L’OFFICE DE TOURISME

Animateur de réseau, facilitateur et accompagnateur pour une destination plus performante



LA PROVENCE
Saint-Cyr
SUR MER
Office de Tourisme
LES PIEDS DANS L’EAU

Axes stratégiques



01
Animer le réseau des pros

02
Informer sur les dispositifs d’accompagnement et de financement

03
Développer les partenariats

04
Boîte à outils

05
Développer la mise en réseau

06
Valoriser les professionnels

07
Mesurer et améliorer

1 - Animer le réseau



Objectif

Créer une dynamique collective et favoriser les échanges entre les acteurs touristiques

Actions

- *Organisation des Rencontres du Tourisme*
- *Organisation du lancement et “clôture” de saison*
- *Partage des plans d’actions*
- *Visites d'entreprises*
- *Échanges de bonnes pratiques*
- *Présentation des projets de l'Office de Tourisme*
- *Temps conviviaux favorisant le networking (croisière vigneronne)*
- *Proposition de “formations” / conférences thématiques*
- *Valorisation des nouveautés*

Indicateurs

- *Nombre de rencontres organisées*
- *Taux de participation des professionnels*
- *Nombre de secteurs représentés*
- *Taux de satisfaction des participants*
- *Nombre de nouveaux professionnels participants*
- *Nombre de produits créés*

2- Informer sur les dispositifs

Objectif

Permettre aux professionnels d’accéder à des aides financières ou dispositifs d’accompagnement pour se développer.

Actions

- Veille permanente sur les appels à projets
- Diffusion des dispositifs
- Réunions d'information avec les partenaires institutionnels
- Présentation des aides régionales, départementales, nationales et européennes
- Accompagnement vers les interlocuteurs compétents

Indicateurs

- Nombre d'informations diffusées
- Nombre de professionnels accompagnés
- Nombre de demandes d'aides déposées suite à l'accompagnement
- Taux d'ouverture des newsletters



3 - Développer les partenariats

Objectif ***Créer une véritable communauté de destination***



Développer les partenariats avec les différents professionnels via des offres de services



Construction d’actions communes

- offres combinées
- opérations promotionnelles
- événements
- accueil presse
- accueil influenceurs



Indicateurs

1. Nombre de conventions de partenariat
2. Nombre d'actions communes réalisées
3. Nombre de partenaires actifs
4. Taux de renouvellement des partenariats

4 - La boîte à outils

Objectif *Faciliter l’accès aux ressources utiles au développement de la destination et des entreprises*



Kit d’accueil

Plans, infos ville, explore Saint-Cyr…



Photo/vidéothèque

Vidéos et photos de destination



Calendrier des animations / Guides pratiques

Envois hébdomadaires / Guides thématiques



5 - Développer la mise en réseau

Favoriser les synergies entre les acteurs locaux

- *Mise en relation entre professionnels*
- *Ateliers collaboratifs*
- *Groupes de travail thématiques*





Indicateurs

- *Nombre de mises en relation réalisées*
- *Nombre de membres actifs dans le réseau*
- *Nombre de projets collaboratifs initiés*
- *Taux de participation aux groupes de travail*

6 - Valoriser les pros grâce aux relations presse et à la communication

Accroître la visibilité des acteurs touristiques

Sélection des pros lors des accueils presse - Eductours - Accueil Influenceurs - Dossier et communiqués de presse - Réseaux sociaux - Reportages...















6 - Valoriser les pros grâce aux relations presse et à la communication

Indicateurs

Nombre d'articles publiés

Nombre de professionnels valorisés

Nombre d'accueils presse réalisés

Nombre d'influenceurs accueillis

Audience des publications






Sud Sainte Baume

SAINT-CYR

Le Frégate Provence vise l’excellence internationale

« Notre ambition est de devenir l’un des plus beaux resorts d’Europe », détaille le directeur général du complexe, dans le plan de rénovation où 7 millions d’euros vont être engagés.



7 - Mesurer et améliorer la relation avec les pros

Objectif

Inscrire l'animation dans une démarche d'amélioration continue

Actions

- Baromètre des attentes
- Comité consultatif des professionnels
- Bilan annuel de l'animation
- Plan d'amélioration partagé

Indicateurs

- **Taux de réponse aux enquêtes**
- **Niveau global de satisfaction**
- **Nombre de recommandations**
- **Nombre d'actions d'amélioration mises en œuvre**
- **Taux de fidélisation des partenaires**

Postionnement stratégique

Pour notre Office de Tourisme, l'animation des socio-professionnels doit dépasser la logique d'information descendante. Elle s'appuie sur une approche de gouvernance collaborative, où l'Office agit comme chef d'orchestre de la destination.

Cette stratégie poursuit trois finalités complémentaires

Créer de la valeur collective

en développant une culture de réseau et des projets communs

Accompagner la montée en compétence

pour améliorer durablement la qualité de l’offre

Renforcer l’attractivité et la notoriété de la destination

en faisant des professionnels de véritables ambassadeurs de la destination

Cette approche est aussi cohérente avec notre classification en Catégorie 1 et notre démarche qualité.

ATOUT FRANCE
L'Agence de développement touristique de la France

DESTINATION D'EXCELLENCE