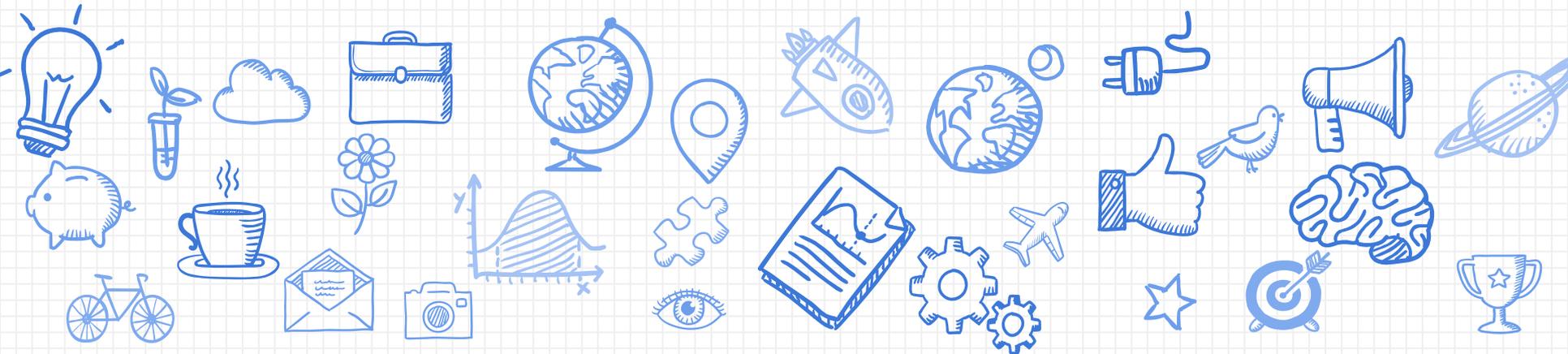


# Réunion du collège des Offices de Tourisme

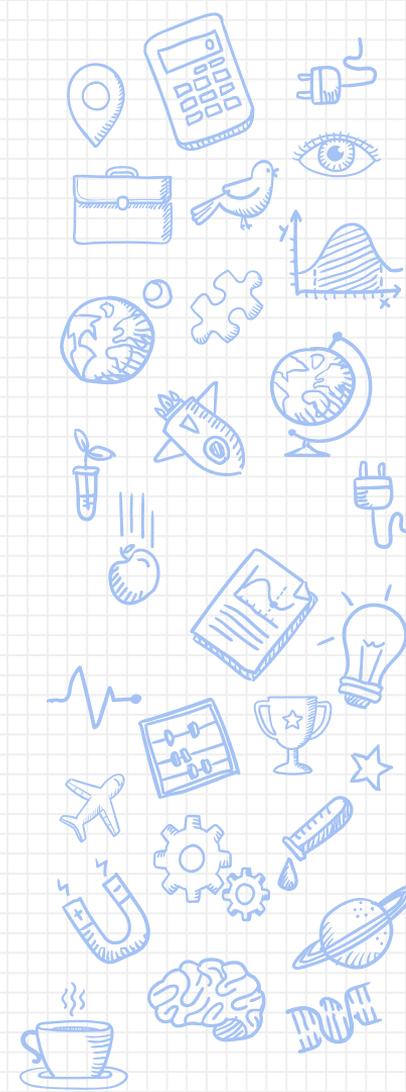
11 octobre 2018



# Ordre du jour

---

- ✗ Rapide **radioscopie des OT du Loiret** (gouvernance, organisation des équipes, outils départementaux intégrés, actualités).
- ✗ Etat de la mise en place de la **taxe de séjour**.
- ✗ **RGPD** : résultats du sondage et premières étapes.
- ✗ Actualités des projets départementaux : Place de Marché, Marque Sologne.
- ✗ Echanges sur les possibilités de **mutualisation** entre offices de tourisme et avec l'ADRT (brochures, réseaux sociaux, cartes touristiques...).
- ✗ Projet d'accompagnement des OT porté par le **CRT**.
- ✗ Questions diverses



# Radioscopie des OT du Loiret

Un point d'étape



En 2015:

 24 offices de tourisme

 1 BIT

Statuts :

 20 associations

 3 régions communautaires

 1 région communale

Direction:

Seuls 2 offices de tourisme  
avaient un directeur.

En 2018:

📍 14 offices de tourisme

● 9 BIT

Statuts :

