



# RAPPORT D'ACTIVITÉ 2019

FÉDÉRATION RÉGIONALE  
DES OFFICES DE TOURISME  
Provence-Alpes-Côte d'Azur



Fédération Régionale  
Offices de Tourisme  
Provence  
Alpes  
Côte d'Azur

[www.offices-tourisme-sud.fr](http://www.offices-tourisme-sud.fr)

# ÉDITO

2019 : L'ANNÉE DES RÉFORMES !

## POUR UNE REPRÉSENTATIVITÉ RÉELLE DU RÉSEAU :

À l'heure de tirer le bilan de l'année 2019, il est bon de se remettre dans le contexte d'alors. En effet, il ne faudrait pas que les grandes difficultés de 2020, liées à la crise sanitaire du COVID-19, fassent oublier celles de l'année dernière qui fut une année de grand trouble dans le domaine de la formation notamment. Mais afin de pouvoir nous projeter avec optimisme dans l'avenir de l'après-covid, il est important de revenir également sur les réussites de 2019. Nous pouvons en tirer enseignements et expérience sur lesquels nous devons capitaliser pour passer au-dessus des prochaines difficultés. Celles-ci s'annoncent nombreuses pour le tourisme et plus globalement pour l'équilibre économique et social de notre pays et dans le monde.

Pourquoi ce préalable avant d'aborder le bilan de l'année écoulée ?

La refonte totale de l'organisation et du financement de la formation professionnelle en France a contraint la Fédération Régionale, pour la première fois, à annuler et réorganiser la totalité de son plan d'action dès le 22 Mars 2019.

Les difficultés introduites par cette réforme dans la disponibilité des dispositifs de financement d'abord et l'appropriation de ces dispositifs quand ils ont été disponibles ensuite, ont entraîné un important retard dans la capacité des Offices de Tourisme à s'engager dans des projets de montée en compétence et de formation.

La Fédération Régionale dont le modèle économique repose, certes sur les cotisations, mais aussi et surtout sur la mise en œuvre du Plan Régional de Formations Collectives a été impactée par le changement d'opérateur de compétence (OPCO)



qui a provoqué une suspension des paiements des actions préalablement réalisées. C'est seulement au mois de Septembre 2019 que ces paiements ont été débloqués.

Pour les actions qui avaient été prévues, une baisse de la consommation des dispositifs de formation par les Offices de Tourisme et partenaires entraîna de fait une baisse proportionnelle de notre capacité d'autofinancement en 2019.

Ces deux conséquences malheureuses ont pu être gérées, d'abord, par l'extrême réactivité des équipes qui ont réalisé pas moins de quatre programmations de formation là où les autres années, une seule, annuelle, suffisait.

Ensuite, par une gestion et une anticipation qui ont permis de faire face aux difficultés financières d'un organisme de formation qui, durant une période de l'année au moins, a dû tourner au ralenti. Le management de l'association a optimisé toutes les ressources qui pouvaient l'être tout en préservant le taux de réalisation du plan d'action prévisionnel. La gouvernance quant à elle, sous l'impulsion du Président, demandait, dès le mois d'août et afin d'anticiper une assiette subventionnable que nous redoutions de ne pas atteindre, à ce que celle-ci soit abaissée. Ceci pour ne pas subir une double peine : celle de recettes formations en baisse du fait de la réforme, accompagnée d'une proratisation de la subvention annuelle pour non-atteinte de l'assiette subventionnable, du fait des recettes en baisse.

Fort heureusement et comme vous pourrez le constater à la lecture du rapport d'activité 2019, l'engagement sans faille de chacun a permis de minimiser les impacts, aussi bien sur la réalisation du plan d'action prévisionnel que sur l'atteinte de l'assiette subventionnable.

Concernant ce dernier point, et même si le montant initial porté au dossier de demande de subvention a, malgré les difficultés rencontrées, finalement été atteint, je tiens ici à saluer et remercier la confiance et le soutien apporté par notre partenaire financeur le Conseil Régional Provence-Alpes-Côte d'Azur, ses élus, ainsi que ses agents.

Nous avons dû faire face également aux autres programmes de réforme en 2019 :

- La fusion des branches professionnelles dont celle des Organismes de Tourisme
- La réforme de la taxe de séjour
- La refonte des référentiels de classement des communes et intercommunalités
- La refonte des référentiels de classement des Offices de Tourisme
- La refonte des référentiels de la Marque Qualité Tourisme® et Tourisme et Handicap
- ...

Heureusement que l'équipe de la Fédération a anticipé ces risques et mutations en menant d'importants travaux ces deux dernières années et a pu, donc, en 2019 déployer le résultat de cette ingénierie renouvelée.

Nous avons tout mis en œuvre afin que cette ouverture vers une nouvelle ère puisse ensemble nous permettre de relever, pour le réseau et avec le soutien de l'Institution Régionale, de nouveaux défis au service de l'économie touristique de notre région.

Je tiens à souligner que pour que cela soit possible, nous avons besoin d'institutions fortes et que c'est bien le cas de la Fédération Régionale des Offices de Tourisme. Cette année encore, le budget prévisionnel est atteint, les comptes positifs, la trésorerie disponible pour l'engagement des actions prévues et le plan d'action prévisionnel réalisé.

À l'heure où nous rédigeons ce rapport moral d'activités, nous constatons que ces réorganisations, ces évolutions nécessaires, certes, face à la mutation de nos métiers et notre adaptabilité, bouleversent nos habitudes et méthodes de travail, mais nous permettent, aujourd'hui, d'être pro-actif pour être encore plus près de notre réseau dans l'accompagnement face à la crise sanitaire sans précédent à laquelle nous sommes tous confrontés.

*« Je suis convaincu que c'est ensemble que nous vaincrons cette pandémie qui touche durement nos vies sans parler de notre économie touristique et mondiale et que nous serons acteurs de la relance aux côtés de nos partenaires qu'ils soient institutionnel ou acteur de l'économie marchande. Soyons ensemble, le poumon de l'attractivité Touristique de nos territoires et de notre Région ».*

**Christian MOURISARD,**  
Président Fédération Régionale des Offices de tourisme Provence-Alpes-Côte d'Azur et Président d'Offices de Tourisme de France.



5 AXES  
POUR ACCOMPAGNER  
LES OFFICES DE TOURISME  
DANS LA TRANSITION &  
LE CHANGEMENT POUR  
L'ATTRACTIVITÉ ÉCONOMIQUE  
ET TOURISTIQUE DE LA RÉGION  
PROVENCE-ALPES-CÔTE D'AZUR





## **AXE 1**

### **EMPLOI & FORMATION**

- Une réforme totale de la formation professionnelle

Un organisme de formation moderne et efficace

Bilan du Plan de Formation 2019

La FOAD et le microlearning

## **AXE 2**

### **NUMÉRIQUE & ETOURISME**

- Le plan de formation, les résultats 2019

Accompagnement de la Région pour le déploiement des outils numériques mis à disposition du réseau : SIT Régional & GRC - Journée Club Etourisme et événements régionaux –

## **AXE 3**

### **QUALIFICATION DU RÉSEAU**

- Accompagnement aux marques d'Etat Qualité Tourisme – Tourisme & Handicap – Destination pour tous – Qualification de l'offre : Chambres d'hôte Référence & classement des meublés de tourisme.

Animation du réseau des Référents Qualité Tourisme, Participation à la commission nationale QT

## **AXE 4**

### **OBSERVATOIRE & PROSPECTIVE**

- Le Club des Indicateurs en Région – Outil National d'Indice de Touristicité

Travaux Offices de Tourisme du Futur : identification de nouveaux métiers

## **AXE 5**

### **COMMUNICATION & REPRÉSENTATION DU RÉSEAU**

- Animation réseau : Communication E.journal de la Fédération, animation site web, organisation Road Tour des Départements – Relai de la Communication de la Région – CRT

Une participation active aux commissions régionales : Eco Tourisme, Cotech Apidae, CRGM, etc...

Une implication dans les commissions Nationales : Formation, Qualité, Relais Territoriaux

## **ANNEXES**

# AXE 1

## EMPLOI & FORMATION

### UNE RÉFORME TOTALE DE LA FORMATION PROFESSIONNELLE

2019 a été l'année du grand chamboulement législatif concernant la formation professionnelle en France. La loi du 05 Septembre 2018 « Pour la liberté de choisir son avenir professionnel » a mis en branle l'ensemble du secteur à l'échelle nationale. Parmi les principaux impacts de cette loi, l'avènement de 11 OPCO (Opérateur de Compétences) en lieu et place des 22 OPCA (Organisme Paritaire Collecteur Agréé). Ce n'est pas un simple changement de nom mais une totale refonte des missions de ces organismes qui est induit par cette loi. Par ailleurs, l'ensemble des branches professionnelles de France ont dû se déterminer sur le choix de leur nouvel OPCO. Précédemment chez l'OPCA AGEFOS-PME, la Branche Professionnelle des Organismes de Tourisme a fait le choix, le 15 Mars 2019, de se tourner vers l'AFDAS. Ce changement d'opérateur a mis en suspend l'ensemble des plans d'actions formation de la branche, dont le nôtre. De fait, le 22 Mars 2019 et pour la première fois, la Fédération Régionale avait dû, à son corps défendant, annuler son plan de formation. En effet, au 30 Mars, les financements seraient suspendus.

