



Communauté de Communes
Lanvallon Plouha

SCHEMA LOCAL DE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE

Contact / informations OFFICES DE TOURISME

5, Avenue Laënnec
22580 PLOUHA
Téléphone : 02.96.20.24.73
Fax : 02.96.22.57.05

E-mail : O-T-PLOUHA@wanadoo.fr

6, Place du Marché au Blé
22290 LANVOLLON
Téléphone : 02.96.70.12.47
Fax : 02.96.70.27.34

E-mail : o.t.lanvallon@wanadoo.fr

Blog : <http://www.cc-lanvallon-plouha.typepad.fr/sldt/>

RAPPEL DE L'AMBITION (du positionnement) : Devenir un **territoire Breton d'excellence** en matière de tourisme **maîtrisé et partagé**, dédié à une clientèle en quête de **bien-être et de ressourcements** et mettant en valeurs ses **vraies spécificités**.

RAPPEL DE L'ENJEU : excellence

RAPPEL DE L'AXE STRATEGIQUE : créer et animer un réseau (apprendre à travailler en réseau) qui assure une offre cohérente, complémentaire et visible sur tout le territoire et sur toute la saison.

FICHE ACTION N°1-1-2

Intitulé : Elaboration et commercialisation de produits touristiques en cohérence avec le positionnement

NIVEAU DE PRIORITE : élevé

IDENTIFICATION DU POTENTIEL ECONOMIQUE : fort

IDENTIFICATION DU POTENTIEL IMAGE : fort

RAPPEL DU CONTEXTE (état des lieux, constats, diagnostic)

Prestataires qui ne travaillent pas suffisamment en réseau, actions ponctuelles et isolées qui manquent finalement d'impact pour l'intérêt du territoire dans son ensemble. Les Offices de Tourisme n'ont actuellement pas l'autorisation de commercialisation ; pas de possibilité d'achat en ligne malgré l'essor de ce type de moyen d'organisation de séjour.

OBJECTIFS

- Doper la consommation des prestations correspondant au positionnement sur notre territoire
- Sécuriser le client qui souhaite se libérer des contraintes d'organisation de séjours
- Etre présents dans des catalogues de produits clés en main
- Etre réactifs face aux demandes de la clientèle.
- Proposer un panel de séjours (week-end, semaine, thématiques en lien avec le positionnement).

PROBLEMATIQUES A REGLER :

http://www.fnotsi.net/documents/JURIDIQUE/fiches%20juridiques/14-Fiche_juridique_Commercialisation_MAJ_11_janvier_2010.pdf

- Etudier le marché actuel concernant la demande pour cette forme de produits.
- Définir l'intérêt général : faciliter le séjour et l'accès aux prestations touristiques.
- Vérifier la non concurrence (carence du secteur commercial).
- Vérifier la zone géographique statutaire.
- Justifier d'une garantie minimum de 30 000 € pour les associations, organismes à but non lucratif et organismes locaux de tourisme (100 000 € pour les autres opérateurs).
- Justifier d'une assurance garantissant les conséquences pécuniaires de la responsabilité civile professionnelle.
- Vérifier que le représentant de l'Office de tourisme remplit les conditions d'aptitude professionnelle (http://www.franceguide.com/GetV4FO/Registres_Immatriculations/ROVS/pages/aptitude_professionnelle.html).
- L'activité commerciale doit s'inscrire dans le cadre de l'objet statutaire de l'Office de Tourisme.
- Etude des éléments obligatoires sur un contrat de vente (**modèle fourni par l'OT de Saint Cast le Guildo**).
- Créer un réseau de prestataires (fiche actions Office de Tourisme : voir modalités de partenariat avec la structure qui sera choisie).
- Vérifier que les prestataires pressentis sont en règle.
- Temps à dégager sur un poste de commercial pour gérer ce dossier (négociations, vérification des disponibilités, préparation des contrats de vente, marketing,...).

DESCRIPTION DE L'ACTION

- Présentation de la démarche au Conseil Communautaire et au sein de l'Office de Tourisme.

- Présentation de la garantie financière minimum à prévoir au conseil communautaire pour vote.
- Si accord , demander des devis aux organismes qui peuvent apporter cette attestation financière (banques, compagnies d'assurances, ...).
- Demander des devis pour l'assurance garantissant les conséquences pécuniaires de la responsabilité civile professionnelle.
- Choix des organismes candidats par le conseil communautaire.
- Une fois les pièces rassemblées, dépôt du dossier auprès d'Atout France (frais d'immatriculation = 100 €).
- Création un réseau de prestataires (fiche action Office de Tourisme : voir modalités de partenariat avec la structure qui sera choisie).
- Définition d'une marge minimum sur la vente des produits par l'Office de Tourisme.
- Montage des packages (choix des produits avec convention après négociation avec les prestataires).
- Présentation au Conseil Communautaire et au sein de l'Office de Tourisme pour accord des élus.
- Préparation des contrats de vente.
- Plan de communication, mise en ligne internet,...

CIBLES VISEES

Internautas, clientèle de dernière minute.

RESULTATS ATTENDUS

- Augmentation de la fréquentation et de la consommation touristique sur le territoire.
- Présence du territoire sur le maximum de supports via la vente des séjours.

INDICATEURS D'EVALUATION

Nombre de séjours vendus.

CALENDRIER

2011 : étude des modalités de commercialisation via les informations Atout France et Comité Départemental du Tourisme.

2011 : si choix de la commercialisation directement par l'Office de Tourisme par les élus, début des démarches.

2012 : mise en place de l'outil.

FINANCEMENTS POSSIBLES

Collectivité.

ACTEURS DE L'ACTION (pilote + partenaires)

- Elus.
- Office de Tourisme.
- Atout France (<http://www.atout-france.fr/>).
- Partenaires locaux (propriétaires d'hébergements, prestataires de services de loisirs,...).