■ 6 associations

■ 3 régions communautaires

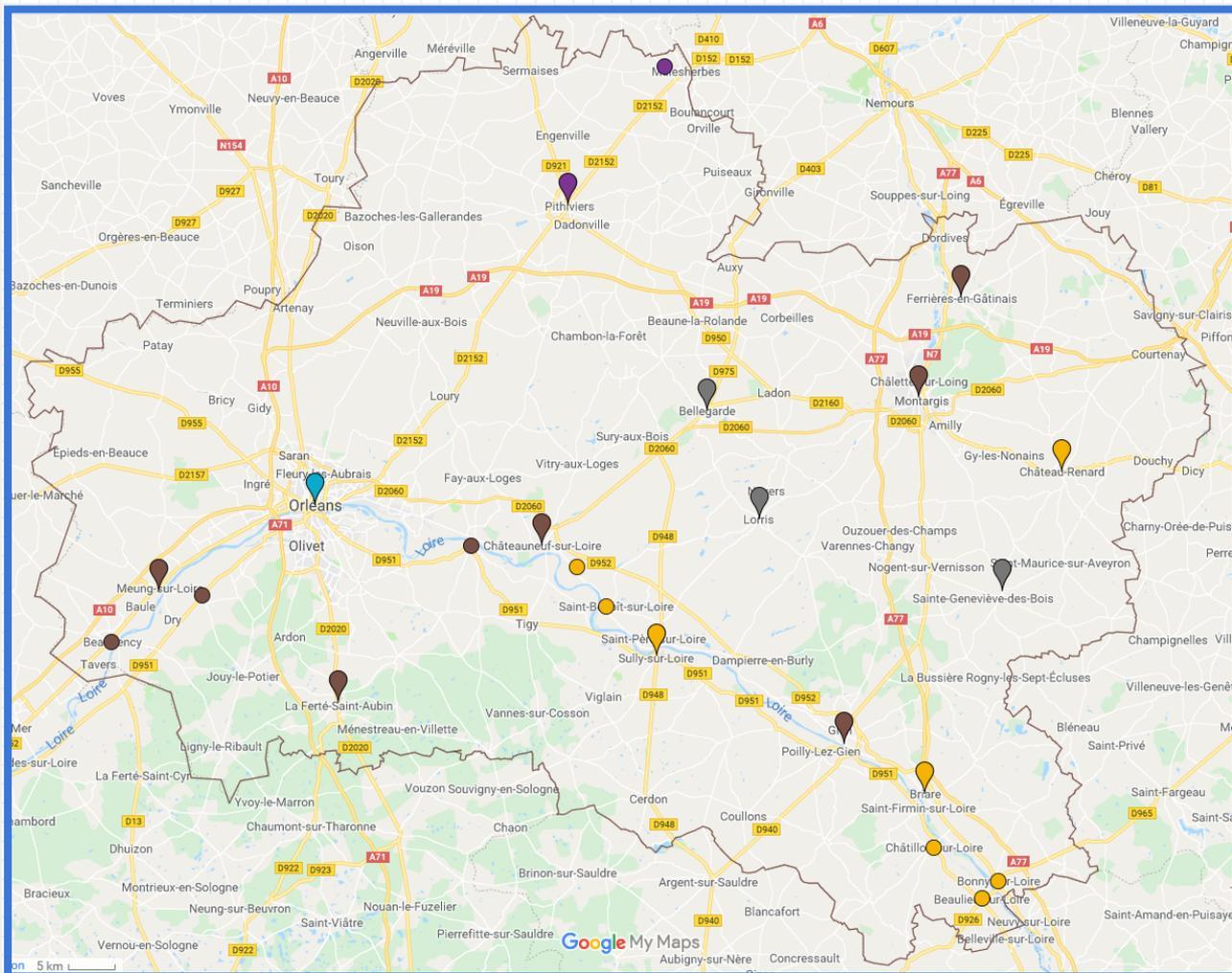
■ 1 SPL

■ 1 EPIC

■ 3 en attente de regroupement

Direction:

8 offices de tourisme ont un directeur/responsable.



# Place à vos informations

---

## Gouvernance

Quelle est la composition de votre organe de direction?

## Formation

Eprouvez-vous des besoins en formation? Si oui, lesquels?

## Vos projets

Quels sont vos projets pour 2019 ?

## Organisation de l'équipe

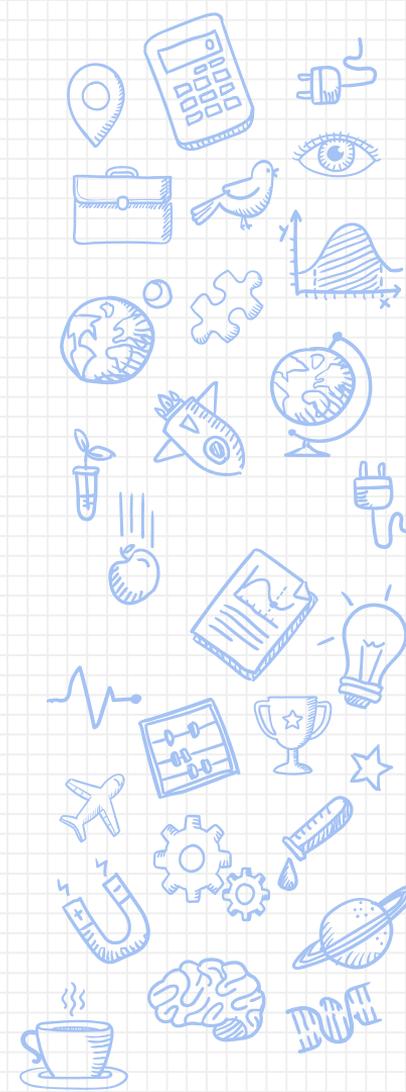
Comment fonctionne votre équipe? Y-a-t-il eu des changements majeurs dans celle-ci?

## Outils départementaux et régionaux

Tourinsoft? Site internet? Module Accueil? Fairguest? Chambre d'Hôtes Référence?

## Vos difficultés

Rencontrez-vous des difficultés ?