Afin de tout de même répondre aux besoins de montée en compétence des Offices de Tourisme, et atteindre les objectifs posés dans son plan d'action prévisionnel, la Fédération Régionale a redoublé d'effort et programmé pas moins de 4 plans de formation durant l'année, là où un seul est d'habitude nécessaire. C'est au prix de cette extrême réactivité et de l'investissement total des équipes que nous avons pu répondre à l'immense majorité des besoins qui ont été exprimés.

Cela se retrouve d'ailleurs dans les chiffres. Un seul indicateur reste stable, celui du nombre de sessions de formation réalisées. Ceci atteste d'une programmation qui est restée dense et a permis de couvrir un maximum de besoins par le déploiement d'une grande variété de thématiques et de dispositifs. En revanche, tous les autres indicateurs sont en baisse, ce qui est révélateur de l'ampleur des bouleversements subis. Interruption du plan de formation entre le 22 mars et le 1<sup>er</sup> Septembre pour non-disponibilité de conditions

stables de financement ; inconnues, incertitudes liées aux nouveaux dispositifs mais aussi manque de temps et de recul, n'ont pas toujours permis aux organisations de déployer le plan de formation de leurs agents dans les meilleures conditions.

#### Un organisme de formation moderne et efficace

2019 fut la première année pleine de fonctionnement de l'organisme de formation de la Fédération Régionale avec son logiciel de gestion spécialisé.

#### Pour rappel cette technologie c'est :

Pour la Fédération Régionale

- Gestion complète de l'organisme de formation
- Depuis l'émission et la mise à disposition de l'offre, jusqu'à l'établissement du Bilan Pédagogique et Financier
- Un gain substantiel de productivité
- Une meilleure gestion qualité des process administratifs
- Plus de temps pour personnaliser les services d'accompagnement des compétences

#### Pour les Offices de Tourisme et les partenaires

De nouveaux services en ligne :

- Inscription multi formations en ligne
- Vision claire et à jour des formations disponibles
- Réception de l'ensemble des documents par emails dans des délais records (Convention, convocation, attestation, questionnaires qualité...)

De nouveaux services + :

- Bilan annuel de formations suivies auprès de la FR. OT
- Un suivi à jour des inscriptions et participations passées et à venir
- Une fois le formulaire en ligne rempli, la Fédération s'occupe de tout !

## BILAN DU PLAN DE FORMATIONS 2019

En 2019, la Fédération Régionale des Offices de Tourisme a engagé plus de 190 000€ de dépenses pour l'organisation du plan régional de formation collective. C'est à peine 20 000€ de moins que ce que prévoyait le prévisionnel (conçu en septembre 2018) ce qui est une grande performance si l'on considère que les principaux mois de formation (de début Mars à fin Juin) n'ont pu être exploités. C'est en effet tous les ans la période où le nombre de formation est le plus important, période durant laquelle les financements n'étaient pas accessibles cette année-là.

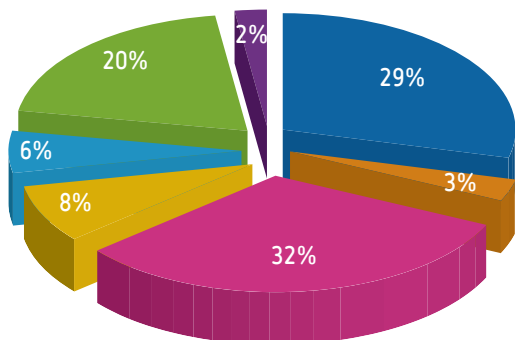
Sur la totalité des formations qui ont été déployées dans l'année, la Fédération Régionale peut afficher un taux de satisfaction globale de 91% ce qui est, compte tenu des conditions d'organisation difficiles un résultat très positif. Ce bon taux de satisfaction est une moyenne des 86 sessions de formation, représentant plus de 680 stagiaires dans l'année, à qui ont été posées plus de 7500 questions liées à leur satisfac-

tion. L'essentiel de ce qui constitue cette satisfaction élevée concerne les contenus, les intervenants ainsi que l'utilité de la formation par rapport aux postes occupés. Ce sont des indicateurs forts qui attestent de la qualité d'ingénierie pédagogique de notre organisme de formation.

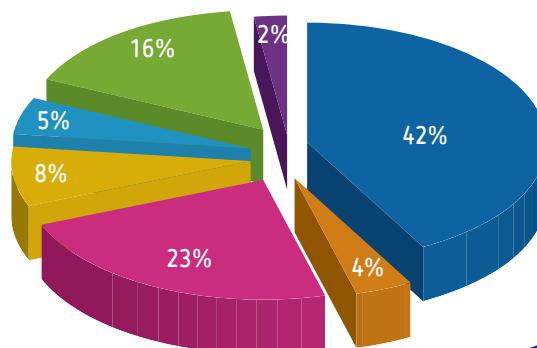
Toutefois, comme cela était précisé en introduction de ce chapitre, ce n'est pas moins de 86 sessions de formation, en inter-entreprise majoritairement mais aussi in situ pour des formations intra-entreprise, qu'a déployé la Fédération Régionale en 2019.

Côté répartition thématique, le trio de tête est tenu par l'Étourisme (32% des heures-stagiaires) l'Accueil (29% des heures-stagiaires) et la Qualité/Accessibilité (20% des heures-stagiaires), suivis par le Management, le Marketing, le Commercial et la Vente et enfin les Stratégies de Territoire.

Nombre d'heures stagiaires



Nombre de sessions de formation



- Accueil
- Commercial, Vente
- Étourisme
- Management
- Marketing - Communication
- Qualité - Accessibilité
- Stratégie de Territoire

Cette répartition est très révélatrice à la fois des métiers et des enjeux liés à leur constante évolution dans les Offices de Tourisme. Accueil, Etourisme, Qualité/Accessibilité sont en effet les missions phares des Organismes Locaux de Tourisme dans le paysage institutionnel touristique.

En matière d'Accueil la priorité a été donnée aux « pratiques et services d'accueil à valeur ajoutée », à l'élaboration et déploiement de « SADI – Schéma d'Accueil et de Diffusion de l'Information » mais aussi à la « Gestion de la Relation Client » avec notamment le soutien au déploiement de la technologie régionale AVIZI. Concernant ce dernier, ce n'est pas moins de 18 sessions de formation qui ont été organisées sur les modules Administrateurs, Utilisateurs et Marketing.

En matière de Etourisme la priorité a été donnée à l'éditorialisation de l'offre touristique des destinations sous l'angle du marketing expérientiel ainsi que des formations « post parcours certifiants ». L'ensemble de ces formations ont été organisées en tenant compte du déploiement toujours plus important de la base de données régionale APIDAE. Concernant cette dernière, ce n'est pas moins de 8 sessions de formation qui ont été organisées sur les modules de « Saisie et utilisation en Front Office » et de « Gestion des projets print et web ». La Fédération Régionale a ainsi soutenu les partenaires et notamment le Conseil Régional Provence-Alpes-Côte d'Azur dans ces efforts de déploiement régional de cette technologie structurante.

En matière de Qualité/Accessibilité la priorité a été donnée aux deux principales marques d'Etat présentes dans le réseau des Offices de Tourisme : la Marque Qualité Tourisme® et la marque Tourisme & Handicap® qui sont l'une comme l'autre une garantie de services délivrés par les structures auprès de leurs visiteurs. Les actions se sont également densifiées en 2019 concernant les formations de qualification de l'offre d'hébergement, notamment les formations au Classement des Meublés de Tourisme pour lequel la Fédération Régionale prépare les agents et les structures au passage de l'audit de certification.

## LA FOAD

La Fédération Régionale travaille en continu sur l'évolution de ses dispositifs de formation en intégrant notamment les nouveaux modes de transmission de connaissances/compétences. Le développement de la Formation Ouverte A Distance (FOAD) est au cœur de nos attentions afin de permettre au plus grand nombre de pouvoir se former dans des conditions d'organisation et d'accès à la formation facilités. En 2019, la FOAD a concerné deux programmes essentiellement, bien que d'autres modules, notamment les formations certifiantes qui s'étalent sur plusieurs mois, bénéficient de différentes modalités de formation, en présentiel et à distance en complément. Ces deux programmes sont « Le perfectionnement en langues étrangères » et le Micro-Learning Provence-Alpes-Côte d'Azur développé avec le Comité Régional Provence-Alpes-Côte d'Azur et les partenaires des marques.

