



# PLAN D' ACTIONS 2018

**OTI VERDON TOURISME**



# PLANIFICATION DES ACTIONS

ACTIONS		JANV 18	FEV 18	MARS 18	AVR 18	MAI 18	JUIN 18	JUIL 18	AOUT 18	SEPT 18	OCT 18	NOV 18	DEC 18
<b>CONSOLIDATION DE L'OTI</b>	Organisation	00	00	00	00	00	00	0	0	0	0	0	0
	Management	00	00	00	00	00	00	0	0	0	0	0	0
<b>ACCUEIL ET GESTION DE L'INFORMATION</b>	Accueil	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Accueil numérique	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Gestion de l'information	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>COORDINATION DES ACTEURS</b>	Fédérer les acteurs	0	0	0	00	0	0	0	0	0	00	0	0
<b>QUALITE</b>	Qualité et Classement		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>PROMOTION ET COMMUNICATION</b>	Stratégie de promotion	00	00	00	00	00	00	0	0	0	0	0	0
	Editions papier	00	00	00	00	00	00	0	0	0	0	0	0
	Presse	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Multimédias	00	00	00	00	00	00	0	0	0	0	0	0
	Autres actions promotionnelles	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>PROMOTION NUMERIQUE</b>	Réseaux sociaux - Blogs			0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Site internet	0	0	0	0	0	0	0	0	0	00	00	00
<b>COMMERCIALISATION</b>	Commercialisation				0	0	0	00	00	00	00	00	00
<b>OBSERVATION</b>	Observation	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>CONSEIL ET INGENIERIE</b>	Conseil et Ingénierie	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>STRATEGIE TOURISTIQUE</b>	Stratégie touristique	00	00	00	00	00	00	0	0	0	0	0	0
<b>TAXE DE SEJOUR</b>	Taxe de séjour	00	0	0	00	0	0	00	0	0	00	0	0
<b>DEVELOPPEMENT DURABLE</b>	Développement durable	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

# 1

## CONSOLIDATION DE LA STRUCTURE

## Organisation

### ACTIONS A REALISER :

- 1.1 Formaliser l'organisation interne, harmoniser les pratiques dans chacun des BIT autour de procédures communes définies pour VT
- 1.2 Organiser des éductours à destination du personnel : tant entre BIT (mobilité des conseillers d'un site à l'autre) que pour la rencontre avec les professionnels
- 1.3 Organiser des réunions d'équipe et favoriser la communication interne
- 1.4 Mettre en réseau les différents sites constituant VT
- 1.5 Harmoniser les contrats (téléphonie, copieur, assurance, fournitures ...) et réduire ainsi les coûts liés aux frais généraux
- 1.6 Mettre en place et suivre une comptabilité analytique liée au temps de présence du personnel

### 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

**CALENDRIER :** 1<sup>er</sup> semestre 2018

BUDGET	
<b>OTI</b>	15 000 € mise en réseau 1 500 € réunions équipe
<b>PARTENAIRES</b>	A définir par la CCAPV pour mise en réseau

CONDUITE DE L'ACTION	
<b>OTI</b>	Ensemble du personnel
<b>PARTENAIRES</b>	CCAPV

# 1

## CONSOLIDATION DE LA STRUCTURE

## Management

### ACTIONS A REALISER :

1.7 Affiner l'organigramme de VT, distribuer les missions, réaliser les entretiens de progrès et rédiger les fiches de poste

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

### OBJECTIFS :

- Impliquer et motiver l'équipe
- Former le personnel et le responsabiliser
- Favoriser l'employabilité du personnel

**CALENDRIER :** 1<sup>er</sup> semestre 2018 – Toute l'année pour la formation

BUDGET	
<b>OTI</b>	10 000 €
<b>PARTENAIRES</b>	

CONDUITE DE L'ACTION	
<b>OTI</b>	Direction - CA Ensemble du personnel
<b>PARTENAIRES</b>	FROTSI PACA AGEFOS PME

**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 Engager une réflexion afin d'adapter et fixer les périodes, jours et horaires d'ouverture selon les périodes 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 Développer l'accueil hors les murs
- 2.5 Se doter d'un outil de Gestion de la Relation Client (AVIZI)
- 2.6 Evaluer la satisfaction des visiteurs
- 2.7 Traiter et assurer le suivi des réclamations des visiteurs
- 2.8 Proposer des visites guidées et des services adaptés à la demande (wifi, etc)
- 2.9 S'investir dans le label Tourisme & Handicap en proposant un accueil adapté