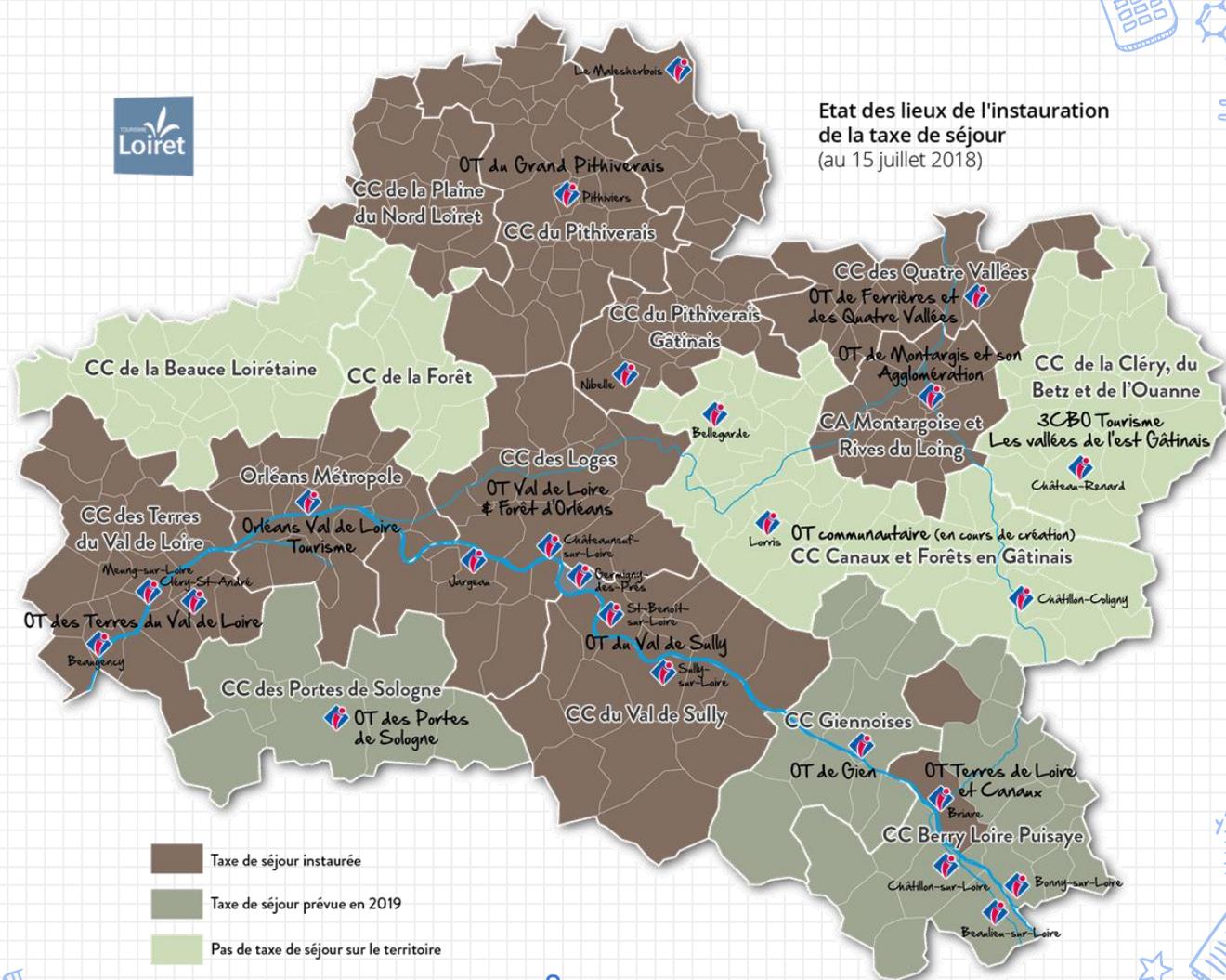


Office	Statut	Nb de pts d'accueil	Organe délibérant	Nb d'ETP	TIS (Bdd)	TIS (Acc)	Site internet	CH R	PDM	Fairguest
OT des Vallées de l'Est du Gâtinais	Régie	1	Conseil communautaire		X		Pack web en réflexion		En cours	
OT de Ferrières et des 4 vallées	Association	1	Conseil d'administration		X	X	Pack web		X + OpenB	
OT de Gien	Association	1	Conseil d'administration		X	X	Syndication	X	X	
OT des Portes de Sologne	Association	1 + hors les murs	Conseil d'administration		En cours		Marque blanche en réflexion		En cours	
OT de l'Agglo Montargoise	Association	1 + hors les murs	Conseil d'administration		X		Marque blanche		X	
Orléans Val de Loire Tourisme	SPL	1 + hors les murs	Conseil d'exploitation		X		Syndication	X	X	En cours
Grand Pithiverais	EPIC	2 + PIT	Comité de direction	3,5	X	X	Pack web	X	X + OpenB	En cours
Canaux et Forêt en Gâtinais	Régie + 2 assos	3	Mixte		En cours	En cours	Pack web en réflexion			
Terres de Loire et Canaux	Régie	4	Conseil d'exploitation + comité de direction	6	X	X	Pack web en cours	X	X	
Terres du Val de Loire	Association	3 + hors les murs	Conseil d'administration		X		Pack web	X	X + OpenB	En cours
Val de Loire et Forêt d'Orléans	Association	2 + hors les murs	Conseil d'administration	3,25	X	X	Syndication	X	X	En cours
Val de Sully	Régie	3 + hors les murs	Conseil communautaire Conseil d'exploitation à venir		X	X	Pack web en cours	X	X	X

# Mise en place de la taxe de séjour

Etat prévu au 1<sup>er</sup> janvier 2019





# RGPD

## Résultats du sondage et premières étapes



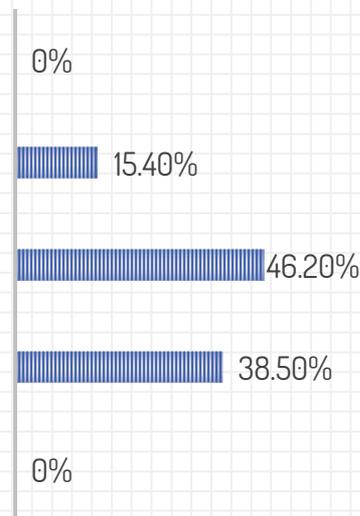
## Résultats du sondage effectué en avril-mai 2018

- X Le sondage a recueilli 13 réponses.
- X La moitié d'entre vous considère être globalement bien informés sur le RGPD sans pour autant avoir commencé les actions de mise en conformité.

### QUEL EST VOTRE NIVEAU D'IMPLICATION EN MATIÈRE DE RGPD?

Je suis en train de mettre en place les actions pour être en conformité.

Je n'en ai jamais entendu parlé...

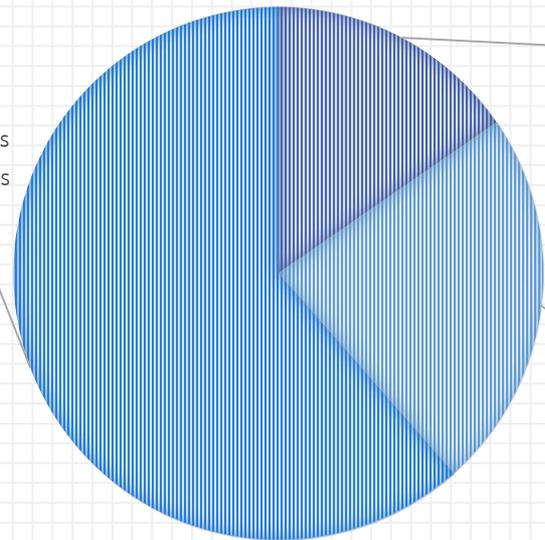


## Résultats du sondage effectué en avril-mai 2018

La majorité d'entre vous préfère que l'accompagnement se fasse sous forme d'envoi de fiches techniques rédigées par Tourisme Loiret.