## LES LANGUES ÉTRANGÈRES

Pour la 5<sup>e</sup> année consécutive, la Fédération Régionale des Offices de Tourisme a proposé dans son offre de formation, une formation en blended-learning (elearning + téléphone) de Perfectionnement en Langues Etrangères, thématique des plus importantes dans nos métiers du tourisme. Basée sur le contenu touristique en langue étrangère de notre région, régulièrement mis à jour par notre partenaire, cette formation permet de monter en compétence dans la maîtrise des langues avec une approche métier et tourisme qui rend cette formation extrêmement pertinente. Celle-ci a inclus pour la première fois en 2019 un examen final ouvrant à une certification internationale et par conséquent au financement via le Compte Personnel Formation des agents souhaitant certifier leur formation.



## LE MICRO-LEARNING PROVENCE-ALPES-CÔTE D'AZUR



L'accessibilité au Micro-Learning a été prolongée par le CRT Région Sud jusqu'à fin 2020. Cet outil est en accès libre sur simple inscription depuis son url :

<https://provencealpescotedazur.artips.fr/course>

Un support indispensable pour chacun des salariés en front desk pour s'approprier sa marque Monde Régionale de destination pour en faire l'une des valeurs ajoutées lors de l'accueil des clientèles étrangères accueillies.

Le micro Learning lancé le 20 février 2019 conjointement avec le Comité Régional de Tourisme Provence-Alpes-Côte d'Azur et nos partenaires a été conçu pour réussir l'accueil des quelques 1000 Tours Opérateurs provenant de 70 pays différents. Cet outil d'une heure et demie a été conçu pour être accessible par tous depuis un smartphone, une tablette ou un ordinateur au moment choisi et programmé en fonction de chacun. Un outil simple d'utilisation destiné aux territoires comme aux prestataires et socio-professionnels. Celui-ci a été conçu autour de deux chapitres. Chapitre 1, tronc commun : concernait la connaissance des clientèles étrangères ainsi que la stratégie de marque régionale. Le Chapitre 2, les marques mondes : était décliné par territoire de marque et offrait un module de formation spécifique à chaque marque monde autour de la connaissance de son marketing et de sa communication.

## AXE 2 NUMÉRIQUE & ETOURISME

79% des touristes Français partis déclarent avoir préparé leur séjour en ligne. Le web touristique regorge d'acteurs, certains petits, d'autres immenses, qui redoublent d'efforts pour capter leur part d'une audience toujours plus large.

Un accès toujours plus facilité par la poussée de l'internet qui permet de comparer les destinations et les offres facilement privilégiant des choix toujours plus expérientiels. La lecture et le dépôt massif d'avis en ligne qui influencent plus de 95% des touristes en ligne contribuent à rendre l'internet touristique indispensable avec un accès 24/7 à une information pléthorique, et un accès aux disponibilités en temps réel et aux meilleurs prix.

Si la croissance du secteur se tasse, elle était tout de même de 9% en 2019 pour représenter plus de 140 milliards d'euros de chiffre d'affaires pour la seule Europe soit 49% du total. Dans ce contexte ô combien concurrentiel, un géant du web tel que Booking dépense jusqu'à 4 milliards de dollars par an en publicité sur internet soit près d'un tiers de son chiffre d'affaires. À lui seul, il aura généré plus de 96 milliards de dollars sur sa plateforme représentant près de 845 millions de nuitées. Dans ce contexte, les Organismes de Gestion de Destination doivent tirer leur épingle du jeu. L'enjeu ? L'aménagement social des territoires par une économie touristique qui bénéficie aux habitants et aux entreprises, souvent des TPE. Les Offices de Tourisme sont souvent la porte d'entrée de ces territoires et l'importance de cet enjeu les pousse souvent à devoir se réinventer.

### LE PLAN DE FORMATIONS ETOURISME

Pour la 7<sup>e</sup> année consécutive, l'Etourisme sera la thématique de formation sur laquelle les Offices de Tourisme de la région se seront le plus formé et cela se voit dans les 2450 heures de formation qui ont été réalisées par la Fédération Régionale durant l'année 2019. Rapidement suivi par les thématiques d'Accueil, les Offices de Tourisme ont pris conscience de leur rôle et de leur impact dans la chaîne de valeur touristique en investissant massivement les thématiques de formation qui constituent des missions phares de nos organisations : Séduction, rassurance, information, conseil et prescription.

Ainsi, ce sont plus de **175 stagiaires** qui ont été formés au Etourisme en 2019, **plus de 320** si l'on y rajoute les formations au logiciel de Gestion de la Relation Client régional AVIZI, ce qui représente près de **30%** du nombre total de stagiaires, plus de **45%** en considérant les formations à la GRC en ligne.

La Fédération a notamment accompagné les Offices de Tourisme sur deux axes principaux issus des travaux sur l'Office de Tourisme du Futur : le marketing touristique expérientiel et l'éditorialisation de l'offre touristique. Ce sont plus d'une **trentaine de stagiaires**, représentant autant d'Offices de Tourisme qui ont participé à la formation « OT DU FUTUR : Désigner des « expériences touristiques » pour le web en 10 étapes » et qui ont enclenché la bascule vers une **éditorialisation expérientielle** de l'offre touristique de leur territoire.

Parmi les autres thématiques de formation emblématiques qui ont été conçues et déployées en 2019, nous pouvons citer la première formation post parcours certifiant intitulée « POST CMD : Optimiser mes publications organiques et payantes sur les réseaux sociaux » pour les Community Manager de Destination, ainsi qu'une formation « Refondre son site internet pour le rendre attrayant et performant » pour les Managers Numériques de Destination. En effet, voilà désormais quatre promotions de Chargé(e) de Projets Etourisme (niveau Bac +3) qui ont été déployées par la Fédération Régionale ce qui permet à la région d'être dotée d'un contingent de stagiaires diplômés suffisant pour proposer ces formations de niveau avancé.

### LE CHARGÉ DE PROJETS ETOURISME

En 2019, la Fédération Régionale des Offices de Tourisme a organisé la 4<sup>e</sup> promotion de Chargé de Projets Etourisme. Sur les bases du nouveau référentiel de compétences, désormais structuré en 5 blocs de compétences plutôt que 7, nous avons organisé dans ce cadre les formations des Coursus Assistance au Management Numérique de Destination, de Community Manager de Destination et d'Animateur Numérique de Territoire. C'est en effet autour de ces trois missions phares du Chargé de Projets Etourisme que nous organisons les formations.

À noter qu'en 2019, conséquence directe de la réforme totale de l'organisation de la formation professionnelle en France, cette quatrième promotion a bien failli ne jamais voir le jour du fait de la non-disponibilité des financements. Ceci a demandé un important travail de refonte des programmes et de réagencement des différents blocs de compétences afin de pouvoir proposer cette formation certifiante à cheval sur deux années : 2019 et 2020. Il ne s'agissait en effet pas seulement de repositionner des dates mais de véritablement reprendre l'ensemble du déroulé pédagogique afin que chaque bloc de compétences puisse être financé de manière optimale. Ce lourd travail a tout de même permis à l'ensemble des stagiaires qui souhaitaient suivre ce parcours de pouvoir le faire dans les meilleures conditions.

## RÉSULTATS 2019

24 agents des Offices de Tourisme de la Région Provence-Alpes-Côte d'Azur ont obtenu tout ou partie des blocs de compétences du Titre de Chargé de Projets Etourisme pour une durée totale de formation de 1365 heures. Ceci représente :

- 39 blocs de compétences obtenus selon les évaluations prévues par le référentiel
- 7 plans d'actions de stratégie de performance globale Etourisme créés
- 7 plans d'actions de stratégie d'animation des professionnels du tourisme créés
- 9 stratégies de contenu rédigées
- 24 campagnes marketing multicanal réalisées
- 24 outils de communication 2.0 créés
- 14 stratégies et outils de veille sectorielle et marketing créés

## FOCUS DATA



2019 sera l'année durant laquelle l'ensemble des départements de la Région Provence-Alpes-Côte d'Azur auront entériné leur bascule de Système d'Information Touristique

(SIT) sur le système interrégional APIDAE. Débutée en 2015, cette bascule de l'ensemble des différents SIT opérant dans notre région a franchi une étape importante en 2019 avec la bascule du système d'information des Bouches du Rhône, PATIO vers APIDAE.

La Fédération Régionale a soutenu cette politique régionale d'équipements numériques structurants par l'organisation de nombreuses sessions de formation dédiées. C'est en effet plus de 70 stagiaires qui ont été formés à travers près d'une dizaine de formations représentant plus 930 heures de formation organisées dans toute la région.



Ce soutien aux politiques régionales s'est également exprimé pour le Système de Gestion de la Relation Client régional AVI-

ZI. En 2019 ce ne sont pas moins de 145 stagiaires qui ont été formés au paramétrage, à l'utilisation front office et à l'utilisation marketing de ce système de GRC partagé. Ceci représente plus de 1000 heures de formation qui ont été organisées à travers près de 20 sessions de formation.



La Fédération Régionale a également soutenu le déploiement de l'outil partagé de Gestion de l'E-réputation Fairguest, en participant aux différents comités de pilotage organisés durant l'année et par une information régulière des Offices de Tourisme en lien étroit avec les partenaires, notamment le Comité Régional du Tourisme.

