

OFFICE DE TOURISME CONFLENT CANIGÓ : PLAN D' ACTIONS 2019-2020-2021

Objectif 1 : Organisation générale de l'Office

Actions	Descriptif (succinct)	Moyens	Indicateurs	Echéance
1.1 Mise en place d'un CSE et d'un accord d'entreprise	Organiser des élections du CSE pour une entreprise de moins de 20 salariés. A la suite de ces élections, travailler sur un accord d'entreprise avec l'optimisation du temps de travail.	Participation à une formation sociale et juridique pour la mise en place des élections. Accompagnement par un cabinet d'avocat. Organisation de réunion avec le personnel.	Résultats élections CSE Compte rendu réunion CSE Registre du CSE	Septembre 2019
1.2. Optimisation du temps de travail	A la suite des élections CSE, rédiger un accord d'entreprise avec en point fort l'optimisation du temps de travail. L'objectif étant de pouvoir obtenir de la souplesse au niveau des plannings en fonction des horaires d'ouvertures des antennes.	Réunions du personnel. Entretiens avec les CSE. Consultation du personnel par le CSE. Rédaction de l'accord avec le cabinet d'avocat. Proposition de l'accord au personnel. Validation par le CSE mise en place.	Registre du CSE Accord d'entreprise	Janvier 2020
1.3 Amélioration de la gestion des plannings et des congés grâce à l'annualisation.	Mettre en place l'annualisation du temps de travail. Sensibiliser le personnel à la nouvelle gestion des plannings et des congés. Année test 2020.	Informations auprès du personnel pour l'anticipation de la prise des congés, récolte des périodes basses et hautes pour le personnel de back office. Formation des CSE pour la gestion de logiciel du planning Aloha.	Tableau de bord des périodes hautes et basses pour tous les membres du personnel. Planning logiciel Aloha.	2021

1.4 Sécurité et santé au travail	Veiller la santé et à la sécurité des employés sur le lieu de travail.	Actions de prévention des risques professionnels et de la pénibilité au travail, actions d'information et de formation, la mise en place d'une organisation et de moyens adaptés. Évaluation des risques dans l'entreprise. Création d'un document unique d'évaluation des risques professionnels	Document unique d'évaluation des risques professionnels	Septembre 2020
---	--	---	---	----------------

Objectif 2 : Amélioration des bureaux d'accueils touristique en Conflent Canigò

Actions	Descriptif (succinct)	Moyens	Indicateurs	Echéance
2.1 Aménagement des antennes en équipement numérique	Equiper les 5 antennes en outils numérique pour moderniser les méthodes d'accueil et surtout permettre à la clientèle d'avoir accès plus rapidement à l'information.	Dossier de subvention FEDER GSO Financier Matériel	Suivi du plan d'action.	Fin 2020
2.2 Optimisation des horaires d'ouverture des bureaux d'informations	Réduire les horaires d'ouverture des BIT en fonction des nouvelles règles liées au classement des Offices de tourisme. Permettre au personnel d'accueil d'exercer d'autres missions que l'accueil en période creuse. Avoir plus de temps pour le terrain et nos socio-professionnels, ainsi que pour toutes les autres missions confiées à l'OT.	Etude des statistiques de fréquentations pour les 5 antennes via Tourinsoft. Etude des horaires des sites touristiques majeurs. Document en partage pour recueillir pendant la saison 2019 les observations du personnel d'accueil sur les horaires Proposition des nouveaux horaires au CA et aux élus.	Comptes rendus des réunions avec le personnel et du CA. Statistiques de fréquentation. Documents des nouveaux horaires. Document en partage pour les observations du personnel.	Décembre 2019

2.3 Elaboration d'un Schéma d'accueil et de diffusion de l'information (SADI)	A l'échelle du territoire de la destination Canigò, définir une stratégie d'accueil et de diffusion de l'information en partenariat avec la CC Roussillon Conflent, la communauté de communes du Haut-Vallespir et le SMCGS afin d'assurer un maillage intelligent et raisonnable du territoire.	SCOTT Accompagnement MOPA Analyse des flux touristique Etat des lieux de l'accueil physique dans et hors les murs et de l'accueil numérique Dispositif ambassadeurs Réseau de Relais d'information	Statistiques de fréquentations comptoir Statistiques de fréquentation hors les murs Statistiques de fréquentation en accueil numérique Evaluation dispositif ambassadeurs	Fin 2020
2.4 Accueil en mobilité	Organiser l'accueil et la diffusion de l'information sur les zones du territoire n'ayant pas de BIT	Planning de l'évènementiel sur le territoire Equipement léger de l'OT : tablette, doc., stand ou véhicule	Statistique de fréquentation « comptoir mobile »	Annuel
2.5 Mise en place du standard téléphonique multisites.	Centraliser et filtrer les appels téléphoniques. Avoir un numéro unique pour les 5 BIT.	Matériel Financier	Statistique de fréquentation téléphonique	Fin 2019
2.6 Création d'espace boutique avec logiciel de caisse sur les 5 BIT	Pouvoir vendre des goodies, produits locaux, billetterie.	Financier Formation pour le personnel Communication	Retours des ventes Conventions pour la billetterie.	Mai 2020