**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

**CALENDRIER :** Année 2018

BUDGET	
OTI	8 300 €
PARTENAIRES	

CONDUITE DE L'ACTION	
OTI	Personnel Accueil Resp. Accueil Direction - CA
PARTENAIRES	CCAPV – Secrets de Fabrique Communes

**ACTIONS A REALISER :**

- 2.10 Proposer des actions pour l'amélioration de la visibilité et de l'accessibilité des BIT dans chaque commune
- 2.11 Aménager les espaces destinés à l'accueil autour du rappel d'appartenance à une identité commune (sticker Verdon Tourisme, carte touristique grand format, paillasons...)
- 2.12 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 Participer au projet d'aménagement d'un nouvel espace d'accueil pour le siège situé à Castellane

**OBJECTIFS :**

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

**CALENDRIER :** Année 2018

BUDGET	
<b>OTI</b>	10 000 € d'investissement global
<b>PARTENAIRES</b>	CCAPV Communes

CONDUITE DE L'ACTION	
<b>OTI</b>	Personnel Accueil Responsable Accueil Direction - CA
<b>PARTENAIRES</b>	CCAPV MNP Communes CD 04 (signalétique routière)

**ACTIONS A REALISER :**

2.13 Participer à une réflexion globale afin d'optimiser l'accueil numérique sur le territoire suite à l'étude réalisée par l'entreprise Canopée

**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

**CALENDRIER :** Année 2018

BUDGET	
<b>OTI</b>	
<b>PARTENAIRES</b>	CCAPV Communes

CONDUITE DE L'ACTION	
<b>OTI</b>	Personnel Accueil Responsable Accueil Direction - CA
<b>PARTENAIRES</b>	CCAPV Communes

**ACTIONS A REALISER :**

- 2.14 Offrir une information fiable, juste, actualisée en temps réel sur APIDAE
- 2.15 Former l'ensemble du personnel à l'utilisation et la saisie sur la base de données
- 2.16 Optimiser la mise à disposition de l'information : parcours du client, organisation des présentoirs, de l'affichage, des supports numériques
- 2.17 Améliorer la diffusion de l'information chez les prestataires
- 2.18 Améliorer la diffusion de l'information sur le territoire en participant aux bourses d'échange organisées à l'échelle régionale
- 2.19 Optimiser la connaissance de l'offre du territoire du personnel en organisant des éductours sur le territoire

**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

**CALENDRIER :** Année 2018

BUDGET	
<b>OTI</b>	2 600 €
<b>PARTENAIRES</b>	

CONDUITE DE L'ACTION	
<b>OTI</b>	Personnel Accueil Ref. Gestion de l'info Direction - CA
<b>PARTENAIRES</b>	APIDAE ADTE 04 Prestataires touristiques



### 3

## COORDINATION DES ACTEURS

## Fédérer les acteurs locaux du tourisme

### ACTIONS A REALISER :

- 3.1 Réunir les socio-professionnels à l'occasion d'une réunion de lancement de la saison
- 3.2 Inviter les socio-professionnels à des rencontres, créer des groupes de travail par filières
- 3.3 Organiser des Assises du Tourisme sur le territoire
- 3.4 Organiser des éductours entre les professionnels de VT
- 3.5 Optimiser la communication avec notre réseau de prestataires partenaires (newsletter, espace pro, développement des visites chez les prestataires)
- 3.6 Proposer des packs de prestations de services adaptés aux besoins des prestataires du territoire
- 3.7 Participer à l'organisation du forum de l'emploi saisonnier
- 3.8 Accompagner les prestataires au virage du numérique

### 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

### CALENDRIER :

Forum de l'emploi : avril 2018 – Appels à partenariat : octobre 2018

BUDGET	
<b>OTI</b>	5 000 €
<b>PARTENAIRES</b>	

CONDUITE DE L'ACTION	
<b>OTI</b>	Ref. Partenaires Direction – CA ANT
<b>PARTENAIRES</b>	CCAPV Prestataires du territoire

### ACTIONS A REALISER :

- 4.1 S'engager dans la démarche Qualité
- 4.2 Former le personnel au suivi de la marque Qualité Tourisme
- 4.3 Partager la démarche avec l'ensemble de l'équipe
- 4.4 Créer le groupe « Destination Qualité »
- 4.5 Demander le classement de l'OTI en catégorie II
- 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
- 4.7 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 II et la marque Qualité Tourisme

**CALENDRIER :** Année 2018

BUDGET	
<b>OTI</b>	2 000 €
<b>PARTENAIRES</b>	FROTSI PACA

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

# 5

## PROMOTION ET COMMUNICATION

### Stratégie de promotion

#### ACTIONS A REALISER :

- 5.1 Réaliser un diagnostic de territoire pour définir les forces, faiblesses, opportunités, menaces du territoire et cibler de façon plus précise nos clientèles.
- 5.2 Réaliser un plan annuel de promotion précisant les actions à engager