## ÉVÈNEMENTIEL ETOURISME

Après l'annulation de la 10<sup>e</sup> édition du salon Etourisme Voyage en Multimédia, la Région Sud avait fait le choix de soutenir l'événement Intodays organisé par l'Agence Résonance et le Groupe FG Design à Cannes au mois de Janvier 2019. Conçu autour d'une ligne éditoriale traitant de l'innovation touristique, la Fédération Régionale s'est jointe à l'ensemble des partenaires régionaux et nationaux pour soutenir l'émergence de ce nouvel événement en région. Participation active aux différents COPIL, assistance aux organisateurs sur la base de l'expérience acquise dans les différentes éditions de VEM, communication et animation mais aussi la participation à trois ateliers sur les sujets de : *Management des compétences, facteur clé de succès de l'innovation ? Le micro-learning: nouvel outil d'attractivité territoriale et L'Office du Tourisme du futur* – ont été nos principales contributions.

Malheureusement, cet événement n'a vu qu'une seule et unique édition organisée.

Face à ce constat et devant l'importance de maintenir une dynamique événementielle en région sur les sujets de l'Etourisme, la Fédération Régionale s'est portée candidate dès le mois de Juillet 2019 pour offrir son concours à l'organisation et au portage financier (plus de 140 000 €) de ce qui était jusque-là un *Side Event* de Voyage en Multimédia et qui avait eu un vif succès : **CM on The Beach, l'événement Content Marketing et Numérique dédié au tourisme**. Conçu avec les partenaires, notamment le Conseil Régional Provence-Alpes-Côte d'Azur, le Centre Expo Congrès de Mandelieu la Napoule, Provence Côte d'Azur Event et le Comité Régional du Tourisme, cette nouvelle édition devait avoir lieu en Mai 2020. Face à la crise sanitaire de 2020, cet événement sera finalement organisé en 2021. Rendez-vous vous est donc donné pour ce qui sera la 3<sup>e</sup> édition de CM on The Beach.



(\* Source pour le paragraphe d'introduction : Guy Raffour, Phocuswright

## AXE 3 LES DÉMARCHES DE PROGRÈS

L'année 2019 a été une année marquée par d'importantes évolutions en ce qui concerne les démarches de progrès pilotées par l'Etat. Ont en effet été dévoilés consécutivement, **la refonte du classement en catégorie des Offices de tourisme**, avec un allègement du nombre de critères et une bascule de 3 à 2 catégories ; suivi en fin d'année par le passage de 3 à 5 ans pour la validité de la Marque Qualité Tourisme™. Le Congrès du centenaire d'OTF à Reims, au mois de Septembre a été l'occasion de présenter **la nouvelle procédure d'attribution et de renouvellement de la Marque Qualité Tourisme**. Deux audits viennent à présent conjointement confirmer le droit d'usage de la Marque Qualité Tourisme. Un audit dit « complet » vient mettre en lumière les actions d'amélioration continue mises en place dans les services de l'OT mais aussi sur le plan managérial et un audit « mystère » permet de mettre davantage l'accent sur la qualité de l'accueil des visiteurs attendue en front office.

De profondes modifications qui n'ont pas été sans répercussion sur le travail au sein de la Fédération Régionale afin de vous accompagner au mieux dans l'intégration de ces changements dans vos Offices de Tourisme.

Comme tous les ans, mais particulièrement cette année donc, un volet spécifique de notre plan d'animation et de notre plan de formations ont été consacrés à l'accompagnement, l'animation et la promotion par la Fédération Régionale, des démarches de progrès et marques d'Etat associées.

**La participation à quatre Commissions Qualité Nationale OTF**, dans ce contexte de changement, a permis à votre Fédération Régionale de défendre vos intérêts mais également d'être force de proposition pour adapter au mieux les importantes transformations du nouveau référentiel MQT™ aux réalités du terrain. Ces travaux vont se poursuivre en 2020.

L'intervention lors du Forum Interactif du Tourisme de Saint Tropez de l'Agent de développement de la Fédération Régionale sur l'ensemble des démarches de progrès est venue mettre en lumière le rôle de coordination joué par l'OT pour accompagner l'ensemble des acteurs touristiques à l'échelle de son territoire de compétence vers des démarches de progrès permettant ainsi de tendre vers une destination d'excellence.

### LA FORMATION AU SERVICE DES DÉMARCHES DE PROGRÈS :

L'amélioration continue attendue par toute démarche de progrès, ne va pas sans la formation continue des personnes en charge du déploiement et de l'animation de ces démarches.

Ainsi la Fédération Régionale a proposé dans son plan de formation 2019 des thématiques spécifiquement fléchées Qualité telles que :

- **L'accompagnement de 5 jours à l'obtention de la Marque Qualité Tourisme™**, 9 Offices de tourisme et 15 Stagiaires ont pu bénéficier de ce parcours très complet.
- **L'optimisation de ses Bilans Qualité et des indicateurs liés**
- **La Journée CLUB RAQ** : Ce rendez-vous annuel très attendu, a réuni 28 Référent(e)s qualité. Cette journée consacrée à la qualité, a permis aux Référents Qualité (RAQ), de revenir sur les changements importants de la Marque Qualité Tourisme™ mais aussi de partager leurs expériences et leurs idées quant à la mise en place ou à l'optimisation d'outils de gestion de la Marque.



## L'ACCOMPAGNEMENT DES OFFICES DE TOURISME

Pour aider les OT à préparer au mieux leur audit, la Fédération Régionale a confirmé et renforcé son accompagnement MQT auprès des offices de tourisme, via deux dispositifs.

### 1- Un accompagnement personnalisé réalisé par la Responsable des Démarches Qualité.

Une journée de travail sur site avec les équipes a permis à 12 Offices de Tourisme de se préparer efficacement à l'audit en mettant en évidence les points à améliorer ou à retravailler. Un bon entraînement avant le jour J !

### 2- Un dispositif de soutien financier des OT dans leur démarche Qualité.

Votre Fédération prend en charge 40% du coût de l'audit initial ou de renouvellement. Cette aide financière vient alléger considérablement le budget alloué à l'audit et concrétise ainsi notre engagement à vos côtés.

### 3- Les Audits Conseils proposés par la Fédération Régionale :

12 Journées d'accompagnement ont été réalisées cette année par l'agent de développement.

## QUELQUES CHIFFRES CLÉS :

Marque Qualité Tourisme™ c'est :

Plus de 50 OT Marqués en Région Sud

Nombre d'audits en 2019 : 16 OT Marqués ou renouvelés

Participation financière de la FROT PACA aux coûts d'audit : 10 863€

### Tourisme & Handicap :



6 journées (3 modules) de formations ont été consacrées à la sensibilisation et à la formation du personnel d'accueil pour leur permettre de consolider leur label Tou-

risme et Handicap et de recevoir dans les meilleures conditions, des publics à mobilité réduite ou porteurs de handicaps.

L'OT d'Aix-en-Provence via 2 formations Intra a pu ainsi former tout son personnel d'accueil sur l'ensemble de ses sites.

## LA QUALIFICATION DE L'OFFRE D'HÉBERGEMENT

### Nouveauté 2019 ! Le club Hébergement

très attendu par les Offices de Tourisme agréés pour effectuer le classement des meublés de tourisme, cette journée a réuni 32 participants autour d'un volet juridique et fiscal et d'un 2ème volet sur la sensibilisation au Web Marketing.

Cette journée très dense avait pour objectifs de consolider d'une part, les connaissances réglementaires et techniques indispensables aux techniciens en charge du classement et en lien avec les loueurs de meublés et d'autre part, de leur permettre également une approche marketing créatrice de valeurs permettant une valorisation de leur accompagnement.

Cette journée ayant été plébiscitée par les OT, elle sera reconduite en 2020 pour devenir le rendez-vous annuel des référents en charge des qualifications de l'offre d'hébergement.

### La qualification des Meublés de tourisme

4 formations dont deux en Intra (pour l'OT Métropolitain de Nice et Ventoux Provence) ont permis à 9 OT de se préparer à passer l'audit pour devenir Organisme de classement agréé au classement des meublés de tourisme.

### La qualification Chambre d'hôtes Référence®

- 3 commissions Régionales de Qualification
- 1 formation (permettant à 6 OT d'entrer dans la démarche) était au programme de l'année.

Notamment grâce au travail d'animation et de suivi des dossiers qui arrivent à échéance, 38 structures ont été qualifiées dont 21 requalifications ce qui représente 115 chambres d'hôtes pour une capacité d'accueil de 280 personnes.

**La Taxe de Séjour :** dans un contexte mouvant, qui voit les textes législatifs se succéder, la Fédération a tenu à présenter aux techniciens les enjeux majeurs de la réforme, tout en les aidant à mettre en place une taxation sécurisée et optimisée.

