



FICHE PRATIQUE

Les habitants acteurs de la promotion du territoire

Retour d'expérience : Mise en place d'un club des ambassadeurs par l'Office de tourisme Granville Terre et Mer.



Objectif

Permettre aux habitants de produire et diffuser les contenus de promotion touristique du territoire.



Mise en œuvre du dispositif

- Lors de l'élaboration de la stratégie touristique en 2018, volonté d'intégrer les habitants en tant que parties prenantes
- Sollicitation par l'Office de tourisme d'habitants présentant un potentiel de « prescripteurs » (auteurs de publications liées au territoire sur les réseaux sociaux) pour devenir ambassadeurs du territoire
- Co-construction d'un Manifeste des ambassadeurs du territoire reprenant les missions et valeurs du club des ambassadeurs au regard des enjeux touristiques du territoire
- Responsabilisation croissante des ambassadeurs dans la communication touristique du territoire :
 - Formation des ambassadeurs par l'Office de tourisme et définition d'éléments de cadrage des publications sur les réseaux sociaux
 - Co-construction des contenus de communication de l'Office de tourisme avec les ambassadeurs
 - Relai des contenus de communication par les ambassadeurs sur leurs réseaux sociaux, ainsi que pour le compte de l'Office de tourisme
- Diffusion de la liste des ambassadeurs au sein du réseau de l'Office de tourisme permettant la création de partenariats et invitations à des événements exclusifs
- Certification des ambassadeurs via le suivi d'une micro-formation intitulée « Chuchoteurs d'infos » entérinant leur connaissance du territoire et promotion de cet outil développé par l'Office de tourisme avec une startup locale (information touristique du territoire, accessible à tous)



Moyens humains

La chargée de communication de l'Office de tourisme Granville Terre et Mer pilote :

- la composition du réseau
- le « coaching » des ambassadeurs néophytes
- la publication des contenus élaborés par les ambassadeurs
- les partenariats conclus avec les ambassadeurs



Coûts

Environ 2000€ par an :

- création de supports d'accompagnement des ambassadeurs
- organisation de réunions avec les ambassadeurs et les partenaires de l'Office de tourisme (visites, événements, etc.)



Clés de réussite

- Une bonne connexion entre les ambassadeurs
- Un animateur est indispensable pour animer le club des ambassadeurs
- Implication et reconnaissance des socio-pros pour les ambassadeurs
- Valorisation des ambassadeurs sur les réseaux sociaux et le site web (portrait de chacun sur le site web)
- Création d'un pass comprenant des avantages à destination des ambassadeurs (entrées gratuites, invitations, etc.)



Bon à savoir

- Statut non professionnel des ambassadeurs, donc absence de lien hiérarchique entre ces derniers et leurs interlocuteurs de l'Office de tourisme
- Réussir à concilier des temporalités différentes : le temps libre des ambassadeurs volontaires et le temps de travail de la chargée de communication



Résultats

- En 2024, après 6 années d'ancienneté du club, celui-ci est composé d'environ 15 ambassadeurs (tournants)
- Réflexion autour de la création d'une communauté d'ambassadeurs moins formelle, impulsée par la diffusion du code de marque du territoire « Prenez le rythme des marées » sur le site de l'Office de tourisme invitant à l'appropriation de la promotion du territoire



Pour aller plus loin

- Retrouver les portraits des *ambassadeurs de Granville Terre et Mer*
- Découvrir *le code de marques de Granville Terre et Mer*