visites de ville
- CR réunions « PAH »

BUDGET	
OTI	
PARTENAIRES	CCAPV

CONDUITE DE L'ACTION	
OTI	Ref. Culture et Patrimoine Ensemble du personnel CA
PARTENAIRES	CCAPV

CALENDRIER : Année 2021



ACTIONS A REALISER :

- 12.4 Poursuivre le travail de concertation avec le chargé de mission APN de la CCAPV
- 12.5 Travailler en concertation avec l'association « Vélo Loisir Provence » et développer leur label sur le territoire
- 12.6 Travailler en concertation avec la CCAPV sur le suivi et la promotion de l'offre de randonnée de notre territoire
- 12.7 Travailler en concertation avec le service promotion sur la conception et l'actualisation des supports dédiés à la randonnée et au VTT
- 12.8 Participer aux réunions de concertation autour de la gestion de l'eau (convention lac de Castillon – prestataires activités eau vive)
- 12.9 Travailler en concertation avec le service promotion afin de cibler les salons promotionnels pertinents pour la valorisation de la destination
- 12.10 Recenser les évènements sportifs d'ampleur sur notre territoire pour envisager des stands d'information sur ces derniers

OBJECTIFS :

- Développer les relations avec les prestataires d'activités de pleine nature du territoire
- Promouvoir les activités de pleine nature de la destination
- Sensibiliser les visiteurs à la pratique des activités de pleine nature
- Faire une veille des évènements organisés autour de la pleine nature

INDICATEURS :

- CR réunions
- Nombre de salons thématiques APN
- Nombre de stands sur des évènements sportifs

BUDGET	
OTI	
PARTENAIRES	

CONDUITE DE L'ACTION	
OTI	Ref. APN Ensemble de l'équipe CA
PARTENAIRES	CCAPV PNR Verdon PN Mercantour Vélo Loisir Provence

CALENDRIER : Année 2021





OTI VERDON TOURISME

Rue Nationale

04120 CASTELLANE

04.92.83.61.14

www.verdontourisme.com - contact@verdontourisme.com