Deux formations réunissant 22 stagiaires ont eu lieu :

- Les fondamentaux de la Taxe de séjour
- La sécurisation, l'optimisation et le recouvrement de la taxe de séjour



# AXE 4

## PROSPECTIVE & OBSERVATOIRE

### PROSPECTIVE

C'est depuis le point de vue de 2020 et sa grande crise sanitaire que nous regardons 2019 afin d'en tirer le bilan des actions et des résultats obtenus. Comment douter alors encore de l'immense besoin qu'ont les offices de tourisme de continuer le travail dans lequel ils se sont engagés de longue date dans l'adaptation voire la transformation de leurs métiers ? Car en effet, s'il est trop tôt et qu'il n'est pas l'objet de ce document d'analyser les impacts de la crise du covid-19 du côté de l'offre, il est tout de même des tendances du côté de la demande qui ont déjà fait l'objet de travaux de projection dans les différentes commissions prospectives, qu'elles soient nationales ou régionales et qui se confirment. Tout laisse à croire que la pandémie de 2020 va certainement accélérer le mouvement.

#### La participation aux travaux nationaux

En effet, nombreux ont été les travaux ces 3 dernières années sur l'avenir des organismes de gestion des destinations (OGD, ou DMO en anglais). Destination Next Futures Study sur le plan international, la commission prospective d'Offices de Tourisme de France à l'échelle nationale et les travaux engagés sur l'Office de Tourisme du Futur en région Provence-Alpes-Côte d'Azur par la Fédération Régionale des offices de tourisme, sont autant de visions partagées sur les changements qui s'opèrent. La génération Y, celle des millénials, remplace peu à peu la génération de leurs parents en nombre de nuitées générées et affirme ses codes de consommation. Conscience écologique, rationalisation de la consommation, accélération de la « e-life » (utilisation du numérique dans la vie courante), recentrage sur « son essentiel », le collectif associé à la solidarité et une évolution de la vision du travail, sont au cœur de ces bouleversements générationnels qui impactent les tendances de consommation dans le tourisme. Ces changements s'opèrent également dans les organisations touristiques et pas uniquement dans le secteur marchand.

La phase 2019 des travaux sur l'Office de Tourisme du Futur a en effet essentiellement consisté à identifier puis analyser des cas d'Offices de Tourisme qui avaient ou étaient en train d'engager un profond changement dans leur organisation. Ces cas concrets permettent d'illustrer le dynamisme du tourisme institutionnel dans sa capacité à se réinventer et confortent grand nombre des scénarii prospectifs qui ont tenté, en France et en Région, d'affirmer le rôle clé de nos organismes dans



la chaîne de valeur touristique. Les cas qui ont été analysés sont les suivants : le Comptoir des Loisirs d'Evreux (27), l'Office de Tourisme d'Aix-les-Bains (73), l'Office de Tourisme de Béthune-Bruay (62), l'Office de Tourisme du Kochersberg (27), l'Office de Tourisme du pays Ance-nis (44), l'Office de Tourisme du pays de Saint-Omer (62), l'Office de Tourisme de Serre-Ponçon (05) et l'Office de Tourisme Val de Garonne à Clairac (47)... des cas très différents qui révèlent l'hétérogénéité de nos organisations, de nos territoires et de nos destinations. Ces 8 cas ont été analysés sur la base des indicateurs suivants : volonté politique, management, stratégie touristique, opportunité du changement, environnement touristique, moyens engagés et ont permis de conforter les « 10 cas types » d'Offices de Tourisme de demain produits par la commission nationale prospective (à laquelle participe depuis 2017 la Fédération Régionale) et les « 47 actions/missions créatrices de valeurs » identifiées par la Fédération Régionale. Les 3 nouveaux métiers issus de nos travaux 2018, s'ils n'existent pas en tant que tels dans ces organisations, y auraient toute leur place puisque leurs missions y sont déjà pratiquées. Le résultat de ces travaux a été présenté lors du Congrès du centenaire d'Offices de Tourisme de France à Reims avec les interventions entre autres du Président et du directeur de la Fédération Régionale. Retrouvez les inspirations issues des 8 cas d'Offices de Tourisme qui ont conduit un travail pour la transformation de leur organisation : <http://officedetourismedufutur.fr/inspiration/>

## Les travaux en Région

C'est à l'occasion de son assemblée générale 2019 que la Fédération Régionale des Offices de Tourisme a présenté ses travaux. Les 3 métiers qui ont été identifiés sont :

- **Le designer d'expériences touristiques** dont le rôle consiste entre autres à animer la mise en œuvre du marketing de séjour, à favoriser par tous moyens de communication et particulièrement les moyens numériques, la transmission d'expériences touristiques fortes et à commercialiser les services en lien avec les expériences de séjour.
- **Le développeur networking** dont le rôle est d'asseoir une gamme de services de type « guichet unique » pour les réseaux professionnels et associatifs, de veiller au développement prospectif du territoire, de développer les dynamiques de réseaux et de mettre en œuvre des synergies.
- **Le data miner** (pilote d'attractivité) dont la compétence sur la gestion et la manipulation des données numériques doit permettre d'en piloter l'exploration et l'exploitation, de structurer et de coordonner la stratégie d'attractivité et d'en alimenter le plan stratégique et opérationnel de développement.

Nos travaux n'ont pas seulement consisté à produire les fiches descriptives de ces nouveaux métiers mais aussi et surtout à en produire les référentiels et la nomenclature. C'est sur cette base que de nouveaux dispositifs de formation ont pu voir le jour dès 2019 avec des formations spécifiques au design d'expériences (marketing expérientiel des destinations touristiques » et à la conduite du changement pour les managers d'Offices de Tourisme.

Les travaux 2019 ont également consisté en la conception d'un auto-diagnostic RH centré justement sur la capacité des managers à enclencher des changements importants dans leur organisation, soutenu par un guide managérial très complet comportant plus de 30 annexes et outils de gestion des ressources humaines.

## OBSERVATOIRE

En parallèle des travaux prospectifs sur l'Office de Tourisme du Futur, la Fédération Régionale des Offices de Tourisme continue son travail sur les dispositifs d'observatoire.

**La participation au Copil National sur le développement de l'outil PILOT (PILOT : Observatoire touristique et pilotage de l'activité des Offices de Tourisme) :**

Une commission pilotée par Mathieu DAUBON, OTF, dont l'essentiel des travaux ont été présentés à l'occasion d'un atelier du Congrès du Centenaire suivi par votre référent Régional sur PiLOT, Aline Collodello.

Cet outil va permettre de calculer l'indice de touristicité de son territoire, il sera mis à disposition des adhérents d'ADN Tourisme dès le printemps 2020.

PiLOT est un projet développé par la Commission Observatoire d'Offices de Tourisme de France et d'ADN Tourisme maintenant, en partenariat avec les organismes institutionnels et nationaux comme Atout France, l'Insee, ex. Tourisme et Territoires et Destination Régions, tous spécialistes de la saisie et de l'analyse de la donnée. L'objectif est d'obtenir une homogénéisation et harmonisation entre les différents types de données touristiques saisies et bénéficier ainsi, d'une fiabilité de saisie des données. Ce nouvel outil développé, sur la partie support technique opérationnel avec Nouveaux Territoires, prestataire retenu, fera suite à l'évolution du 1<sup>er</sup> dispositif mis en place dans le cadre du Club des Indicateurs (grille de saisie 2018 et 2019) par OTF en collaboration avec l'Université de Perpignan. L'objectif est de proposer aux Offices de Tourisme un outil garantissant une donnée d'analyse fiable, constante et comparable sur les ISEC (indicateurs sociaux économiques clés des structures OT) et les ITT (indicateurs touristiques de territoire communs à chacun des observatoires nationaux du tourisme). Il dispose d'un environnement ergonomique et convivial pour faciliter la saisie avec la possibilité à chacun d'établir son propre benchmark selon différents critères communs à sa structure ou sa destination.

L'objectif est de mesurer la performance et la capacité à progresser de sa structure pour faire progresser l'attractivité économique et touristique de sa destination.

Les résultats sont anonymisés au niveau National. Ce dispositif va être utilisé par ADN Tourisme pour montrer aux Instances Gouvernementales la part de l'économie touristique générée par les Organismes de Tourisme Institutionnels et permettre ainsi de mieux représenter et défendre le réseau.

## Les travaux en Région

En 2019, vous avez été 28 structures en Région à participer au dispositif de calcul de l'indice de Touristicité en utilisant la matrice Excel développée en 2017 par l'Université de Perpignan.

Nous sommes la Région qui a le plus grand nombre de structures ayant participé. L'analyse au niveau National a tardé à venir du fait de l'augmentation des participants au niveau National (144).

Nous avons prévu de vous faire la présentation des rendus en Région ainsi que la présentation du nouvel outil PiLOT à l'occasion de notre Assemblée Générale 2020. Du fait que celle-ci se déroule à distance nous avons jugé bon de reporter. Votre Fédération se tient à votre disposition pour faire l'analyse des résultats avec chacun de ceux qui ont participé en 2019.