### EN MATIÈRE D'ACCOMPAGNEMENT PAR L'ADRT, PRÉFÉREZ-VOUS ?

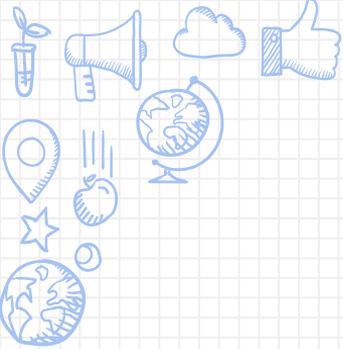
la création et l'envoi de fiches techniques sur les différentes étapes  
62%



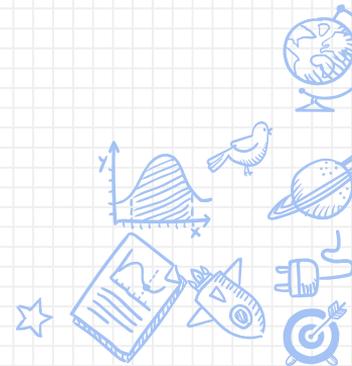
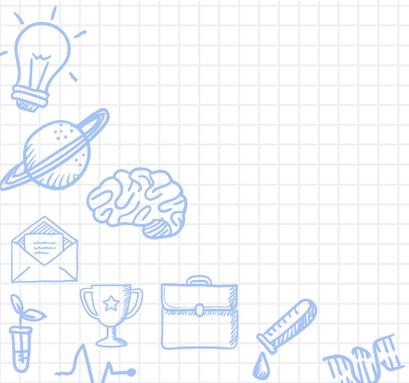
la création d'un groupe de travail sur le sujet (rencontres animées par l'ADRT, mais production par tous)  
15%

la tenue d'une ou plusieurs réunions de présentations (animées et documentées par l'ADRT, pas de production en commun)  
23%





# X Le RGPD: les grands principes

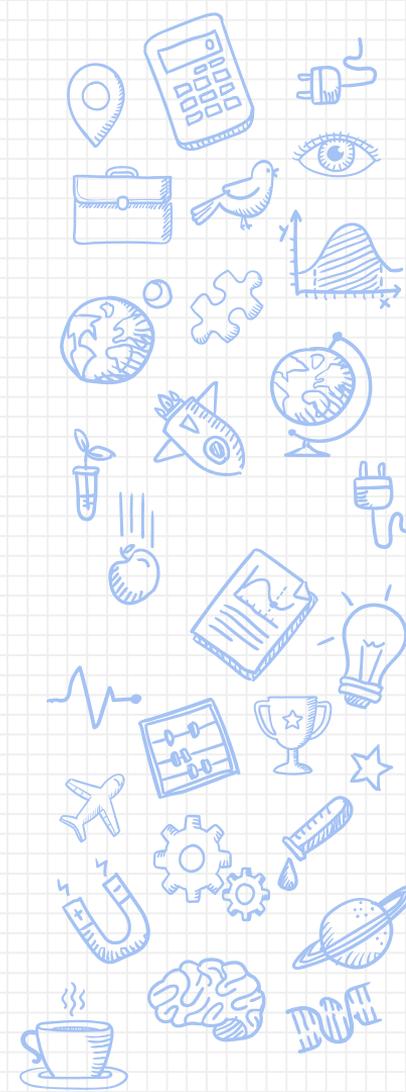
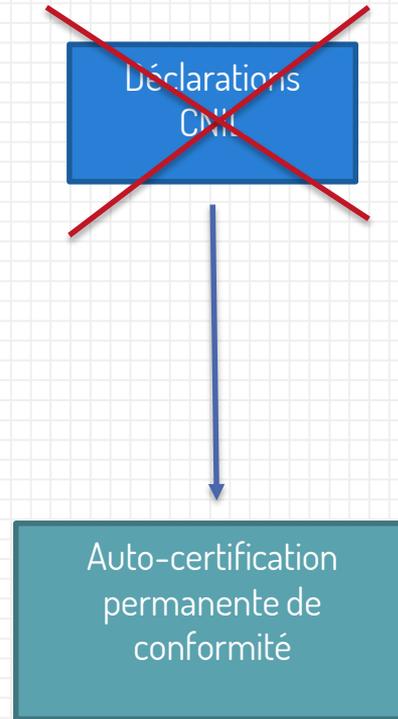


## Une réglementation dynamique

---

**X** Qui oblige les entreprises à:

- Justifier et rendre compte de sa conformité et des moyens mis en place à tout moment afin d'assurer la protection des données personnelles.
- Documenter les mesures mises en place



# Définitions

---

**Données personnelles ou à caractère personnel:** toute information se rapportant à une personne physique identifiée ou identifiable, directement ou indirectement (...).

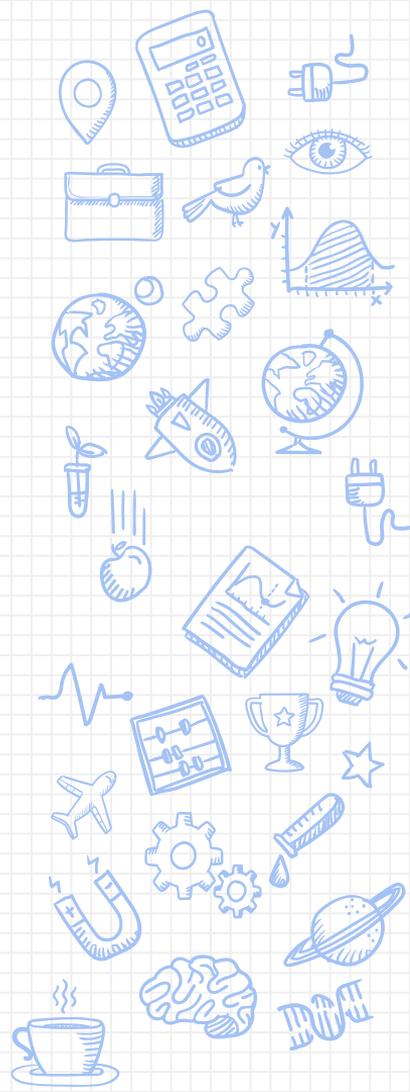
*Nom, prénom, photo, adresse mail nominative, numéro de sécu...*

*N° de téléphone, N° de badge, plaque d'immatriculation, numéro de contrat, adresse IP, référence de compte,...*

*Tout ce qui permet d'identifier indirectement la personne, par recoupement avec des informations identifiantes.*

**Données « particulières » ou « sensibles » :** informations concernant ou relatives à : origine raciale ou ethnique, opinions politiques, convictions religieuses ou philosophiques, appartenance syndicale, génétiques, santé, vie sexuelle ou orientation sexuelle, condamnations pénales ou infractions.

**Violation de données :** destruction, perte, altération, divulgation non autorisée de données à caractère personnel, de manière accidentelle ou illicite, ou l'accès non autorisé à de telles données.



