



LE TOTEM

Après avoir regroupé tous les offices de tourisme préexistants à la loi NOTRe, les élus de l'agglomération de Saint-Foin ont réfléchi en 2018 sous l'impulsion des salariés de l'OT:

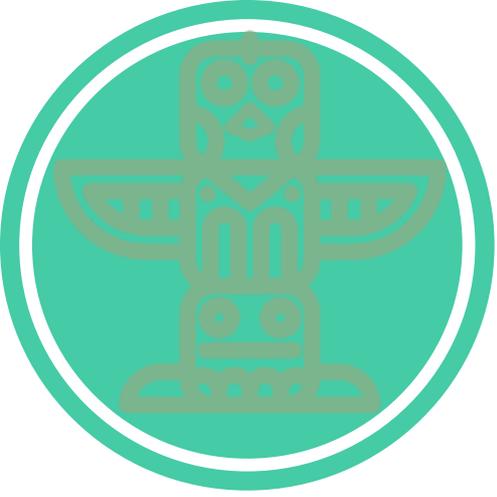
le territoire est construit autour d'une ville touristique avec un large territoire rural peu touristique. Les BIT ruraux n'avaient plus de fréquentation.

Il a donc été décidé de fermer tous les BIT et de **concentrer les efforts dans une "tour Eiffel" de territoire**, sis dans la ville de Saint-Foin. Réalisée après un **concours d'architecte**, c'est d'abord un **superbe objet touristique, vitrine du savoir-faire du territoire**, doté d'une vue panoramique, bar, restaurant et boutique. Elle voit 250 000 visiteurs/an contre 50 000 visiteurs auparavant sur l'ensemble des offices de tourisme du territoire.

L'objectif : **renvoyer les clientèles vers l'ensemble du territoire, notamment avec des produits insolites à forte valeur ajoutée expérientielle.**

L'implication des habitants a permis de marketer ces produits; pour se faire, les anciennes conseillères en séjour des BIT ont été formées au design de service et ont changé de métier : elles construisent maintenant des expériences incroyables vendues en ligne et IRL aux clients de la tour Eiffel.





Histoire

En Auvergne-Rhône-Alpes, dans le département de la Loire, précédemment à la loi Nôtre, **il existait 8 BIT en milieu rural et un OT dans la ville principale.**

Au 1/01/17, l'OT central a absorbé les 8 BIT.

Au bout d'un an, le bilan statistiques de fréquentation était catastrophique avec 50 000 visiteurs en 2017 sur l'ensemble des accueils compte tenu de la faible attractivité touristique du territoire.

Aussi, en janvier 2018, les 26 salariés des 8 BIT et du Bureau principal, réunis en séminaire annuel, ont réfléchi à des solutions à proposer aux élus de l'agglomération de Saint-Foin. il est ressorti des débats que la fermeture des 8 BIT ruraux était inévitable. Le transfert de tous les salariés sur l'OT de la ville de Saint-Foin paraissait être la seule solution mais le site étant devenu vieillissant, obsolète, il fallait **proposer la construction d'un nouvel OT capable d'accueillir les 26 personnes et d'être à lui seul un lieu de visite incontournable du territoire.**

Il a donc été proposé à la commission tourisme de l'agglomération de **recentrer l'activité sur un seul OT principal situé dans la ville centre et de construire un bâtiment totem**, lieu symbolique, attractif et répondant aux demandes des clientèles.

Après une enquête menée sur les besoins des usagers, habitants et visiteurs, il est ressorti:

Le manque de restauration avec des produits locaux,
L'absence de bar à vin dans la ville,
La nécessité d'un lieu authentique et convivial où se retrouveraient les locaux et les visiteurs,
L'intérêt de créer un site de visite et d'exposition où la culture locale serait mise à l'honneur.

Il a donc été acté en Conseil d'Agglomération au printemps 2018 la **création de ce lieu totem, avec un concours d'architecte pour donner libre cours à la création de ce lieu architectural unique et emblématique qui va abriter :**



- Un rez-de-chaussée dédié à l'accueil du public avec un espace interactif gratuit permettant de s'immerger dans le passé industriel de la ville, son déclin puis sa reconversion

- Un étage "exposition" payant

-Un étage avec salles de conférence / séminaire / bureaux le dernier étage dédié au restaurant panoramique avec la bar à vin et une terrasse pour l'été, qui sera confié en gestion à un professionnel de la restauration à partir d'un appel à projet

Après les étapes administratives et les travaux, **le site a ouvert au public à l'été 2019.**

