

OTN – Fédération Régionale des Offices de Tourisme de Normandie





# Notre démarche d'accompagnement

*Offices de Tourisme & Territoires de Normandie (OTN) propose d'accompagner les Offices de Tourisme et territoires adhérents à la fédération régionale, dans la définition d'une stratégie d'organisation pour répondre à la commande politique de la collectivité de tutelle.*

**L'objectif :** *avoir un OT opérationnel pour déployer les missions qui lui sont confiées.*

**Les thèmes abordés :** *les missions, la gouvernance, la forme juridique, les ressources humaines, les finances, les moyens techniques et les impacts du marché sur l'OT.*

**Le livrable :** *la définition du nouveau mode d'organisation.*



*Cet accompagnement est déployé à partir d'outils et méthodes que nous avons conçus avec des Offices de Tourisme pilotes, sous l'œil expert du cabinet Le Belvédère Conseil.*

*Au préalable, il faut avoir une commande formalisée par écrit de l'organe décisionnel de l'Office de Tourisme.*

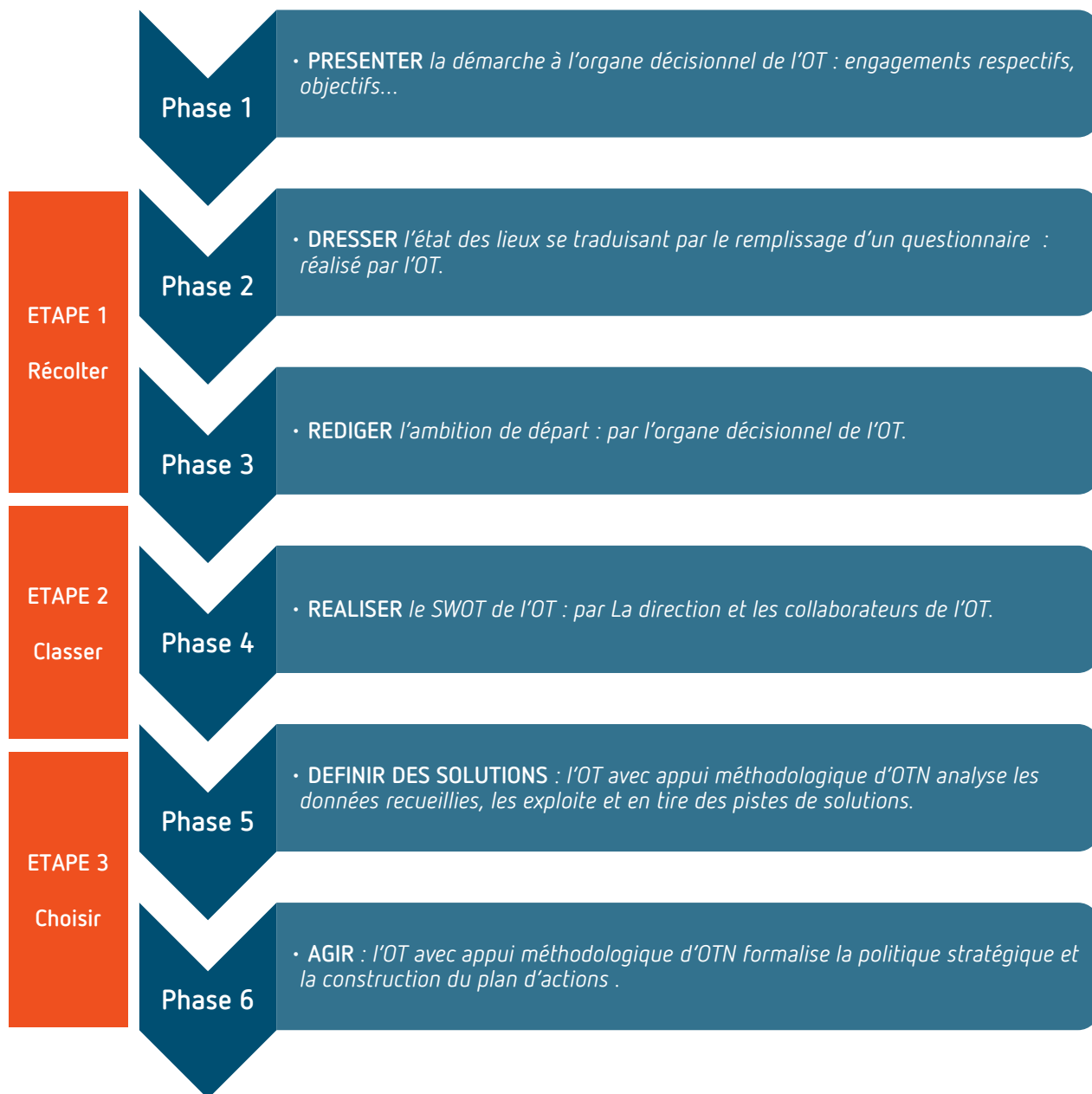
## Cadre de l'accompagnement d'OTN

*Cet accompagnement s'inscrit dans la lignée des actions portées par OTN auprès de son réseau: mise à disposition d'outils et méthodes permettant aux OT et à leurs collectivités territoriales d'établir leur diagnostic et de définir leur stratégie et leur plan d'actions. L'OT et sa collectivité demeurent les seuls décideurs et pilotes de leur stratégie.*