Objectif 3 : Renouvellement de la marque qualité tourisme sur la base du nouveau référentiel

Actions	Descriptif (succinct)	Moyens	Indicateurs	Echéance
3.1 Renouvellement de la marque en fonction des nouveaux critères	Mise à jour du système documentaire. Transformation du manuel qualité en document cadre. Passage au numérique pour les questionnaires de satisfaction. Révision des procédures et modèles.	Temps agents : Direction, responsables accueil & animateur qualité	Suivi qualité	Septembre 2020

Objectif 4 : mettre à jour la base de données Tourinsoft

Action	Descriptif (succinct)	Moyens	Indicateurs	Echéance
4.1 Utilisation d'une GRC commune pour les 5 BIT	Déploiement d'un module de GRC commun entre les 5 bureaux avec la possibilité d'indiquer la zone pour les statistiques. Centraliser les demandes de documentation et l'envoi courrier.	Temps agents Organisation de l'accueil Procédure	Convention avec l'ADT66 Réunion avec l'ADT 66	Septembre 2020
4.2 Création et mise en place d'une procédure pour la mise à jour des informations touristiques sur Tourinsoft	Répartir le travail de mise à jour de l'information et définir des périodes de saisie.	Temps agents	Base de données	Fin 2019
4.3 Ajouter les artisans, producteurs et commerçants de bouche dans la base de données.	Récolter les informations via différentes bases de données (CCI, associations, mairies). Envoyer les questionnaires et rentrer les informations dans la base de données Tourinsoft. Une page sera créée sur notre site internet.	Temps agents	Taux de retour des formulaires Page dédiée sur le site web	Janvier 2021
4.4 Actualisation de la base de données Tourinsoft	A partir des retours de formulaires, procéder à la saisie des nouvelles données ou actualisation des anciennes.	Temps agents	Nombre de fiches prestataires créées et nombre de fiches actualisées = le nombre de formulaires retournés Base de données	Annuel

Objectif 5 : organiser les supports de communication papier et numérique couvrant l'ensemble du territoire

Action	Descriptif (succinct)	Moyens	Indicateurs	Echéance
5.1 Création de posters de la destination, de bâches décorative et kakemonos	Création de posters pour décorer les différents BIT et proposer à la vente. De bâches grands formats et de kakemonos pour créer une identité visuelle lors de nos évènements.	Temps agents Photos Financiers Agence caractère	Suivi plan d'action communication	Fin 2020
5.2 Evolution du site internet www.tourisme-canigou.com	Mise en place d'un internet de séjour et d'une conciergerie. Continuez à inciter et former les professionnels à utiliser la plateforme de réservation en ligne. Développer des entrées par types de clientèle.	Agence Web Raccourci Temps agent Agence Web Raccourci	Statistiques globales, nombre de pages vues, nombre de visiteurs, nombre d'utilisateur de la plateforme de réservation.	Fin 2021
5.3 Développement de notre visibilité sur les Réseaux sociaux	 Fb.com/TourismeConflentCanigo  @tourisme_conflent_canigo  @Canigo_Conflent FACEBOOK : Mise en place de campagne publicitaire. INSTAGRAM : Mise en place d'un défi estival proposé à nos Igers, intitulé « deficanigo ». Lancer ce défi et faire connaître la destination grâce à un Instameet (rencontres avec les influenceurs de la destination).	Coût de la publicité Temps agent Financier pour les lots à gagner. Promotion : sur les journaux locaux, relais sur les réseaux sociaux.	- Nombre de fans/de followers, de commentaires, de j'aime, de partage Statistiques Nombre de nouveaux fans instagram, nombre de photos taguées #deficanigo, nombre de participants au #deficanigo	Annuel Annuel Automne 2020

