

2023-2025 POLITIQUE STRATÉGIQUE



SOMMAIRE

- 01 Carte d'IDENTITE
- 02 Les ENJEUX
- 03 Les AXES STRATEGIQUES
- 04 Les engagements QUALITE

CARTE D'IDENTITÉ

L'Office Municipal de Tourisme de La Forêt-Fouesnant existe en tant qu'EPIC (Etablissement Public à Caractère Industriel et Commercial) depuis le 19 avril 2000.

- Il est classé en catégorie I depuis mars 2021,
- et détenteur de la marque d'Etat "Qualité Tourisme" depuis juin 2016.

Ses actions sont menées en cohérence avec la convention d'objectif qui le lie à la commune de La Forêt-Fouesnant, la convention de partenariat avec la Communauté de Communes du Pays Fouesnantais et les moyens humains et financiers qui lui sont attribués.



LES ATOUTS

LES FAIBLESSES

La destination

- Une économie forte
- Une destination reconnue
- Une station classée de tourisme
- Une appartenance à La Riviera Bretonne

- Manque de notoriété
- Développement du hors saison

L'office de tourisme

- L'implantation de l'office de tourisme au cœur de la station
- Un travail collaboratif avec les OT de Fouesnant et de Bénodet et la communauté de communes
- Un OT engagé dans des démarches de progrès (démarche Qualité, Tourisme et Handicap)

- Des moyens financiers et humains limités

LES ENJEUX

Face à l'importante évolution de l'économie touristique de ces dernières années, au changement du profil et des exigences des visiteurs, l'office de tourisme doit s'adapter à ces transformations afin de faire valoir la plus-value de ses services et rester un acteur incontournable œuvrant à la qualité du séjour des visiteurs sur le territoire.

Les objectifs retenus s'orientent vers le développement d'une politique touristique qualitative et un renforcement du lien avec les partenaires institutionnels et professionnels. Ces objectifs découlent de plusieurs constats :

- Le manque de visibilité du territoire à l'échelle nationale,
- l'existence de nombreux talents locaux répondant aux nouveaux centres d'intérêt de la clientèle,
- l'existence d'un riche patrimoine naturel dont la valorisation peut conduire au développement du tourisme hors saison,
- la nécessité de continuer à adapter l'accueil aux nouvelles exigences des visiteurs en faisant monter les compétences en interne.

Ces objectifs se déclinent en 4 axes principaux et se développent à travers un plan d'action bisannuel validé par le Comité de Direction de l'Office de Tourisme.



LES 4 AXES STRATÉGIQUES



RENFORCER LA VISIBILITÉ ET L'ATTRACTIVITÉ DE LA DESTINATION

- Développer les actions de communication en concertation permanente avec "La Riviera Bretonne"
- Développer les partenariats avec Tourisme Bretagne et Finistère 360°, et travailler à mieux cibler le choix des canaux de communication
- Participer aux actions de la Destination "Quimper Cornouaille"
- Poursuivre le travail de qualification de la communication sur les réseaux sociaux et le site Internet en proposant une information de séjour
- Travailler à orienter l'offre en fonction des nouvelles exigences des visiteurs et plus particulièrement vers :
 - le patrimoine naturel,
 - la gastronomie,
 - les circulations douces
- Cibler en priorité la clientèle de proximité

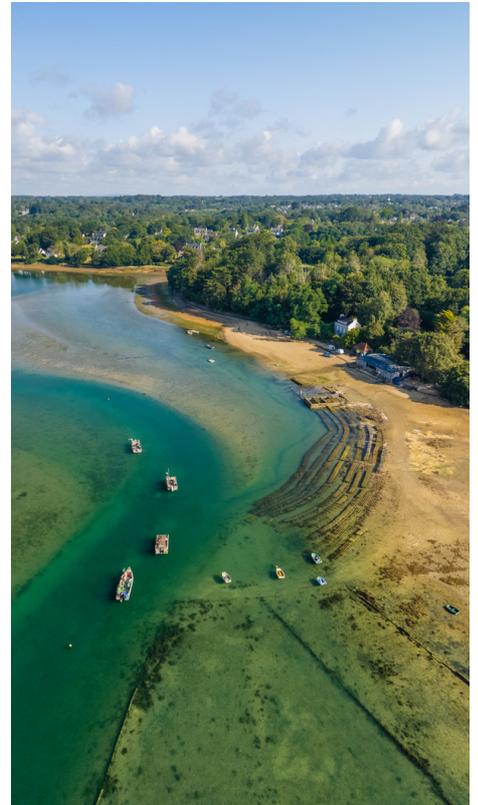


AMÉLIORER LE SÉJOUR DES VISITEURS

- Améliorer en permanence les conditions d'accueil dans les locaux de l'office de tourisme pour tous les publics (marque Tourisme et Handicap...)
- Améliorer la visibilité de l'information sur le site Internet et les réseaux sociaux
- Travailler à améliorer l'accueil hors saison notamment à travers l'offre des animations
- Continuer à développer les services tels que les billetteries
- Continuer à mettre en avant les offres des socioprofessionnels et leur démarche
- Traiter les remarques orales et les réclamations écrites