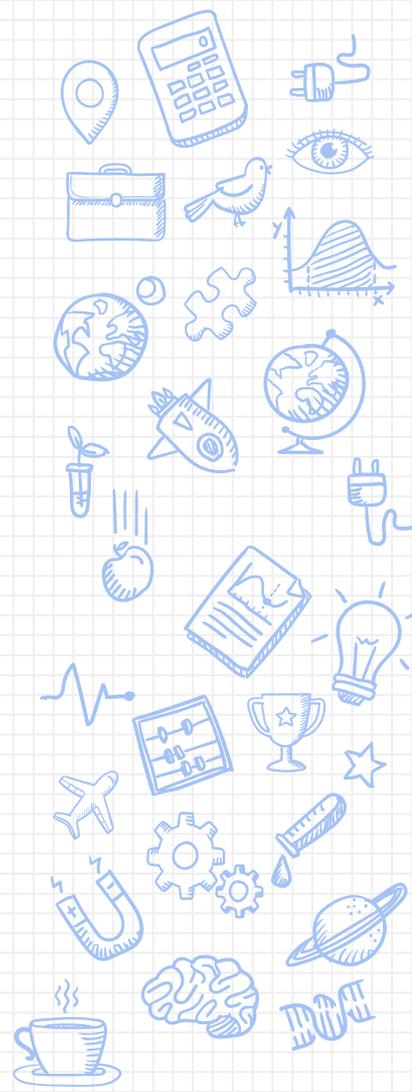
## Définitions

---

**Consentement:** toute manifestation de volonté, libre, spécifique, éclairée et univoque par laquelle la personne concernée accepte, par une déclaration ou par un acte positif clair, que des données à caractère personnel la concernant fassent l'objet d'un traitement

**Traitement de données :** c'est une opération ou un ensemble d'opérations portant sur des données personnelles: collecte, enregistrement, conservation, consultation, utilisation, destruction, archivage (procédés automatisés ou non).

**Finalité du traitement:** objectif final, utilisation finale de la donnée collectée ou traitée



## Opt-in ou Opt-out ?

---

**Vis-à-vis des particuliers :**  
**pas de message commercial sans accord préalable** du destinataire la publicité par courrier électronique est possible à condition que les personnes aient explicitement donné leur accord pour être démarchées, au moment de la collecte de leur adresse électronique

**Vis-à-vis des professionnels :**  
**information préalable et droit d'opposition** la personne doit, au moment de la collecte de ses coordonnées: être informée qu'elles seront utilisées à des fins de prospection, et être en mesure de s'opposer à cette utilisation de manière simple et gratuite



# X Le RGPD: les grands principes

## Principe de loyauté

- Tout traitement de données personnelles doit être légal et transparent

## Principe de proportionnalité

- Collecter et traiter des données pertinentes pour la finalité envisagée et exprimée

## Principe de minimisation

- Seules les données nécessaires à la finalité définie doivent être collectées et traitées

## Principe de réactivité

- Les données doivent être exactes, tenues à jour et justifier de la conformité

## Principe de sécurité

- Dispositifs et procédures de sécurité mis en place et exigés des sous-traitants

## Principe de conservation limitée

- La durée de conservation est corrélée à la finalité

## Principe d'information

- Les personnes concernées disposent de droit d'accès, de rectification, d'effacement, de portabilité



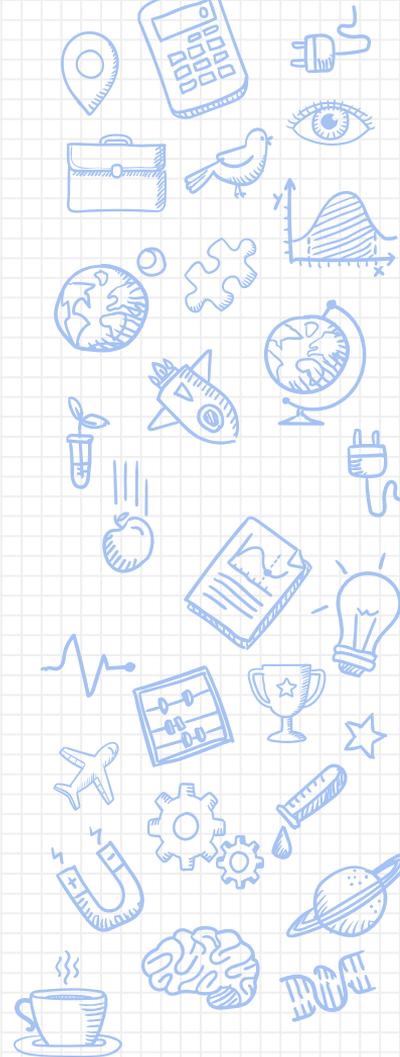
# X Les étapes de mise en œuvre



## Quelle méthodologie mettre en œuvre ?

---

1. Etablir le registre de traitement des données (sous format électronique): **cartographier les données**, et faire le point sur la gestion contractuelle avec les fournisseurs / sous-traitants.
2. Organiser et s'assurer de la collecte du **consentement**.
3. Définir les **mentions légales et d'informations** obligatoires à fournir lors de la collecte.
4. Identifier les **risques** et les impacts éventuels.
5. Prévoir une **procédure de signalement**.
6. **Documenter** et maintenir la conformité.





# Etape 1: Cartographier les données

## Actions à mettre en place:

---

### Action 1 :

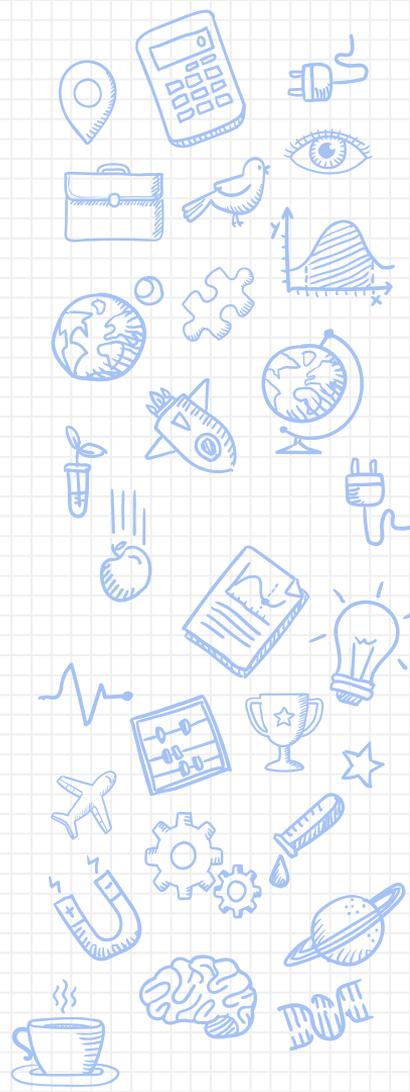
- Faire l'inventaire des fichiers de données personnelles. *(papier et informatique)*
- Faire le tri dans les données. *(Limiter les risques: ne pas traiter de données inutiles ou non pertinentes, ne pas les conserver trop longtemps, s'assurer que les données sont à jour.)*

### Action 2 :

Analyser le ou les traitement (s) actuel (s) pour chaque jeu de données.