#### OBJECTIFS :

- Définir notre positionnement marketing et nos cibles
- Fixer un cadre et une orientation à nos actions de promotion
- Concentrer les moyens affectés à la communication sur nos cibles prioritaires

**CALENDRIER :** Premier semestre 2018

BUDGET	
<b>OTI</b>	25 000 €
<b>PARTENAIRES</b>	CCAPV

CONDUITE DE L'ACTION	
<b>OTI</b>	Ref. Promotion Direction – CA Ensemble du personnel
<b>PARTENAIRES</b>	CCAPV

**ACTIONS A REALISER :**

- 5.3 Editer la documentation touristique et les supports promotionnels à l'échelle du territoire
- 5.4 Editer un magazine de Destination et une carte touristique (en partenariat avec l'OMT du Val d'Allos dans le cadre de l'espace valléen) valorisant l'offre touristique du territoire
- 5.5 Editer un guide des hébergements, un guide des activités de pleine nature, un guide des randonnées, une carte des activités nordiques
- 5.6 Editer les cartes de randonnées et cartes VTT destinées à la vente
- 5.7 Editer les programmes de manifestations du territoire

**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

**CALENDRIER :** Premier trimestre 2018

BUDGET	
<b>OTI</b>	81 000 €
<b>PARTENAIRES</b>	CCAPV ADTE 04 REGION PACA EUROPE

CONDUITE DE L'ACTION	
<b>OTI</b>	Ref. Editions Direction – CA Ensemble du personnel
<b>PARTENAIRES</b>	ADC CCAPV ADTE 04 Prestataires touristiques

**ACTIONS A REALISER :**

- 5.8 Réaliser un dossier de presse valorisant la destination
- 5.9 Réaliser un carnet d'adresses des référents presse du territoire et l'actualiser
- 5.10 Organiser des séjours et accueils de journalistes dans le territoire
- 5.11 Finaliser les actions presse entreprises dans le cadre du projet « espace valléen » en concertation avec l'OMT du Val d'Allos
- 5.12 Réaliser une revue de presse des articles faisant référence à Verdon Tourisme
- 5.13 Actualiser le contenu des différents guides touristiques pour valoriser la destination dans son ensemble (Guide Michelin, Routard, etc.)

**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

**CALENDRIER :** Année 2018

BUDGET	
<b>OTI</b>	21 000 €
<b>PARTENAIRES</b>	REGION PACA EUROPE

CONDUITE DE L'ACTION	
<b>OTI</b>	Ref. Presse Direction – CA
<b>PARTENAIRES</b>	ADC CCAPV ADTE 04 OMT Val d'Allos

**ACTIONS A REALISER :**

- 5.14 Finaliser le reportage photos entrepris en concertation avec l'OMT du Val d'Allos dans le cadre du programme espace valléen
- 5.15 Diffuser largement la vidéo promotionnelle VERDON TOURISME 2018, réalisée dans le cadre du programme espace valléen
- 5.16 Qualifier et structurer notre photothèque en partenariat avec la CCAPV
- 5.17 Enrichir notre photothèque et vidéothèque de visuels qualitatifs et originaux
- 5.18 Se doter de logiciels de production assistée par ordinateur pour produire des visuels de qualité

**OBJECTIFS :**

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

**CALENDRIER :** Année 2018

BUDGET	
<b>OTI</b>	5 000 €
<b>PARTENAIRES</b>	REGION PACA EUROPE

CONDUITE DE L'ACTION	
<b>OTI</b>	Ref. Multimédias Direction – CA
<b>PARTENAIRES</b>	CCAPV Arnaud BRUNET / NEUS OMT Val d'Allos

# 5

## PROMOTION ET COMMUNICATION

### Autres actions promotionnelles

#### ACTIONS A REALISER :

- 5.19 Participer à des salons thématiques à destination du grand public en collaboration avec les partenaires locaux (Roc d'Azur...)
- 5.20 Promouvoir Verdon Tourisme sur le panneau publicitaire situé Avenue Lattre de Tassigny à Aix-en-Provence
- 5.21 Créer des roll-up à l'image du territoire et les utiliser pour valoriser la destination sur des actions évènementielles et promotionnelles
- 5.22 Qualifier tous les prospects et organiser des campagnes d'information-séduction
- 5.23 Créer des produits et objets promotionnels marqués « Verdon Tourisme »