RENFORCER LES ACTIONS À L'ÉGARD DES PARTENAIRES TOURISTIQUES LOCAUX

- Rester à l'écoute des besoins et proposer des accompagnements en adéquation avec la demande des partenaires
- Choisir des formations du personnel permettant d'améliorer l'accompagnement
- Poursuivre la sensibilisation à la qualité, assurer un appui technique
- Mettre des outils à disposition des partenaires afin d'optimiser leur communication
- Sensibiliser à l'accueil hors saison
- Agir auprès des institutionnels qui peuvent apporter une aide complémentaire (accueil des saisonniers, tourisme économique...)
- Promouvoir les savoir-faire locaux



OPTIMISER L'ORGANISATION INTERNE ET DÉVELOPPER LES COMPÉTENCES

- Développer les formations au service de la qualité et des partenaires
- Améliorer la gestion des flux en cœur de saison
- Continuer à améliorer les conditions de travail au quotidien
- Optimiser l'offre et la mise en valeur de la boutique de produits locaux



Depuis de nombreuses années, l'office de tourisme s'attache à mettre en œuvre une politique qualité visant à la satisfaction de l'ensemble de ses visiteurs, partenaires et interlocuteurs. Cet engagement est également motivé par la volonté d'améliorer les conditions de travail de l'équipe de l'office de tourisme et de valoriser le savoir-faire et l'expertise des différents collaborateurs.

Entretenir la marque Qualité Tourisme apparaît donc comme la concrétisation d'une détermination de l'équipe de l'office de tourisme, de la collectivité et des acteurs locaux du tourisme à placer la qualité de l'accueil des visiteurs comme une priorité.

LES ENGAGEMENTS QUALITÉ

INTERNES À L'OT

- Organiser la communication interne de manière à permettre à tous, individuellement et collectivement de bien connaître les objectifs et les actions prioritaires.
- Faciliter l'accès à la formation individuelle afin de permettre au personnel de développer de nouvelles compétences et d'améliorer sa polyvalence.
- Impliquer l'ensemble du personnel autour de la démarche Qualité.
- Gérer les suggestions et réclamations : analyse et synthèse des indicateurs Qualité.



ENVERS LA COLLECTIVITÉ

- Développer la notoriété et améliorer l'image de la destination en y associant l'ensemble des partenaires touristiques du territoire et ainsi participer à son développement économique.
- Assurer la mission de service public de manière professionnelle.
- Obtenir la reconnaissance de la collectivité par le renouvellement de la marque Qualité Tourisme.



ENVERS LES INSTITUTIONNELS DU TOURISME

- Contribuer à la base de données départementale Tourinsoft.
- Communiquer les chiffres clés de la destination.
- Soigner la qualité de l'accueil des médias.



ENVERS LES SOCIOPROFESSIONNELS

- Travailler en collaboration avec les acteurs touristiques locaux.
- Entretenir un échange et une écoute permanents.
- Assurer un accompagnement et des conseils dans leurs projets.
- Nourrir une réflexion partagée sur la destination.
- Favoriser leur implication dans les démarches de promotion.

ENVERS LES VISITEURS

- Améliorer l'accessibilité de l'office de tourisme aux personnes en situation de handicap : mise aux normes des locaux pour les 4 handicaps, formation du personnel.
- Garantir la qualité des lieux : propreté, confort...
- Assurer un accueil personnalisé et chaleureux : personnel à l'écoute et disponible, accueil dans la langue du visiteur, limitation du temps d'attente...
- Proposer une information touristique claire, précise : ciblage des attentes.
- Optimiser la gestion et la diffusion de la documentation : affichage, documentation en libre-service, mise à jour des supports numériques...
- Proposer des services complémentaires : accès wifi, développer la boutique...



DE LA HIERARCHIE

Je soussignée Françoise Chapalain, en qualité de dirigeante qualifiée m'engage à mettre tous les moyens en oeuvre pour la pérennisation de la marque Qualité Tourisme et ainsi remplir les objectifs fixés.

Je confirme Emmanuelle Donio au poste de référente Qualité pour assurer le suivi de la démarche.

Fait à La Forêt-Fouesnant, le 02/01/2024

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'F. Chapalain'.