



FICHE PRATIQUE

Les habitants destinataires des stratégies touristiques du territoire

Retour d'expérience : La transformation de l'Office de tourisme Aunis Marais Poitevin – Le Comptoir Local.



Objectif

Réorienter la stratégie de l'Office de tourisme vers un tourisme de proximité et se démarquer ainsi des destinations à forte attractivité environnantes (La Rochelle, île de Ré, île d'Oléron).



Mise en œuvre du dispositif

- Réalisation d'une étude sur la dynamique touristique du territoire → constat d'un faible taux de touristicité en parallèle d'une croissance de 6,2 % de la population permanente en 10 ans.
- Refonte de la stratégie touristique du territoire autour d'un modèle de destination durable et destiné aux habitants :
 - déploiement d'une communication dédiée aux locaux avec la newsletter mensuelle « Brèves du comptoir » et le magazine « L'Aunisette » (reportages pour faire connaître les pépites du territoire à ses habitants et donner des informations pratiques aux visiteurs)
 - modification de la dénomination de l'Office de tourisme au profit de « Comptoir Local » et de l'identité visuelle
 - personnalisation de l'information avec un nouveau site Internet à double entrée - « Je suis (d')ici », pour les résidents et visiteurs déjà sur place et « On arrive », pour la préparation de son séjour
 - déploiement d'animations toute l'année dont un jeu inspiré de l'escape game pour découvrir le territoire
- Transformation d'un bureau d'information touristique en s'affranchissant du modèle traditionnel pour lui préférer un espace inspirant la convivialité
 - réalisation des travaux dans le cadre d'un chantier participatif capitalisant sur le savoir-faire des habitants
 - valorisation des associations locales via une vitrine dédiée (côté rue piétonne, à forte visibilité) dans laquelle les associations peuvent présenter leur travail, leurs événements, etc. La vitrine change tous les 15 jours

- mise à disposition de services tels que l'accès à une photocopieuse, la location d'un terrain de tennis, la vente de cartes de pêche, la prise de réservation pour la brocante locale, etc.
- promotion des artisans et producteurs locaux à travers une boutique dédiée dans l'Office de tourisme ainsi que d'une maison d'édition charentaise dans l'espace bibliothèque
- affichage et prospectus uniquement sur les événements et manifestations du territoire.



Moyens humains

Mobilisation des huit membres de l'équipe de l'Office de tourisme, sans modification majeure dans le contenu de leurs missions, plus spécifiquement :

- 1 chargée de communication : pilotage du magazine « L'Aunisette »
- 1 personne responsable de la stratégie numérique et du pôle partenaire : gestion du site Internet
- 1 animatrice de la vie locale et responsable d'accueil : pilotage de la newsletter « Brèves du Comptoir ».

Recours à des agences de communication :

- pour la création du nouveau site Internet
- pour la création de la nouvelle identité visuelle (agence de communication locale)
 - Logo
 - Carte du territoire (intégrée au site Internet)
 - Graphisme du magazine « L'Aunisette » et de la newsletter mensuelle « Brèves du Comptoir ».



Coûts

- Nouveau site Internet : 20 000€
- Transformation et nouvel agencement d'un bureau d'information touristique : 23 000€
- Nouvelle identité visuelle : 800€



Clés de réussite

Facilitation de l'opération grâce au soutien des élus locaux



Bon à savoir

Quelques limites à s'appeler « Comptoir Local » : problèmes d'identification et de lisibilité de la démarche auprès des habitants, des touristes et au sein de l'équipe ce qui a conduit à la réintégration du terme "Office de tourisme" dans le logo afin de réaffirmer que les missions plus traditionnelles d'un Office de tourisme sont toujours réalisées en plus de celles du Comptoir Local



Résultats

→ Absence de données chiffrées sur le bilan de la démarche, mais le changement opéré a permis de donner un sens à l'action de l'Office de tourisme

→ Retours positifs sur le magazine « L'Aunisette » et taux d'ouverture en progression de la newsletter « La Brève du Comptoir »

→ Appropriation de la boutique de l'Office de tourisme par les habitants avec l'émergence d'une clientèle « d'habités »

→ Création d'un code de marque « Le Comptoir Local » protégé, véhiculant la philosophie de l'Office de tourisme

- Constat d'une résonance auprès d'autres Offices de tourisme qui souhaitent s'en emparer
- Parution à venir d'un cahier des charges (2025) précisant les conditions d'accès à l'homologation de « Comptoir Local »



Pour aller plus loin

→ Découvrir *le site de l'Office de tourisme Comptoir local d'Aunis Marais Poitevin*