#### Quelques questions à se poser:

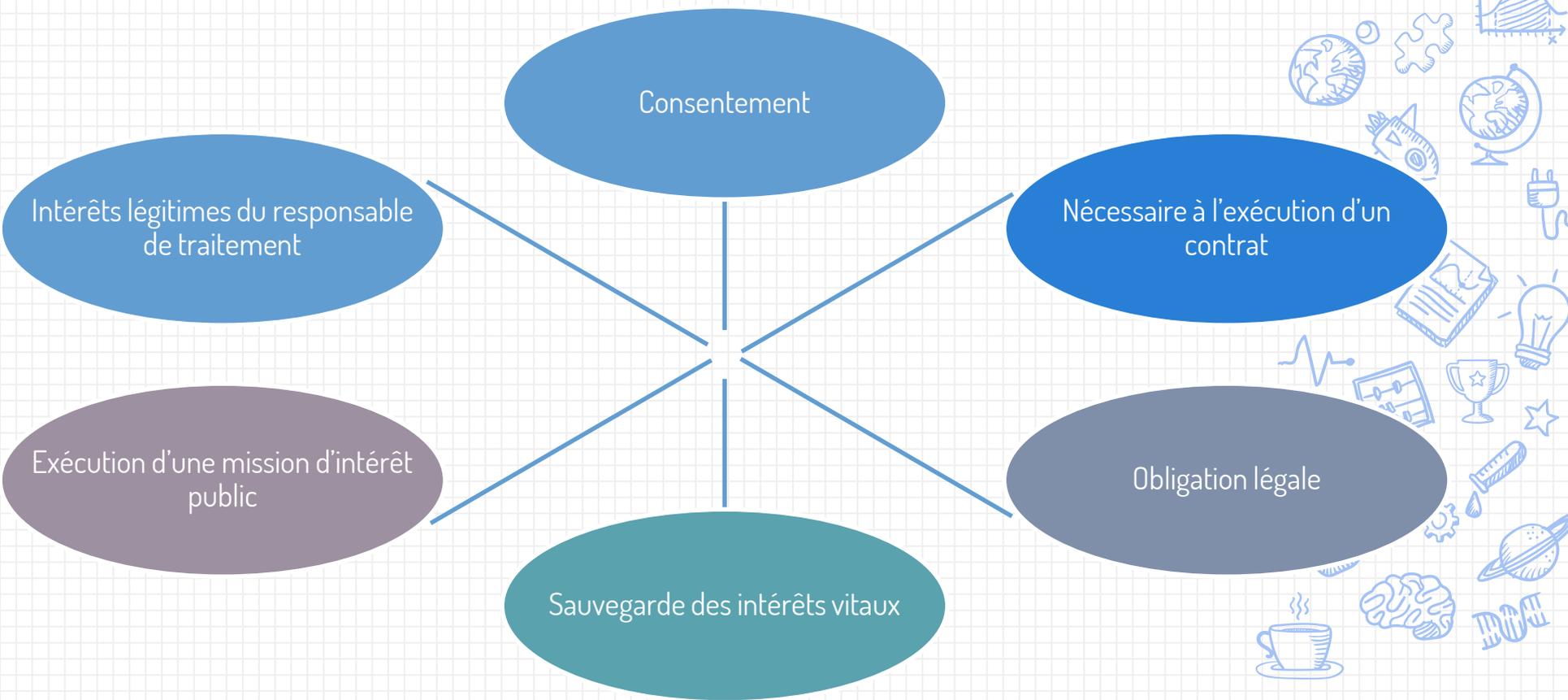
- De quelles données disposons-nous?
- S'agit-il de données particulières ou sensibles?
- Quel usage en faisons-nous?
- Pourquoi les traitons-nous?
- Pendant combien de temps les gardons-nous?
- Où sont-elles stockées/sauvegardées?



Identification du jeu de données				
Composition des données	Description		Délai de conservation	Données sensibles?
Qui contacter? Administration Nom et prénom	Nom et prénom du prestataire délivrant la prestation		Jusqu'à arrêt de la prestation ou constatation de refus	non
Finalités (pourquoi les traitons-nous? / quel usage en faisons-nous?) Sous-finalités			À quelle fréquence exerçons-nous cette finalité?	
Communication générale avec nos partenaires > Invitation aux assemblées générales			Une fois par an	
Acteurs concernés Responsable du jeu de données	Représentant	Sous-traitant	Destinataires	
Lieu de Stockage		Mesures de sécurité		

## Action 3 : Identifier le fondement juridique qui nous autorise à traiter les données

---

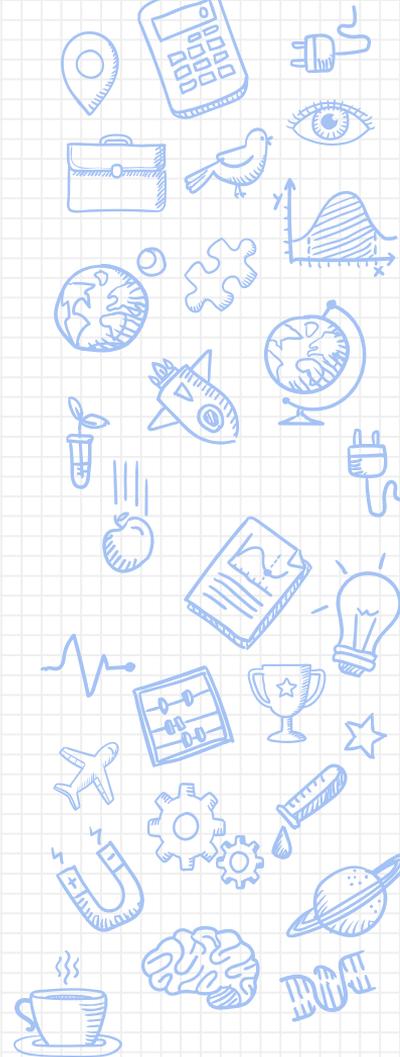


## Les autres étapes

---



Les autres étapes feront l'objet d'un envoi sous forme de fiches techniques dans les meilleurs délais.



# Actualités des projets départementaux

Place de marché, Marque Sologne, ...