#### 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

**CALENDRIER :** Année 2018

BUDGET	
<b>OTI</b>	10 100 €
<b>PARTENAIRES</b>	REGION PACA EUROPE VALD

CONDUITE DE L'ACTION	
<b>OTI</b>	Ref. Promotion Direction – CA
<b>PARTENAIRES</b>	CCAPV OMT Val d'Allos ADTE 04

**ACTIONS A REALISER :**

- 6.1 Recrutement d'un animateur numérique de territoire en mars 2018
- 6.2 Création d'une nouvelle page Facebook Verdon Tourisme. Migration des fans des anciennes pages vers cette dernière.
- 6.3 Création d'un compte Instagram Verdon Tourisme avec une utilisation massive de hashtags (#verdon, #verdontourisme, #gorgesduverdon)
- 6.4 Mise en place d'un storytelling notamment autour des activités de pleine nature, des visites guidées...
- 6.5 Création d'une ligne éditoriale propre à chaque réseau social avec une communication adaptée favorisant l'interaction
- 6.6 Création d'un réseau d'e-ambassadeurs (bloggeurs, instagrammers, ...) afin de partager leurs publications sur les réseaux sociaux
- 6.7 Création d'indicateurs d'évaluation (Nombre de fans, d'avis, portée des posts ...)
- 6.8 Analyse des statistiques et bilan régulier par réseau social
- 6.9 Etudier la faisabilité d'intégrer un social wall sur le site internet permettant de partager les publications des réseaux sociaux de VT

**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

**CALENDRIER :** Année 2018

BUDGET	
<b>OTI</b>	26 500 €
<b>PARTENAIRES</b>	

CONDUITE DE L'ACTION	
<b>OTI</b>	ANT Direction – CA
<b>PARTENAIRES</b>	CCAPV OMT Val d'Allos



**ACTIONS A REALISER :**

- 6.10 Intégration d'outils numériques sur le site verdontourisme.com en partenariat avec l'OMT du Val d'Allos dans le cadre du programme espace valléen : traduction en anglais et italien, module de disponibilités pour les hébergeurs, module de cross selling, abonnement à une newsletter.
- 6.11 Engagement d'une réflexion stratégique autour du devenir des différents sites internet de la destination en partenariat avec l'ensemble des acteurs concernés
- 6.12 Animation et référencement du site internet (nouveaux contenus rédactionnels, etc.)
- 6.13 Mise en place d'outils de veille (google alerts, flux RSS, tagboards, etc.) pour connaître la e-réputation de la destination
- 6.14 Mise en place d'outils d'analyse et de référencement SEO
- 6.15 Suivi et analyse des statistiques de fréquentation avec Google Analytics

**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

**CALENDRIER :** Année 2018 – premier semestre pour l'intégration des outils numériques

BUDGET	
<b>OTI</b>	2 500 €
<b>PARTENAIRES</b>	REGION PACA EUROPE

CONDUITE DE L'ACTION	
<b>OTI</b>	ANT Direction – CA
<b>PARTENAIRES</b>	ID TOUR CONSEIL IRIS INTERACTIVE OMT Val d'Allos CCAPV

**ACTIONS A REALISER :**

- 7.1 Obtenir l'immatriculation auprès d'Atout France pour pouvoir commercialiser
- 7.2 Actualiser les conventions (commercialisation, billetterie) entre VT et ses partenaires et développer les partenariats
- 7.3 Etudier la possibilité d'installation d'une place de marché ou d'un module de réservation sur notre site internet
- 7.4 Harmoniser les produits proposés dans les boutiques des BIT. Proposer une sélection qualitative et adaptée à la demande
- 7.5 Développer les idées séjours et séjours packagés sur les site internet
- 7.6 Développer et promouvoir l'offre à destination des groupes (comités d'entreprise, Workshop)

**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

**CALENDRIER :** Second semestre 2018 – Année 2018 pour la billetterie.

BUDGET	
<b>OTI</b>	
<b>PARTENAIRES</b>	

CONDUITE DE L'ACTION	
<b>OTI</b>	Ref. Commercialisation Ref. Groupes Direction – CA
<b>PARTENAIRES</b>	ATOOUT France Prestataires partenaires

**ACTIONS A REALISER :**

- 8.1 Suivi et enregistrement des statistiques de fréquentation des BIT grâce aux bornes de comptage Winflow
- 8.2 Qualification et suivi des visiteurs fréquentant les BIT (motivation, profil, origine géographique, etc)
- 8.3 Acquisition d'indicateurs de fréquentation : statistiques ADTE 04, enquêtes INSEE, performances hôtelières, etc
- 8.4 Analyse des données Flux Vision Tourisme procurées l'ADTE 04
- 8.5 Etude de tendance estivale auprès des professionnels afin de mesurer l'affluence de la saison touristique en temps réel
- 8.6 Evaluation des retombées économiques liées à l'activité économique sur le territoire