*Signature d'une charte d'accompagnement entre l'OT et OTN*

*Coût de l'accompagnement : 300 € net de TVA / jour*

# L'accompagnement étape par étape



# L'accompagnement étape par étape

## Etape 1 – RECOLTER

### Où en êtes-vous ? Faites votre état des lieux > Les FAITS

*Un état des lieux bien mené répond à la moitié des problématiques !*

#### Outils d'état des lieux transmis par OTN :

- Etat des lieux offre-fréquentation/Taxe de séjour
- Données générales liées au fonctionnement de l'OT
- Données liées aux actions de promotion/communication/web de l'OT
- Etat des lieux quantitatif RH
- Etat des lieux compétences RH
- Grille d'enquête clientèles du territoire (profils clientèles et dépenses visiteurs)
- Table de calcul des dépenses des visiteurs
- Positionnement du territoire/concurrence
- Trame d'enquête communication/promotion/image à destination des socio-professionnels

> Les techniciens OT/collectivité territoriale récoltent et/ou produisent les données nécessaires à l'établissement du diagnostic.

	A
1	OUTIL D'ETAT DES LIEUX - OTN
2	<b>ETAT DES LIEUX OFFICE DE TOURISME</b>
3	<i>Merci de répondre dans la ligne sous chaque question</i>
4	
5	<b>INFORMATIONS GENERALES</b>
6	Nom de votre Office de Tourisme
7	
8	Quel est le rôle de votre Office de Tourisme ?
9	
10	Quels sont vos clients?
11	
12	Quelles sont les missions actuellement assurées par votre structure?
13	
14	<b>GOVERNANCE</b>
15	Quel est le statut juridique de votre OT ?
16	
17	Quelle est votre zone de compétence?
18	
19	Nom de votre collectivité de tutelle
20	
21	Avez-vous une convention d'objectif signée avec votre collectivité ?
22	
23	Quelle est la composition de l'organe décisionnel de l'OT ? (précisez la répartition du nombre de socio-professionnel, élus..)
24	
25	Votre collectivité a-t-elle désigné un élu en charge du tourisme ?

The screenshot shows the ADVANSEEZ web application interface. At the top, there is a navigation bar with the logo 'ADVANSEEZ' on the left, and 'ME DÉCONNECTER' and 'MON COMPTE' on the right. Below the logo, there are icons for 'Q DÉCIDER' and 'AGIR'. The main content area is titled 'DÉFINITION D'UNE STRATÉGIE POUR LE FUTUR OTI D'ISIGNY-OMAHA'. Below the title, there is a subtitle: 'A L'OCCASION DE LA FUSION DES 3 OTI D'ISIGNY/GRANDCAMP, OMAHA BEACH ET BALLEROY/LE MOLAY-LITTRY, LES ÉLUS SOUHAITENT DOTER LE NOUVEL OT D'UNE POLITIQUE STRATÉGIQUE ET ...'. A blue progress bar with six steps is shown: SUJET, FAITS, GROUPES, SOLUTIONS, STRATÉGIES, and OBJECTIFS. Each step has a checkmark icon. Below the progress bar, there are input fields for 'Organisation : UDOTSI Calvados' and 'Pilote : Vous même'. There is also a 'Nom :' field containing 'Définition d'une stratégie pour le futur OTI d'Isigny-Omah'. A 'But de la réflexion :' field contains the text: 'A l'occasion de la fusion des 3 OTI d'Isigny/Grandcamp, Omaha Beach et Balleroy/Le Molay-Littry, les élus souhaitent doter le nouvel OT d'une politique stratégique et définir les modalités d'organisation opérationnelle (mode de gestion, rh, finances, matériel)'. On the right side, there is a user profile for 'EMMANUEL TRICOIRE Pilote' with a 'Résumé' and 'Rapports (1)' section. Below that, there is a 'DATE BUTOIR' section with '31 Dec 2016' and a 'COLLABORATION' section with 'Emmanuel Tricoire' and a 'Nouveau membre' button.

Cet outil accessible en ligne avec login et mot de passe : <http://www.advanceez.com/fr/> permet à l'OT :

- De formaliser sa réflexion globale
- De classer les faits issus de l'état des lieux réalisé en amont
- De réaliser son SWOT, permettant de formuler les problématiques (forces, faiblesses, menaces, opportunités)

# Des outils pour chaque étape

## Etape 3 – CHOISIR

A l'appui du SWOT, OTN accompagne l'OT dans l'identification de solutions.

OTN propose une trame de mise en forme des objectifs et du plan d'actions :

- Formalisation des objectifs
- Déclinaison des objectifs en actions
  - > Qui fait quoi ?
  - > Dans quels délais ?
  - > Quels sont les moyens alloués ?
  - > Quels indicateurs d'évaluation de l'action ?
  - > Quels résultats ?

Objectifs	Actions	Cibles									Responsable (s)
		Résidents secondaires	à héberger	Familiales	Groupes	étrangers	locaux	équipe interne	élus	Socio-pro	
Améliorer la visibilité des prestataires sur le web	Améliorer la visibilité des prestataires sur le web									x	ANT
Améliorer la notoriété et l'image de la destination											
Améliorer la satisfaction du client	mettre en place l'écoute clientèle	x	x	x	x	x	x				RAQ





**Emmanuel TRICOIRE**

**02 72 88 02 44**

*[etricoire@ottnormandie.fr](mailto:etricoire@ottnormandie.fr)*