Nous allons relancer la campagne de saisie courant de l'été sur la nouvelle plateforme très ergonomique.

Des formations à la saisie et à l'analyse vont être programmées à l'automne 2020 en distanciel.

# AXE 5 COMMUNICATION ET REPRÉSENTATION DU RÉSEAU

## COMMUNICATION & ANIMATION RÉSEAU

### Site Web

L'objectif pour 2019 a été de faciliter de façon optimale l'accessibilité au catalogue de formations proposé par la Fédération Régionale et son inscription en ligne aux cursus choisis. Pour cela, nous avons développé une intégration de l'outil catalogue en ligne proposé par notre progiciel de gestion de la formation et nous permettre ainsi une accessibilité au catalogue.

Ces outils complètent parfaitement l'animation des territoires réalisée par la FR. OT, la disponibilité de ses équipes et leur présence sur le terrain. Ils nous permettent d'enrichir la gamme de services proposée aux manageurs et RH des structures pour la gestion interne de leur plan annuel de formations et plan de carrière de leurs collaborateurs.

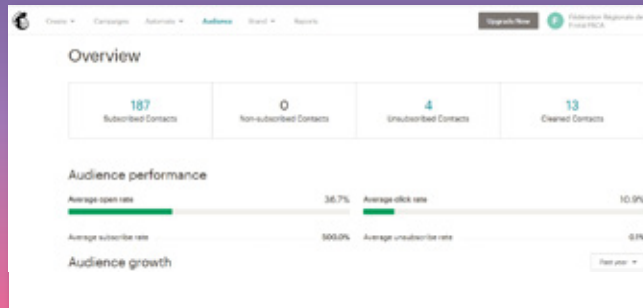


### QUELQUES CHIFFRES COMPARATIFS D'AVRIL 2018 À AVRIL 2019 ET D'AVRIL 2019 À AVRIL 2020

#### Site Web



#### Newsletters



À noter par ailleurs, que la communication digitale de la FR. OT est également complétée par une veille Etourisme en ligne largement consultée (1200 abonnés et 27000 vues) et une utilisation rationnelle d'outils collaboratifs en ligne (groupe de discussion et de partage, centre de ressources en ligne etc.)

## LA REPRÉSENTATION DU RÉSEAU ET DES INSTITUTIONS

- Optimiser la visibilité des Offices de Tourisme de Provence-Alpes-Côte d'Azur et de leurs savoir-faire et maintenir la forte représentativité de notre Région au plan national.
- Être le relais sur l'ensemble du territoire de Provence-Alpes-Côte d'Azur, des actions du service Tourisme Attractivité de la Région, notamment dans le cadre des axes du Plan de Croissance de l'Économie Touristique,
- Poursuivre la participation de la FR. OT Provence-Alpes-Côte d'Azur aux travaux et ateliers du Contrat de Destination Provence, Côte d'Azur, Alpes,
- Aux travaux des Filières Régionales Eco Tourisme et Vélo pour la partie accompagnement à la professionnalisation des acteurs.

### Représentation du Réseau

#### En Région

Cette année encore, que ce soit le Président, la Direction ou l'Équipe de la Fédération, nous avons été vos portes paroles à travers une participation active aux commissions régionales pilotées par nos partenaires le Service Attractivité et Tourisme, le Comité Régional de Tourisme Provence-Alpes-Côte d'Azur, les Agences Départementales, ou les organismes consulaires (CCI) et d'Etat (Direccte, Parcs Naturels Régionaux) :

- Commission Eco Tourisme (Service Attractivité et Tourisme + Parcs Naturels Régionaux + AD des Alpes de Haute-Provence),
- Commission Vélo & commercialisation (Service Attractivité et Tourisme + AD VPA),
- Cotech Apidae,
- Comité d'Experts Destinations infrarégionales (Service Attractivité et Tourisme),
- Convention annuelle des Maires Région Sud (La Région),
- Comité Régional d'Attribution et de Gestion de la Marque Qualité Tourisme (CCI R & Direccte),
- Commission d'Attribution de la Marque Tourisme & Handicap (Département Alpes-Maritimes et Var),
- Contrat de Destination Provence : en tant que copilote du Volet Accueil,
- Etc...



Christian Mourisard  
& Jean-Baptiste Lemoine  
Comité Interministériel du Tourisme

Dans le cadre de ses partenariats renforcés avec le Service Attractivité et Tourisme de la Région et le Comité Régional de Tourisme Provence-Alpes-Côte d'Azur, la Fédération est venue en relai de la communication publiée par ceux-ci à l'attention du réseau. Un seul objectif : renforcer l'image d'unité du réseau, le travail transversal réalisé tous ensemble au service du développement de l'économie touristique de notre Région et affirmer la représentativité de notre réseau des Offices de Tourisme Provence-Alpes-Côte d'Azur.

#### Au National

- 2019, le Congrès du Centenaire Offices de Tourisme de France :  
Ce fut l'occasion pour toute l'équipe de la Fédération Régionale de participer au Congrès des Offices de Tourisme qui s'est déroulé à Reims du 20 au 25 septembre 2019. Une participation active sur l'ensemble des ateliers et séminaires qui nous a permis de vous faire un retour d'actualité sur les travaux et les projets menés par le National :
  - L'observatoire Pilot,
  - Les impacts de la réforme de la formation,
  - Le rôle d'un Relais Territorial,
  - Développement durable & l'Office de Tourisme,
  - L'OT pilote de la stratégie d'innovation sur son territoire,
  - La 3 F : Fusion des 3 Fédérations Institutionnelles du Tourisme,
  - Séminaire : la transformation de la relation client,
  - La séquence inspirante : Les OT du Futur,
  - Le monde de demain,
  - La soirée de Gala ...

C'est une réelle opportunité pour notre réseau d'avoir un Président également Président d'Offices de Tourisme de France qui à travers ses représentations au Comité Interministériel du Tourisme entre autres, représente également notre réseau régional.

C'est également l'implication de la Direction et de l'Équipe de la Fédération dans les Commissions Nationales pour vous représenter tout au long de l'année :

- Jean-Patrick MANCINI, Commission Formation Nationale et Prospective
- Marion DE MONPLANET, Commission Qualité Tourisme,
- Aline COLLODELLO, Commission Relais Territoriaux et Observatoire.

# PLAN D' ACTIONS PRÉVISIONNEL 2020

Le Plan d'actions prévisionnel 2020 présenté ci-dessous a largement été modifié et ralenti du fait de la pandémie mondiale qui a fait rage et a réduit l'économie touristique à 0 dès le 16 mars 2020 avec la mise en confinement de la population. La Fédération Régionale forte de son savoir-faire et organisation a su rebondir dès le 17 mars avec le lancement d'un questionnaire à l'attention du réseau pour la remontée des besoins d'accompagnement pour faire face à cette crise sanitaire sans précédent. C'est au pied levé et en partenariat avec ses fidèles consultants et formateurs qu'elle a retravaillé la totalité de son offre de formation pour l'adapter techniquement pour répondre aux besoins de formation à distance du fait du télétravail, et aux nouveaux contenus pour accompagner son réseau dans l'organisation sociale et RH, tout d'abord, et ensuite pour la relance de l'économie touristique des destinations et la reprise d'activité.

## AXE 1 : EMPLOI & FORMATION



OBSERVATOIRE  
DES ORGANISMES  
DE TOURISME

- Accompagner les directions et RH dans la GPEC pour faciliter l'employabilité et le plan de carrière des salariés,
- Renforcer nos relations transversales avec l'opérateur de compétence et le service professionnalisation de la Région pour trouver des financements complémentaires à la formation des salariés de droit public et autres publics des contrats de filières Régionaux.
- C'est en 2020 que la Fédération Régionale devra renouveler son audit de certification OPQF et obtenir la certification Qualiopi, nouvelle certification obligatoire pour les organismes de formation pour continuer de bénéficier des fonds de formation à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2021 (reporté au 1<sup>er</sup> janvier 2022 à ce jour pour cause de crise sanitaire).
- Face à la réforme du Compte personnel de Formation, nous devons adapter le déroulement de nos deux titres sur un parcours à cheval sur deux exercices pour faciliter leurs financements par les structures.
- Développer un nouveau plan de formation intégrant les nouveaux métiers identifiés à la suite des travaux de l'OT du Futur : Data Miner, Designer d'expériences Touristiques et Développeur Networking.
- Développement d'un plan de formation spécifique aux filières Régionales Eco Tourisme et Vélo qui s'adressera aux Offices de Tourisme et à leurs socioprofessionnels.

- Travailler un plan de développement des compétences pour les nouveaux arrivants à la Fédération en complément de leurs qualifications pour une meilleure appréciation et vision des métiers des Offices de Tourisme.
- Développer des nouveaux formats et modes de diffusion de la formation.