Pendant ce temps, le directeur a élaboré en concertation avec les salariés une **nouvelle stratégie marketing et les salariés ont pu se former avant d'entrer dans les nouveaux locaux.**

LE TOTEM

Fiche d'identité



Structure

l'OIT associatif composé d'un directeur général, de 26 salariés



Stratégie

Accueil

L'espace interactif et le mur d'images attire **200 000 visiteurs par an.**

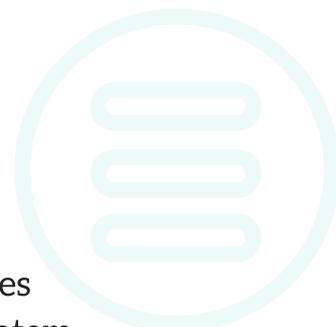
2 médiateurs pour animer l'espace et expliquer les outils numériques.

Un pré-accueil avec 2 personnes. Plus de banque. Plus de présentoirs. Documentation donnée après un entretien de 5 minutes.

La restauration est confiée à un privé. Concept de cuisine locale valorisant les produits du terroir.

Marketing

Davantage axé marketing territorial. Il y a un travail sur le diagnostic, le portrait identitaire du territoire pour en sortir les valeurs et un plan de communication pour valoriser ce lieu totem identitaire, le programme d'expositions et développer des retombées pour l'ensemble du territoire.





Coordination des socioprofessionnels

Les anciennes conseillères en séjour devenues “designer de services” visitent régulièrement les sociopros pour tester les activités et élaborer avec eux des programmes où le client vivra des expériences nouvelles. Les prestataires sont invités à chaque vernissage d'exposition pour être des ambassadeurs auprès de leurs clients.

Les expositions temporaires

L'organisation des expositions est confiée à un scénographe. Elles doivent être de qualité pour fidéliser les visiteurs. L'équipe de l'accueil est chargée de l'animation des visites...



Budget

2 millions d'euros

Recettes

La fermeture des 8 BIT a permis de dégager un budget de **1 million d'euros versé sous forme de subvention par la collectivité à l'association.**

Recettes popes générées par les entrées à l'exposition + les locations de salle et privatisation de l'espace : 1 million d'euros

Dépenses

Masse salariale : **1,2 millions**
Fonctionnement : **800 000 euros**





Mode opératoire

Toute l'équipe est réunie dans le nouveau bâtiment ultra connecté. les salles de réunion bénéficient d'équipements dernier cri, de même que l'accueil dispose d'espaces interactifs (table tactile, mur d'images...).



Gouvernance

La gestion est associative, les sociopros et les élus sont représentés au CA.



Ressources humaines

Organigramme

L'équipe accueil, médiation et animation des espaces : 10 personnes

L'équipe administrative : 4

L'équipe marketing (web et communication) : 6

L'équipe terrain en charge de développer le tourisme "expérientiel"
et le développement commercial : 6

Nouveaux métiers

Designer d'expériences

Vous améliorez l'expérience clients en adaptant les outils et les loisirs à leurs attentes pour qu'ils vivent une expérience inoubliable sur le territoire en vous appuyant sur l'analyse de son parcours, de son entrée à sa sortie, à la fois au sein de la tour Eiffel et sur le territoire. Vous créez ainsi de nouvelles offres touristiques en travaillant sur la mise en scène et l'implication du client.

Responsable du rayonnement du TOTEM

Responsable du service marketing vous avez en charge le rayonnement, la promotion et la communication du nouveau totem touristique du territoire. Vous élaborez la stratégie média sociaux en lien avec les cibles de clientèles.

Dispositif de ressources humaines



Plan de formation engagé entre 2018 et 2019 pour préparer le changement de métier : **6 ex-conseillers en séjour éclairé ont été formés au métier de designer d'expériences.**

Les socioprofessionnels

sont satisfaits du nouveau service proposé par l'OIT qui leur permet de développer leur activité et de se réinventer en mettant le client au coeur du produit.



Les visiteurs

sont attirés par ce lieu novateur et emblématique du territoire. Ils repartent enrichis des expériences vécues à l'intérieur du lieu et sur le territoire. ils en témoignent sur les réseaux sociaux ce qui contribue au bouche-à-oreille et à la notoriété du nouveau site.