**OBJECTIFS :**

- Identifier les clientèles de la destination, leurs comportements et leurs évolutions
- 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

**CALENDRIER :** Année 2018

BUDGET	
<b>OTI</b>	
<b>PARTENAIRES</b>	ADTE 04

CONDUITE DE L'ACTION	
<b>OTI</b>	Ref. Observation Personnel Accueil Direction – CA
<b>PARTENAIRES</b>	ADTE 04 Prestataires partenaires

**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 Participer activement au programme AMI Smart Destination à l'échelle du Verdon en partenariat avec l'ensemble des acteurs
- 9.5 Rechercher les opportunités de financement pour les projets engagés et informer l'ensemble des partenaires de l'OTI des opportunités de financement
- 9.6 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

**CALENDRIER :** Année 2018

BUDGET	
<b>OTI</b>	
<b>PARTENAIRES</b>	CCAPV

CONDUITE DE L'ACTION	
<b>OTI</b>	Direction – CA
<b>PARTENAIRES</b>	CCAPV ADTE 04 REGION PACA PNR VERDON Porteurs de projets

### ACTIONS A REALISER :

- 10.1 Bâtir le plan d'actions de la structure et le partager avec l'ensemble des acteurs partenaires
- 10.2 Engager l'OTI dans la construction d'un schéma de développement touristique en partenariat avec la CCAPV, l'OMT du Val d'Allos et en concertation avec l'ensemble des acteurs touristiques du territoire
- 10.3 Inscrire le plan de développement touristique de l'OTI dans les différents schémas déployés au niveau national, régional et départemental

### 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

**CALENDRIER :** Année 2018

BUDGET	
<b>OTI</b>	
<b>PARTENAIRES</b>	CCAPV

CONDUITE DE L'ACTION	
<b>OTI</b>	Direction – CA Ensemble de l'équipe
<b>PARTENAIRES</b>	CCAPV OMT Val D'allos ADTE 04 REGION PACA FNOTSI

### ACTIONS A REALISER :

- 11.1 Animer la collecte de la taxe de séjour pour le compte de la CCAPV (appels à déclaration, relances, enregistrement des paiements, etc.)
- 11.2 Alimenter et gérer la plateforme de télédéclaration en concertation avec le prestataire ALOA
- 11.3 Assurer le suivi de la régie en concertation avec le Trésor Public
- 11.4 Prospector les nouveaux hébergeurs assujettis à la taxe et les intégrer dans la base de données

### 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

**CALENDRIER :** Année 2018

BUDGET	
<b>OTI</b>	
<b>PARTENAIRES</b>	CCAPV

CONDUITE DE L'ACTION	
<b>OTI</b>	Régisseurs de la TDS Ensemble de l'équipe Direction et CA
<b>PARTENAIRES</b>	CCAPV Trésor Public

### ACTIONS A REALISER :

- 12.1 Favoriser et systématiser les écogestes en interne
- 12.2 Informer les visiteurs des actions de développement durable engagées sur le territoire
- 12.3 Inciter les prestataires touristiques à s'engager dans une démarche éco-responsable
- 12.4 S'engager dans une démarche de développement maîtrisé en cohérence avec le respect des valeurs du territoire et de ses habitants
- 12.5 Suivre l'engagement du parc naturel régional du Verdon dans le réseau « Grands sites de France »

### OBJECTIFS :

- Respecter les critères liés au développement durable imposés par la marque Qualité Tourisme
- Positionner l'OTI comme moteur et exemple dans les démarches de développement durable à l'échelle du territoire
- Participer à la maîtrise de la fréquentation touristique de notre territoire et limiter les impacts du tourisme sur notre environnement
- Pérenniser les ressources qui garantissent le succès de notre destination

**CALENDRIER :** Année 2018

BUDGET	
<b>OTI</b>	
<b>PARTENAIRES</b>	

CONDUITE DE L'ACTION	
<b>OTI</b>	Ensemble de l'équipe CA
<b>PARTENAIRES</b>	CCAPV PNR Verdon PN Mercantour



## **OTI VERDON TOURISME**

Rue Nationale

04120 CASTELLANE

04.92.83.61.14

**[www.verdontourisme.com](http://www.verdontourisme.com) - [contact@verdontourisme.com](mailto:contact@verdontourisme.com)**