## AXE 2 : NUMÉRIQUE & ETOURISME

- Accompagner la Région et les Organismes Locaux de Tourisme dans la finalisation du déploiement du Système d'Information Touristique régional « APIDAE », à la mise en place de l'outil de Gestion de la Relation Client (GRC) « AVIZI » et de l'Ereputation « Fairguest » en lien avec le CRT Provence-Alpes-Côte d'Azur.
- Créer un club des utilisateurs « AVIZI » Régional pour un partage d'expériences, être forts de proposition pour une évolution mutualisée de l'outil en Région auprès du fournisseur.
- Adapter l'offre de professionnalisation Etourisme grâce à notre expertise du secteur en tenant compte de la mise à jour du baromètre de performance Etourisme des OLT de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur.
- Déployer un nouvel outil de veille partagée sur l'Etourisme en remplacement de l'existant désormais inexploitable.
- Être porteur d'un projet d'événementiel Etourisme au niveau Régional en partenariat avec la Région. Le travail consistera à renouveler les partenariats existants, en créer de nouveaux et relancer l'événement CM on The Beach.



### AXE 3 : QUALIFICATION DU RÉSEAU

- Accompagner le réseau vers les nouveaux référentiels de classement et de Marque Qualité Tourisme publiés par la DGE fin 2019
- Organiser un nouveau groupe d'accompagnement à l'obtention ou renouvellement de la Marque Qualité Tourisme dans le cadre des nouveaux référentiels
- Renforcer l'animation des Offices de Tourisme marqués : renouvellement de la journée « Club RAQ » et nouvelle offre de formations
- Renforcer les actions de valorisation des structures marquées Qualité Tourisme® et Tourisme & Handicap® au sein du réseau, auprès des partenaires et du grand public
- Nouvelle agent de développement en charge des Démarches Qualité : Marie Charpentier

### AXE4 : PROSPECTIVE & OBSERVATOIRE

Déployer les travaux sur l'Office de Tourisme du Futur par :

- Le renforcement de la présence sur les territoires et la communication
- Le déploiement des nouveaux métiers issus des travaux et des formations correspondantes
- Le déploiement de l'autodiagnostic RH et du guide managérial pour les Offices de Tourisme
- Le déploiement du nouveau référentiel Activité-Responsabilité des métiers de la Branche Tourisme

Mais aussi :

- Le déploiement du dispositif PiLOT en région (information & formation)
- La préparation du dispositif spécifique aux Offices de Tourisme concernant la grande enquête régionale d'observation de l'activité touristique (enquête « Cordon ») : Présentation et Communication du déroulement de l'enquête clientèle touristique Régionale

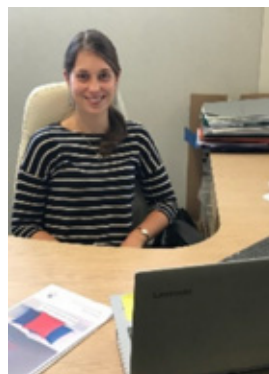
### AXE 5 : COMMUNICATION & REPRÉSENTATION

- Faire évoluer l'identité en ligne de la Fédération Régionale vers un nouveau nom de domaine plus parlant offices-tourisme-sud.fr
- Développer l'offre de services en ligne, particulièrement ceux liés à la formation et à son suivi
- Maintenir les rendez-vous statutaires avec l'équipe dirigeante et aller à la rencontre des différents territoires
- Conforter nos relations avec nos partenaires : Conseil Régional, Comités Régionaux de Tourisme, Agences Départementales de Développement, CCI régionale et Territoriales

- Contribuer à la deuxième mouture du Plan de Croissance de l'Économie Touristique (SRDT) et ses différents programmes opérationnels. Renforcer leur diffusion
- Participation au capital d'Apidae Tourisme SCIC à hauteur de 1000 € correspondant à 10 parts sociales (minimum fixé dans les statuts) et adhésion au Système d'Information Touristique inter-régional et au Réseau Apidae Tourisme afin d'augmenter le poids et ainsi la défense des intérêts des structures de notre Région dans la nouvelle gouvernance d'Apidae.
- Participation active aux filières Régionales Eco Tourisme et Vélo, au dispositif de commercialisation des activités de loisirs pour permettre aux structures qui le souhaitent de développer des projets et renforcer leur stratégie de destination avec des plans d'actions mutualisés avec leurs socioprofessionnels.

### LA VIE DE L'ASSOCIATION

À la suite de l'annonce de départ du Directeur, Jean-Patrick MANCINI pour raisons personnelle et familiale, qui sera effectif au 30 avril 2020 et au départ de Marion DE MONPLANET pour un projet d'entreprise familiale, réorganisation de l'équipe de la Fédération avec évolution en interne et nouvelles répartitions des missions complétées par le recrutement d'un Agent de Développement Touristique et d'un Chargé de Professionnalisation pour remplacer les missions actuellement assurées à la fois par Jean-Patrick MANCINI et Marion DE MONPLANET. Une proposition du Président qui a été validée par les membres du Conseil d'Administration le 17 février 2020.



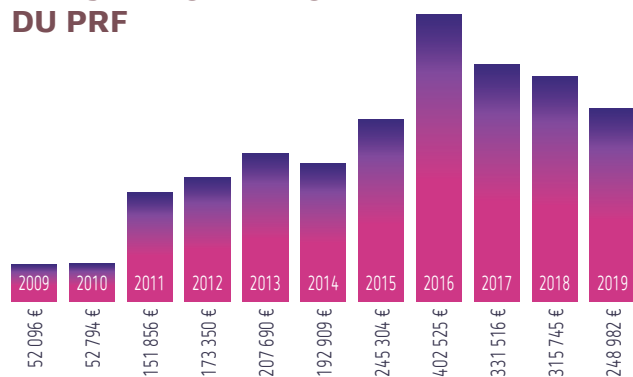
Bienvenue à Marie CHARPENTIER qui a en charge les missions d'animation des Démarches Qualité (Qualité Tourisme™, Classement des Offices de Tourisme, Classement Meublés de tourisme, Chambres d'Hôtes Référence®, Tourisme & Handicap, Destination Pour Tous, etc...), la vie statutaire de l'Association et la Communication et Animation auprès du réseau.

Le poste de Chargé de Professionnalisation sera pourvu mi-juin du fait du retard pris sur le recrutement à cause de la crise sanitaire. La direction sera assurée à compter de mai 2020 par Aline COLLODELLO. Et toujours au poste actuellement d'Assistante Administrative et aide-comptable, Isabelle BARISAIN MONROSE.

