

Gouvernance

TERRITORIA BRONZE

C D Charente et C D Charente maritime
Charentes Tourisme, l'agence de développement touristique fédérée

1. L'innovation

Les départements de la Charente et de la Charente Maritime unissent leurs forces en donnant naissance à une nouvelle structure qui inscrit l'innovation dans son ADN : Charentes Tourisme.

2. **Mots clés** : Performance - Economie – Attractivité – Partenariat - Tourisme

3. Le besoin

Dans un contexte touristique en pleine mutation, la création d'une agence de développement touristique fédérée peut répondre au besoin d'accroître la performance économique du tourisme, en développant l'attractivité globale des territoires des Charentes, sans frontières ni concurrence départementales.

4. Les objectifs

Les objectifs sont ambitieux

- Devenir le 1er CDT de France pour l'ingénierie 360° auprès des acteurs, leader fédérateur des acteurs touristiques des Charentes
- Être un modèle national du tourisme institutionnel
- S'affirmer en lobbyiste de poids sur l'Ouest de la France, initiateur d'alliances nouvelles

5. La description de l'innovation

Qui : La volonté stratégique des deux exécutifs départementaux

Quoi

La déclinaison opérationnelle de cette ambition se traduit concrètement par :

- Une nouvelle organisation qui s'affranchit des organisations classiques en silos et s'appuie sur des services clients (acteurs pros, collectivités, grand public France et international) et des services supports (qualité, digital, communication, études et évaluation).

Une organisation plus aplatie et collaborative pour favoriser la créativité, la transversalité et l'intégration des jeunes générations.

- La création d'un territoire de communication spécifique dédié à la cible professionnelle et décliné sur l'ensemble des supports qui lui sont destinés.

Dans l'ADN de Charentes Tourisme sont inscrits : performance économique, expertise, partenariat et innovation.

Le bloc-marque « Charentes Tourisme » conserve un nom générique, familier et facilement identifiable.

La signature « Booster d'activité » définit le positionnement de la structure, ce qu'elle a de singulier, de spécifique : un positionnement de start-up, propulseur destiné à accroître le développement de l'activité des acteurs du tourisme sur le territoire des Charentes.

L'univers créatif rebondit sur la fusée car c'est le symbole par excellence de l'univers des start-up. Ce choix graphique marqué vise à casser les codes de la communication institutionnelle et accompagne la volonté de développer une relation positive, simple et directe avec les professionnels.

- Aux côtés de ses partenaires – Offices de tourisme et Chambres consulaires, le développement d'une gamme de services adaptés aux professionnels du tourisme
- Adaptée à leurs besoins et articulée autour de 3 axes : compétitivité (accompagnement sur la réservation en ligne, l'e-réputation, la distribution en ligne...), qualité (classement des meublés, qualité tourisme, tourisme & handicap...), visibilité
- Accessible à tous avec des tarifs avantageux
- Personnalisée selon les territoires et les secteurs d'activité

Rendez-vous sur www.offres-pros.com

- Un accompagnement de start-up dans des projets en totale adéquation avec les principales orientations stratégiques : les partenariats, l'innovation, la performance économique et la création d'emplois. Une réflexion est en cours pour structurer cette approche dans un Charentes Lab', cluster dédié à l'innovation touristique.

Parmi les projets en cours, RMD (solution Revenue Management de Destination) vise à consolider la DATA hôtelière (les réservations issues des outils de gestion des hôteliers) pour analyser au mieux le remplissage naturel d'une destination.

L'objectif est de limiter la dépendance des hôteliers face aux intermédiaires type Booking ou Expedia. Le dispositif se déploie via un collectif composé de territoires, Ré et Marennes-Oléron, de l'Université de la Rochelle, de Sup de Co et du syndicat hôtelier le Synhorcat.

Quand

Décembre 2016 : mise en œuvre administrative, juridique et sociale de la fusion

Mai 2017 : nouvelle organisation interne

Mars-octobre 2017 : marque et positionnement grand public

Juin 2017 : naissance de Charentes Tourisme (assemblée générale extraordinaire)

Octobre 2017 : marque et positionnement institutionnel

Janvier 2018 : lancement opérationnel de la structure.

6. Les moyens humains et financiers

47 collaborateurs

Budget de 6 000 000 € dont subventions des départements 16 et 17 à hauteur de 3 900 000€

Il s'agit du transfert des dépenses des 2 départements, sans augmentation.

7. L'évaluation de l'innovation

Cette fusion s'inscrit dans une démarche d'intelligence territoriale visant à optimiser les ressources et actions engagées au service des territoires.

Charentes Tourisme engage en septembre 2018 une démarche de management de la performance dans une logique d'amélioration continue.

Une réflexion en étroit partenariat avec la start-up Ulysse qui accompagnera notamment sur la cartographie des processus de reporting et la définition des indicateurs de performance.