# Chambre d'hôtes Référence



## Qui contacter ?

**Office de Tourisme de Gien**  
Valérie Joly  
valerie@gien-tourisme.fr  
Tél. 07 84 38 99 17

**Office de Tourisme du Grand Pithiverais**  
Rebecca Cotton  
rebecca.otgp@gmail.com  
Tél. 02 38 30 50 02

**Orléans Val de Loire Tourisme**  
Géraldine Chatelier  
secretariat@tourisme-orleans.com  
Tél. 02 38 24 05 05

**Office de Tourisme Terres de Loire et Canaux**  
Micheline Strykala  
qualification.ottlc@gmail.com  
Tél. 02 38 31 42 88

**Office de Tourisme des Terres du Val de Loire**  
Déborah Lombardot  
deborah@tourisme-terresduvalde Loire.fr  
Tél. 02 38 44 32 28

**Office de Tourisme Val de Loire & Forêt d'Orléans**  
Chantal Gibault  
chantal-loire-et-foret@orange.fr  
Tél. 02 38 58 44 79

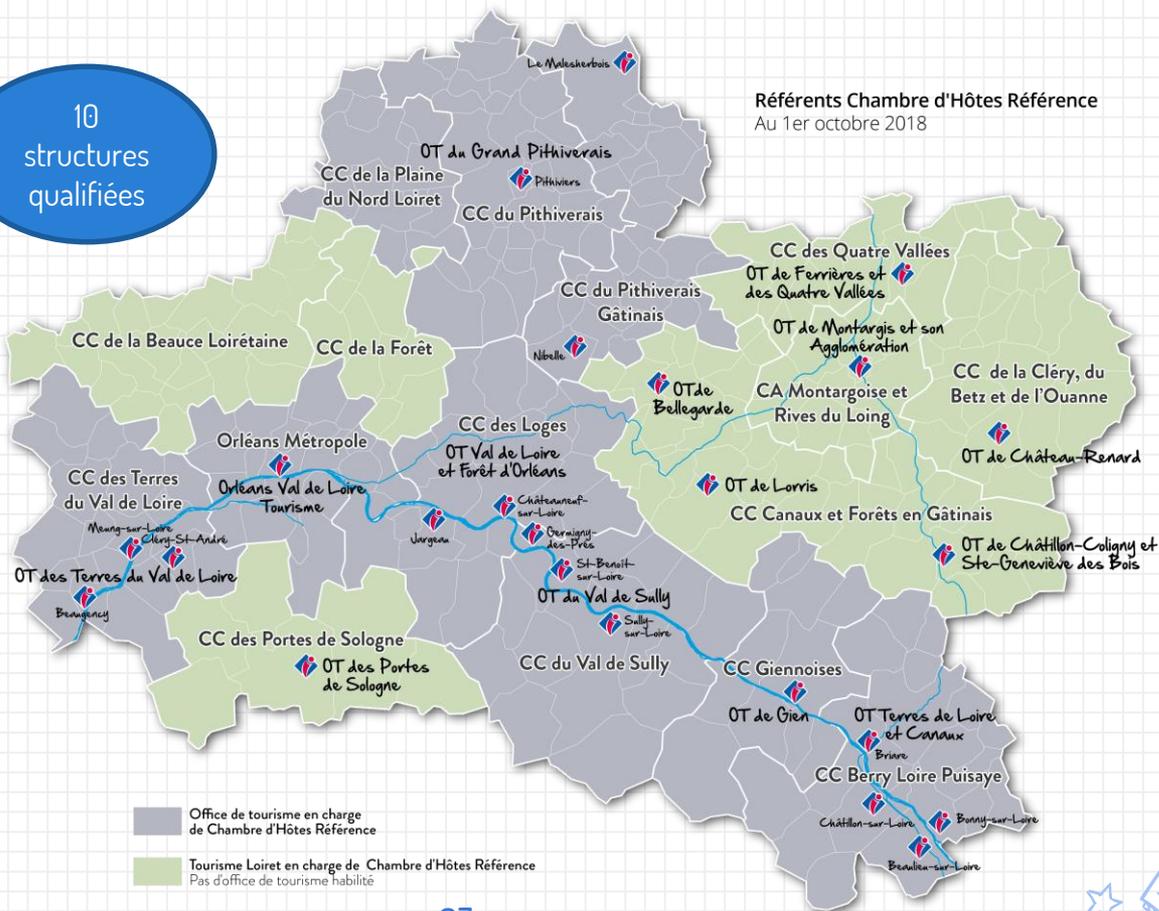
**Office de Tourisme du Val de Sully**  
Raphaëlle Rouillé  
r.rouille@valdesully.fr  
Tél. 02 38 36 23 70

**Tourisme Loiret**  
David Dunez  
david.dunez@tourismeloiret.com  
Tél. 02 38 78 04 04



10  
structures  
qualifiées

Référents Chambre d'Hôtes Référence  
Au 1er octobre 2018



## La place de marché

- × 126 prestataires sur la Place de Marché
- × 39 par des passerelles
- × 87 en web planning

224 219 € de volume  
d'affaires générés

### Fairquest

150 prestataires ont activé leur licence.

Pour la région :

[www.valde Loire-france.com](http://www.valde Loire-france.com)

[www.camping-loire-streek.com](http://www.camping-loire-streek.com)

[www.loire-chateaux.org](http://www.loire-chateaux.org)

[www.loireavelo.fr](http://www.loireavelo.fr)

Pour le département :

[www.tourismeloiret.com](http://www.tourismeloiret.com)

<https://www.loiretbalades.fr/>

Pour les offices de Tourisme :

[www.entre-orleans-et-chambord.com](http://www.entre-orleans-et-chambord.com)

[www.tourisme-ferrieres-loiret.fr](http://www.tourisme-ferrieres-loiret.fr)

[www.grandpithiverais.fr](http://www.grandpithiverais.fr)

[www.tourisme-orleans.com](http://www.tourisme-orleans.com)

Un site inter départemental :

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

## Démarche de valorisation du Patrimoine



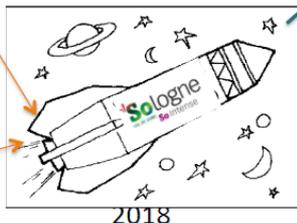
- ✘ Recensement en cours sur l'ensemble du département
- ✘ Commission de sélection prévue pour avril 2019
- ✘ Soumission aux EPCI et Offices de Tourisme
- ✘ Pose de panneaux
- ✘ Création d'outils de valorisation de la démarche

## Enjeu capital de l'organisation & des moyens

Une belle fusée a été construite  
et a été lancée pour conquérir de nouvelles clientèles

Booster  
latéraux = les  
fondateurs de  
la marque

Moteurs de la  
fusée = les 5 OT  
sur le terrain, les  
professionnels &  
partenaires  
impliqués



2018

**Risque 1 :**  
Si un ou des moteurs ont  
des ratés, la fusée dévie de  
sa course

**Risque 2 :**  
La fusée a décollé, mais s'il  
manque de carburant  
(ressources humaines et  
financières), elle va s'arrêter  
puis redescendre pour  
s'écraser !