Les habitants

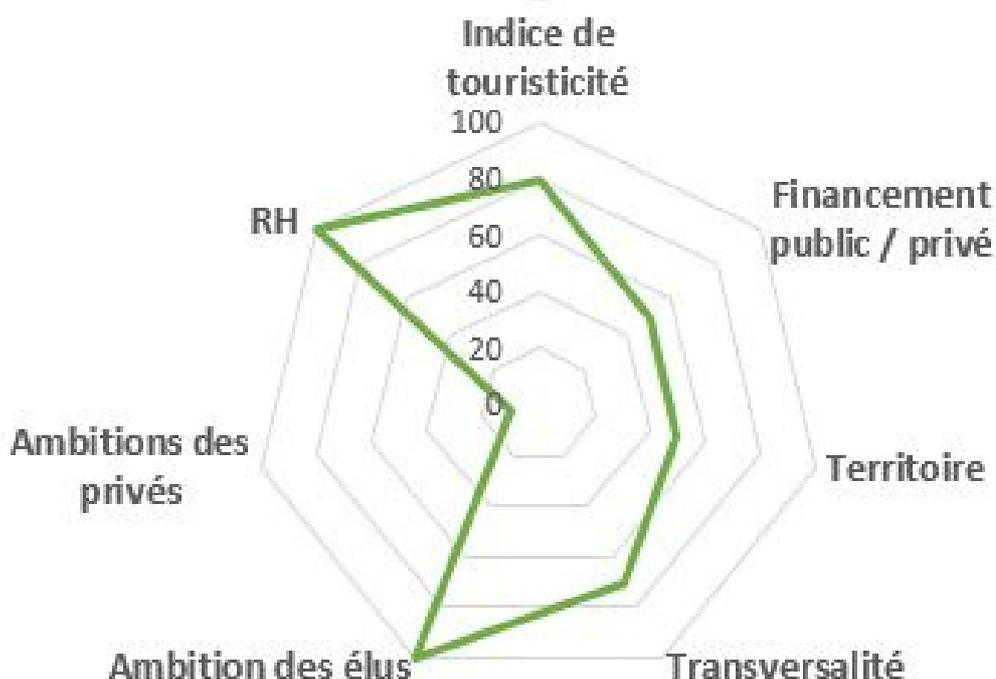
Sont curieux de découvrir ce nouveau lieu qui a beaucoup fait parler de lui au moment de l'ouverture. L'enjeu est de les fidéliser pour qu'ils fréquentent l'espace d'exposition et le restaurant, bar à vins.

Clientèles de la structure

Les élus locaux

attendent beaucoup de cet investissement, en terme de notoriété et de retombées économiques pour le territoire. Cet outil est valorisant et permet de développer la fierté d'appartenance pour les élus et les habitants.

Matrice LE TOTEM



LE TOTEM

Témoignages

Giada, 40 ans, ancienne conseillère en séjour

"J'ai eu très peur de perdre mon métier au moment de la forte baisse de fréquentation dans notre syndicat d'initiative. J'ai eu la chance d'être transférée au sein du nouvel Office de Tourisme Intercommunal et de participer à l'élaboration du plan de sauvegarde. La fermeture de nos structures nous a été bénéfique puisque j'ai changé de métier après 15 ans à l'accueil. La formation de "designer d'expériences" a ouvert le champ des possibles pour réinventer toutes les activités présentes sur le territoire. La relation avec les prestataires a changé."

Gilles Berthe, 58 ans ancien président d'un OT rural intégré dans le TOTem

"J'ai été mécontent de l'arrêt de mon BIT, très perplexe sur l'intérêt d'avoir un seul OT phare, surtout en ce qui concerne le fait de redistribuer la clientèle sur le territoire... Trois ans après je ne peux qu'observer que nous accueillons plus de monde...et qu'ils ont l'air content de découvrir notre territoire. Ils commencent même à revenir dans mon village et semblent mieux organisés. On verra sur le long terme mais c'est moins pire que ce que j'imaginai."

GéronimOT, touriste en provenance de la région Parisienne

"Nous cherchions cette année l'inspiration pour les ponts du mois de mai. Nous avons parcouru plusieurs blogs et nous sommes tombés sur plusieurs vidéos et articles de blogueurs sur le territoire de Saint-Foin...Je n'aurais jamais pensé venir dans cette région, mais nous avons été convaincus par les activités proposées par l'Office de Tourisme. Chaque contenu qu'on voyait était différent, adapté au blogueur, le personnel de l'Office avait l'air de vraiment prendre en compte nos personnalités et nos envies et de proposer des bons plans spécialement pour nous. On a par exemple visité un vieux village avec des catacombes qui débouchent sur une grotte avec un lac immense ! Et c'est un habitant du village qui nous y a amené, on était les premiers touristes à le découvrir ! A notre retour de vacances, on a épaté tout le monde avec ça, c'est rare aujourd'hui de trouver ce genre de visites dans les grands lieux touristiques..."



Commission prospective et développement
Offices de tourisme de France
2017