	INSTAGRAM : création d'une « vraie » exposition photo avec les clichés pris sur notre destination de nos lgers les plus actifs, à mettre en place sur les différentes antennes de notre OTI.	Coût Matériel : impression des photos format exposition, encadrement Promotion : sur les journaux locaux, relais sur les réseaux sociaux.	Nombre de visiteurs des expos Nombre de nouveaux fans de notre compte IG	2021
5.4 Vidéos de présentation de nos partenaires et des activités, recettes en vidéo avec nos chefs.	Mettre en avant les activités de la destination en mode « nous avons testé pour vous ». Améliorer le rendez-vous sur Facebook la recette du mois sous forme de vidéo avec les chefs de la destination.	Chaine YouTube Temps agent Logiciel vidéo	Nombres de vues	2021

Objectif 6 : Accompagner la professionnalisation de nos socioprofessionnels

Actions	Descriptif (succinct)	Moyens	Indicateurs	Echéance
6.1 Obtenir l'agrément pour le classement des meublés de tourisme	Inciter les hébergeurs à faire classer et labelliser leurs hébergements et leur faciliter les démarches.	Temps agent de la référente Agnès Rabat Formation de l'agent Audit	Attribution de l'accréditation	2020
6.2 Accompagnement numérique des prestataires	Accompagner les prestataires dans la pertinence, conception et actualisation de leurs outils numériques en vue de travailler leur image de marque et générer davantage de retombées économiques	- Temps agent d'Emilie Veber, animatrice numérique de territoire - Ateliers numériques - Tutoriels - Diagnostic et coaching numériques individuel - Reportage photos	- Nbre de participants aux ateliers numériques - Nbre de demandes de diagnostics et coaching - Nbre de reportages photos demandés	Annuel

Objectif 7 : Faciliter la communication avec nos socioprofessionnels et leur mise en réseau

Action	Descriptif (succinct)	Moyens	Indicateurs	Echéance
7.1 Organisation d'une réunion de lancement de saison avec les prestataires : les rencontres du tourisme du Conflent	Proposer à nos socioprofessionnels une réunion d'avant-saison afin de leur présenter les nouveautés, programmes d'animation, nouveaux prestataires, etc.	Financier (organisation de la réunion) Humain (temps passé à l'organisation de la réunion) Technique (salle, matériel, etc.)	- nombre de prestataires présents - % de prestataires présents - bilan qualitatif (retour des prestataires)	Avril/Mai
7.2 Organisation d'une bourse d'échange de dépliants d'avant saison propre au Conflent	Faciliter l'échange de documentation entre l'OT et les socioprofessionnels et optimiser la gestion des stocks	Financier (budget concernant les éditions de l'OT) Humain + Technique (temps passé à l'organisation de la journée)	-Taux de déchets en fin d'année -Nombre de contacts au cours de la saison	Avril/Mai (en continuité avec la réunion d'avant saison)
7.3 Renforcement de la communication de nos actions auprès des prestataires	1) Désigner un référent dans l'équipe par catégorie socioprofessionnelle : visite des prestataires, réactualisation infos, tendances clientèles, besoins ... 2) Informer les socio pro à travers la réalisation de 2 newsletters annuelles 3) Création d'un guide du partenaire 4) Création d'un questionnaire pro	1) Humain : temps passé dans le relationnel et pour la rédaction 2) Google Forms + création d'un tableau de bord de suivi.	- Nombre de newsletters envoyées - Nombre de prestataires concernés et retour - Nombre de retours de questionnaire	2017
7.4 Proposition faite aux socioprofessionnels de deux éducteurs de découverte du territoire par an	Développement de la cohésion entre les prestataires Amélioration de leurs connaissances sur l'offre touristique locale	Financier (financement de la journée, du repas et location du bus) Humain : temps passé à la préparation du circuit, à l'organisation de la journée et du repas.	- nombre de prestataires présents - % de prestataires présents - bilan qualitatif (retour des prestataires)	Avril/mai Septembre/octobre
7.5 Réalisation d'un bilan de saison	En lien avec l'observatoire du tourisme de l'ADT 66, réalisation d'une réunion de bilan de saison avec intervention d'un prestataire	Financier (organisation de la réunion) Humain (temps passé à	- nombre de prestataires présents - % de prestataires présents	Début Octobre