Val de Loire  
FRANCE

2030

Berry  
province



**Priorité 2018 :** Définir une stratégie de contenus éditoriaux

- Indispensable pour assurer une cohérence dans le temps des messages et organiser « la prise de parole » Sologne sur tous les supports de communication
- Une formation – action et un accompagnement pour définir une charte éditoriale et une organisation éditoriale (planning et comité éditorial)

**Priorité 2019 / 2020 :** Optimiser les outils de base (web, réseaux sociaux, carte) et mettre en œuvre des plans de promotion – communication par cible / persona

- Un plan en direction des jeunes couples
- Un plan en direction des seniors en couple et seniors en petits groupes d'amis

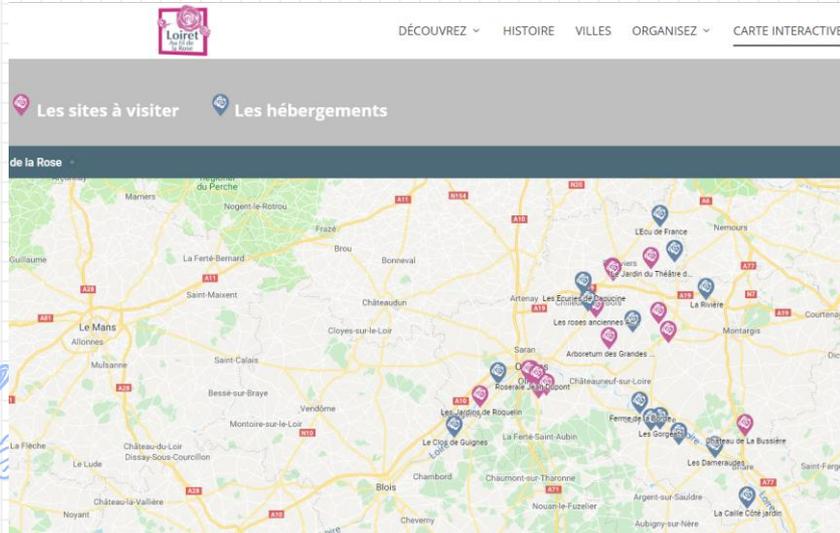
**Priorité 2020 / 2021 :** Développer la communication externe

- Un support de séduction
- Un nouveau site web
- Des relations médias et influenceurs

# Route de la Rose

## LES AMBITIONS :

- ✘ Valoriser la destination Loiret par la mise en tourisme d'un pôle de référence « nature et flore d'exception »
- ✘ Renforcer l'attractivité et la notoriété du territoire grâce à un thème différenciant
- ✘ Apporter de la reconnaissance à la filière et des retombées économiques
- ✘ Apporter de la fierté aux habitants grâce à une image valorisante

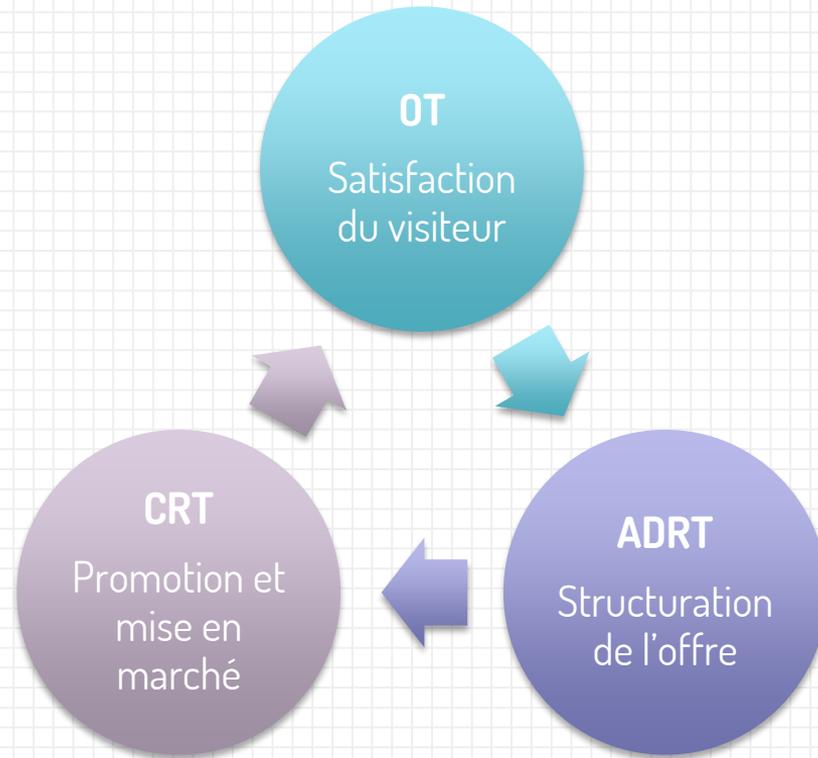


- ✘ 2017 : test de la démarche grandeur nature: site internet, flyer...
- ✘ 2018 : ajustements et préparation du lancement officiel
- ✘ 2019 : Lancement de la « Route de la Rose » au printemps avec un temps fort et campagne de communication

Un financement Feader – Leader, ADRT et EPCI



# Projet CRT



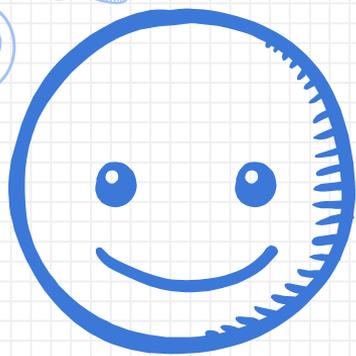




A vous la parole !!!

# Questions diverses





# MERCI!

## Des questions?

Durant mon absence (du 3 décembre au 14 avril) :

- contacter chaque collaborateur en charge du sujet requis *(voir ci-après l'organigramme)*

- sinon contacter Julien Aubrat  