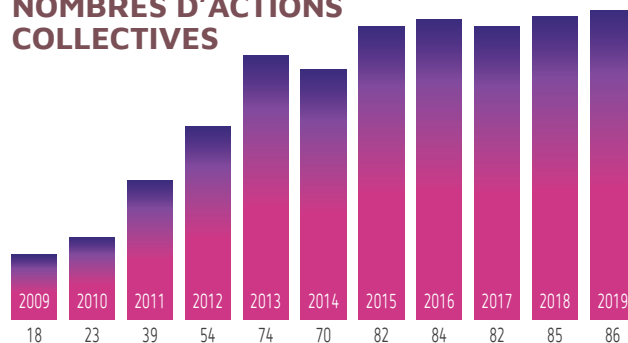
# ANNEXE FORMATION

## ÉVOLUTION DES CHIFFRES CLÉS DE LA FORMATION

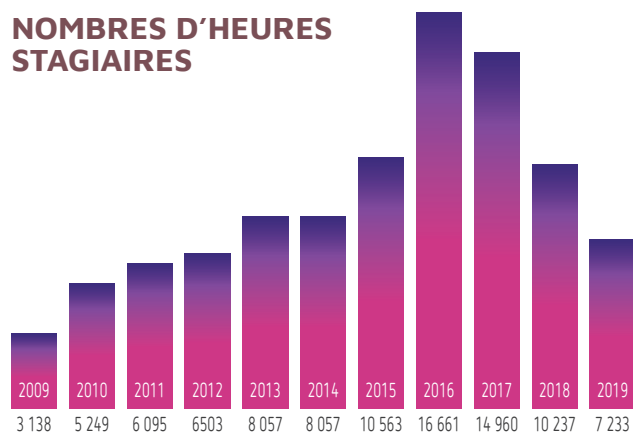
### FRAIS DE FORMATION DU PRF



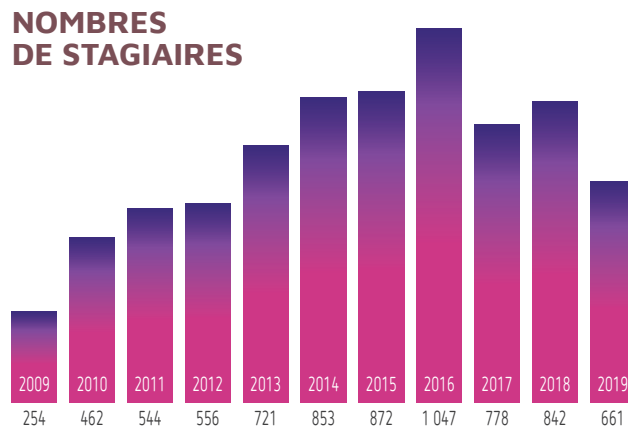
### NOMBRES D' ACTIONS COLLECTIVES



### NOMBRES D'HEURES STAGIAIRES



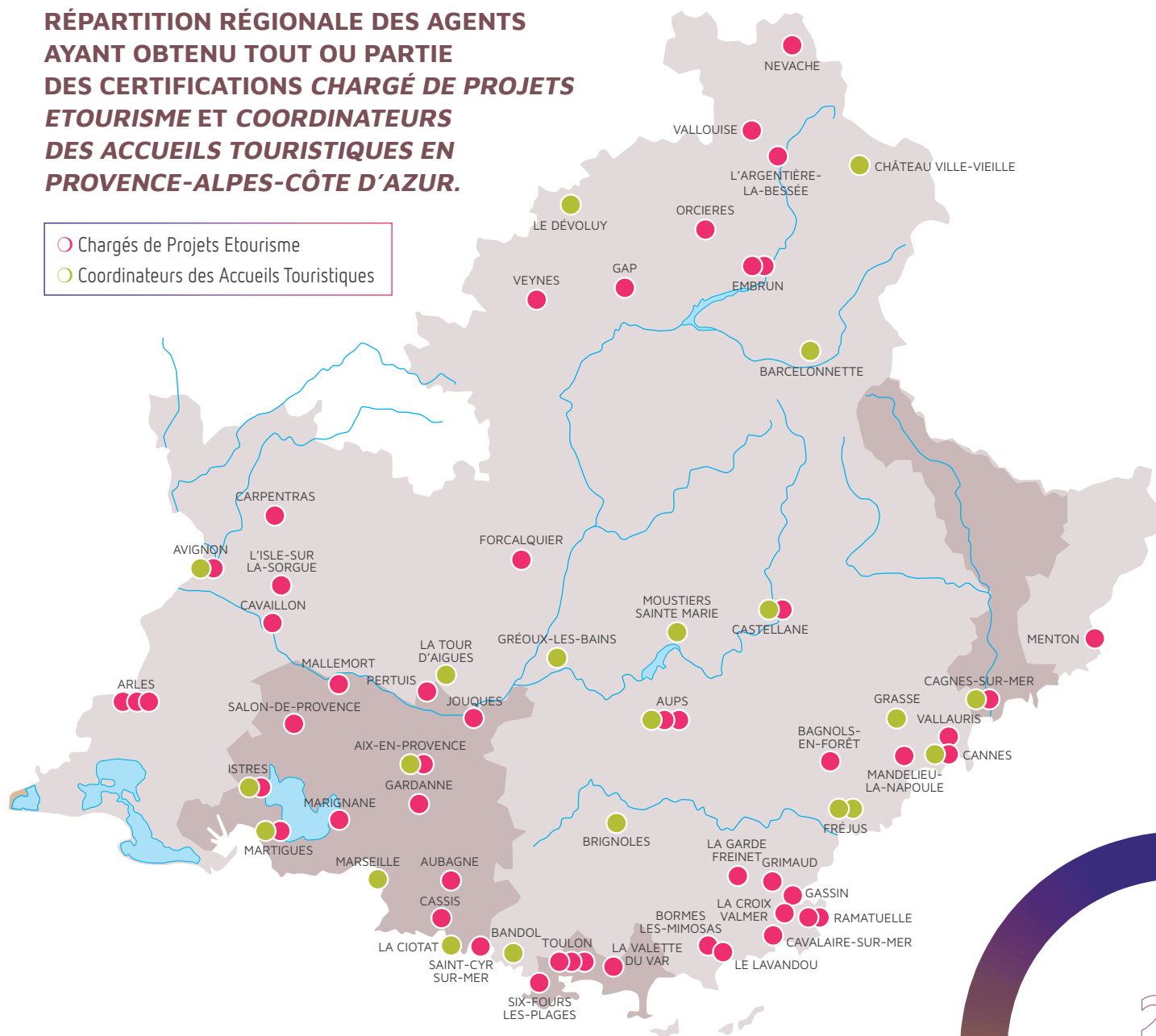
### NOMBRES DE STAGIAIRES



# ANNEXE CQP

**RÉPARTITION RÉGIONALE DES AGENTS  
AYANT OBTENU TOUT OU PARTIE  
DES CERTIFICATIONS *CHARGÉ DE PROJETS  
ETOURISME ET COORDINATEURS  
DES ACCUEILS TOURISTIQUES EN  
PROVENCE-ALPES-CÔTE D'AZUR.***

- Chargés de Projets Etourisme
- Coordinateurs des Accueils Touristiques



# ANNEXE QUALITÉ

## LISTE DES OFFICES DE TOURISME QUI ONT PASSÉ L'AUDIT INITIAL OU DE RENOUVELLEMENT DE LA MARQUE QUALITÉ TOURISME™ EN 2019



OT de Serre-Ponçon (Renouvellement)  
OT du Dévoluy (Renouvellement)  
OT d'Orcières (Renouvellement)  
OT de Vars (Renouvellement)  
OT de Mougins (Renouvellement)  
OT de Cavalaire-sur-Mer (Renouvellement)  
OT du Lavandou (Renouvellement)  
OTI de La Provence Verte et Verdon Tourisme (Renouvellement)  
OIT Provence Méditerranée (Attribution)  
OT de Saint Tropez Tourisme (AFNOR avec équivalence MQT)  
OT de Valberg (Renouvellement)  
OT de Grimaud (Renouvellement)  
OT de Ramatuelle (Renouvellement)  
OT de Saint-Raphaël (Attribution)  
OT de Saint Cyr sur Mer (Renouvellement)

Bravo à tous pour votre engagement dans cette démarche de progrès !



# ANNEXE QUALIFICATION DE L'OFFRE

**LISTES DE OFFICES DE TOURISME ENGAGÉS DANS LA QUALIFICATION DES CHAMBRES D'HÔTES VIA LE DISPOSITIF NATIONAL « CHAMBRE D'HÔTES RÉFÉRENCE® » ET LISTES DES OFFICES DE TOURISME « AGRÉÉS POUR LE CLASSEMENT DE MEUBLÉS DE TOURISME\* »**



## ALPES DE HAUTE PROVENCE

- DURANCE-LUBERON-VERDON-AGGLOMERATION

## HAUTES ALPES

- SERRE CHEVALIER VALLEE DE BRIANÇON
- GUILLESTROIS QUEYRAS
- RISOU
- PAYS DES ECRINS
- HAUTES VALLÉES (LA GRAVE, LA CLARÉE, L'IZOARD)
- SERRE-PONÇON

## ALPES MARITIMES

- CAGNES SUR MER
- LA COLLE SUR LOUP
- MENTON RIVIERA ET MERVEILLES
- THEOULE SUR MER
- VALBERG
- VILLENEUVE-LOUBET

## BOUCHES DU RHONE

- ARLES
- ISTRES
- CASSIS

## VAR

- BANDOL
- BORMES LES MIMOSAS
- CŒUR DU VAR
- CUERS, COLLOBRIERES, PIERREFEU DU VAR ET LA LONDE LES MAURES
- GRIMAUD
- LA CROIX VALMER
- LACS ET GORGES DU VERDON
- LAVANDOU
- PAYS DE FAYENCE - BIT MONTAUREUX
- PROVENCE VERTE ET VERDON
- ROQUEBRUNE SUR ARGENS
- SAINTE MAXIME
- SANARY SUR MER
- TOURISME PROVENCE MEDITERRANEE
- SAINT CYR SUR MER

## VAUCLUSE

- VENTOUX PROVENCE - CARPENTRAS
- LUBERON COTE SUD (TOUR D'AIGUES)
- LUBERON MONTS DE VAUCLUSE (CAVAILLON)
- LUBERON PAYS D'APT
- CHATEAUNEUF DU PAPE ORANGE TOURISME
- PAYS DES SORGUES ET MONTS DE VAUCLUSE
- VAISON VENTOUX

- Classement meublés de tourisme uniquement
- Qualification Chambre d'Hôtes Référence uniquement
- Structure engagée dans les deux démarches

*\*En application de l'article D. 324-6-1 du code du tourisme et selon les dispositions prévues par l'article 3 de l'arrêté du 2 août 2010, Source Atout France.*

**Nous tenons à vous remercier pour votre fidèle soutien et votre participation active à notre plan d'actions et de formations annuels que nous souhaitons toujours au plus proche de vous ! *Merci***





Fédération Régionale  
Offices de Tourisme  
Provence  
Alpes  
Côte d'Azur

FÉDÉRATION RÉGIONALE  
DES OFFICES DE TOURISME  
PROVENCE-ALPES-CÔTE D'AZUR

300, avenue Giuseppe Verdi  
BP 40160 - 13605 Aix-en-Provence

Tél. 04 42 16 80 10  
Email : [contact@offices-tourisme-sud.fr](mailto:contact@offices-tourisme-sud.fr)  
[www.offices-tourisme-sud.fr](http://www.offices-tourisme-sud.fr)