	par catégorie professionnelle et zone du territoire, comparaison et analyse par rapport aux chiffres départementaux, régionaux et départementaux.	l'organisation de la réunion et à la rédaction du bilan) Technique (salle, matériel, etc.)	- bilan qualitatif (retour des prestataires)	
7.6 Organisation d'un workshop entre producteurs et restaurateurs	Permettre aux restaurateurs du département de connaître les produits de terroir du Conflent	Matériel : salle, tables pour exposition et dégustations, chaises, électricité ... Temps agents pour l'organisation et le déroulement	Nombre de participants - Chez les Producteurs - Chez les restaurateurs	2021
7.7 Création d'un catalogue des Assiettes gourmandes du Conflent	Chaque restaurateur du Conflent partenaire créé une assiette à partir de produits locaux identifiés qu'il s'engage à proposer toute la saison dans son restaurant avec un vin de terroir conseillé. Cette assiette est à la fois la vitrine du restaurant et des produits du terroir.	Salles pour réunion Appareil photo Temps agent pour animer le dispositif Coût de la conception et de l'édition du catalogue	Nombre de partenaires Satisfaction des restaurateurs : - Nombre d'assiettes gourmandes vendues - nombre de nouveaux clients venus par le catalogue - facilité d'approvisionnement en produits	2021
7.8 Mise en réseau des sites et prestataires par la médiation culturelle	Développement d'un programme mensuel de visites patrimoniales et excursions intégrant des aspects naturalistes, économiques... Partenariats actifs : producteurs, artisans d'art, guide de pays et accompagnateurs....Pays d'art et d'Histoire, Ville et métiers d'Art, réseau Vauban et UNESCO, association des Plus Beaux villages de France,	Temps de travail guides conférenciers	- Nombre d'inscription pour chaque visite ou excursion - questionnaire de satisfaction clientèle	2016

	association des plus beaux détours en France, villes et villages fleuris.			
--	---	--	--	--

Objectif 8 : Renforcer l'identité du territoire en structurant l'offre touristique

Action	Descriptif (succinct)	Moyens	Indicateurs	Echéance
8.1 Accompagnement de la structuration de l'offre en prestations pleine nature (APN)	En partenariat avec le syndicat Mixte Canigó Grand Site (SMCGST), favoriser le regroupement des accompagnateurs de pleine nature autour d'une meilleure lisibilité de l'offre tout en facilitant la réservation.	Accompagnement Adepfo porté par le SMCGSF Réfèrent APN de l'OT Local Présentoir Logiciel des disponibilités	- Nombre d'accompagnateurs se regroupant - progression du nombre de réservation des prestations	Fin 2017
8.2 Développement d'une offre randonnée complémentaire à celle proposée par le SMCGSF	Le territoire est riche de sentiers de grande randonnée identifiés répondant à une clientèle sportive. Les circuits de petites randonnées qualifiés (PDIPR, FFRP) doivent être plus nombreux et doivent répondre à l'attente d'une clientèle familiale ou peu sportive.	Temps de travail chargé de mission Repérage cadastral Logiciel SIG Signalétique Prestation balisage Temps agent pour élaboration fiches rando Prestation d'impression	- Nombre de fiches rando téléchargées ou vendues	Mi-2017
8.3 Développement d'une offre de circuits vélo/Vtt/Vtc sur le territoire accompagnée de location de vélos, Vtt, Vélos à assistance électrique	En partenariat avec le PNR Pyrénées catalanes, élaboration de boucles cyclo facilitant la mobilité entre le Conflent, le Capcir et la Cerdagne. Mise en place d'un partenariat pour permettre la location de deux roues au départ des bureaux d'accueil de l'office de tourisme.	Temps agent pour élaborer les circuits Logiciel SIG Signalétique Balisage Temps agent pour élaborer la carte cyclo Vélo, vtc, vtt	- Nombre de cartes téléchargée ou vendues - Nombre de véhicules loués	Fin 2017
8.4 Construction de la destination halieutique du territoire	En partenariat avec la fédération départementale de pêche, élaboration de parcours no-kill avec	Temps de travail chargé de mission Prestations extérieures :	- Statistiques pages web dédiées - Progression	2018

	aménagement des accès, carte des lieux de pêche du Conflent (plan d'eau, rivières, lacs de montagne), panneaux d'information au départ des parcours, équipement d'un site handipêche, labellisation gîtes de pêche et montage de séjours pêche. Promotion via les sites internet dédiés à la pêche et presse spécialisée.	panneaux d'information aménagement accès graphiste et imprimeur Publicité web et presse Site internet dédié à la pêche Guide de pêche	fréquentation gîtes pêche - Nombre de séjours vendus	
8.5 Structuration de l'offre par type de clientèle	En s'appuyant sur la stratégie marketing, recenser l'offre par type de clientèle cible, viser à la compléter en fonction des attentes de ces clientèles et la promouvoir par les canaux de promotion propre à ces clientèles	Stratégie marketing Plan de communication Réunions de sensibilisation des prestataires Sites internet ciblés Presse et autres médias Observatoire	- Brochures par type de clientèle écoulées - statistiques fréquentation sites ou pages de sites spécifiques - Evolution du taux de remplissage des hébergements orientés sur ces cibles	2018
8.6 Proposer des produits touristiques	Elaborer des produits touristiques vitrine du territoire en lien avec les différentes clientèles ciblées et en partenariat avec des agences de voyage réceptives et autres organisateurs de séjours locaux pour leur commercialisation.	Temps agent pour la conception et la promotion des produits Salons et workshop	- Nombre de contacts concernant les produits touristiques - Nombre de produits vendus	Fin 2021

Objectif 9 : Sensibiliser les habitants et les acteurs aux enjeux du tourisme

Action	Descriptif (succinct)	Moyens	Indicateurs	Echéance
9.1 Accueil annuel des nouveaux arrivants	Partenariat avec les municipalités pour participer à l'accueil annuel des nouveaux habitants pour leur présenter les services de l'office de tourisme qui peuvent les intéresser (agenda mensuel des animations, billetterie pour des spectacles, carte de pêche, carte ambassadeur ...) et le territoire (possibilité visite guidée gratuite)	Temps agent Documentation	- Nombre de contacts à la journée des nouveaux arrivants - Taux de retour à l'office de tourisme	Annuel
9.2 Sensibilisation par les médias interne et externe	Informer la population et les acteurs du tourisme sur les différents enjeux liés au tourisme (économiques, patrimonial, maintien vie sociale ...)	Bulletins municipaux Sites pros Presse locale Radios locales Bilan de saison		Annuel
9.3 Animation du dispositif ambassadeur	Maintien de la carte ambassadeur mise en place par l'association tourisme en Conflent pour les habitants du territoire leur permettant d'avoir des avantages sur les sites partenaires gratuité, réduction, cadeaux) dès lors qu'ils viennent accompagnés. Mise en place de nouveaux partenariats et bons plans)	Carte ambassadeur Newsletter Affiches, flyers et vitrophanies pour promouvoir le dispositif Petit observatoire de l'usage de la carte	-Nombre de cartes (numérotées) délivrées -Nombre d'ambassadeurs venus chez un partenaire - Nombre de passage de chaque carte sur chaque site	2021

Objectif 10 : mettre en place un observatoire touristique

Action	Descriptif (succinct)	Moyens	Indicateurs	Echéance
10.1 Evaluation de la fréquentation de l'ot	Evaluer la fréquentation des différentes antennes et en mobilité tant quantitativement que qualitativement : Comptoir, téléphone, courriel, courrier, salon, RS / site web	Enregistrement en direct sur Tourinsoft de la fréquentation comptoir et des appels téléphoniques Statistiques de fréquentation Tourinsoft Questionnaire de satisfaction en espace d'accueil et sur site internet.	Chiffres fournis dans le rapport d'activité. Bilans de fin de saison.	Mensuel
10.2 Mise en place d'un observatoire de fréquentation du territoire.	Obtenir des données sur nos excursionnistes. Dégager des statistiques fiables notamment sur des zones définies à l'intérieur de l'EPCI.	Orange avec flux vision Responsable de l'observatoire	Analyse des données	2021
10.3 Dégagement de données pour une étude spécifique du profil de notre clientèle au regard des outils Tourinsoft	L'analyse de nos profils clientèle permettra à l'OT de mieux répondre à leurs attentes et de définir des outils et services adéquats.	Responsable Marketing	Statistiques de fréquentation Bilan qualitatif et quantitatif	Annuel

Objectif 11 : Evènementiel

Action	Descriptif (succinct)	Moyens	Indicateurs	Echéance
11.1 Création d'un évènementiel autour du terroir, des activités de pleine nature et du patrimoine.	A la demande de la communauté des communes. L'office de tourisme doit organiser un évènementiel annuel pour rassembler et mettre en avant le terroir, le patrimoine et les activités de pleine nature.	Humains Financier Communication Réunion du personnel Aides des communes et des services municipaux Mobilisation des chefs et des producteurs du Conflent.	Comptes rendus des réunions Budget Retour des questionnaires bilan de l'évènement	2020 et renouvelable tous les ans si réussite.

