

Synthèse – Atelier « Décentraliser l'accueil : quand l'information touristique devient l'affaire de tous »

Avec Aurélie Daire – Brive Tourisme

L'atelier interroge un sujet sensible pour les offices de tourisme : que faire face à la baisse de fréquentation des bureaux d'accueil ?

À Brive, la réponse a été radicale : fermer progressivement les petits bureaux saisonniers et réinventer le maillage territorial à travers les « Photos » – Points d'Hospitalité Touristique.

Une stratégie qui déplace le centre de gravité de l'accueil... vers les habitants et les commerçants.

D'un modèle historique à une remise en question structurelle

À la suite d'une fusion intercommunale, l'Office de Tourisme de Brive se retrouve à gérer 9 bureaux d'accueil, souvent hérités d'anciens syndicats d'initiative, avec :

- un maillage incohérent,
- des ouvertures saisonnières très courtes,
- une baisse de fréquentation pouvant atteindre -30 %,
- des difficultés de recrutement et de formation.

La crise Covid agit comme accélérateur : impossibilité d'embaucher massivement sans visibilité.

Plutôt que de maintenir un modèle fragilisé, la direction choisit de transformer la logique d'accueil.

Les « Photos » : structurer une pratique déjà existante

Le constat de départ est simple : dans les petits villages, les commerçants renseignent déjà les visiteurs.

Boulangerie, tabac-presse, café, épicerie, agence postale... les touristes demandent naturellement conseil aux personnes qu'ils rencontrent.

Le dispositif des « Photos » ne crée donc pas une nouvelle mission : il structure, valorise et outille une pratique spontanée. Chaque « Pote » bénéficie :

- d'une mini-formation d'1h sur le territoire (48 communes),
- d'un présentoir officiel avec documentation,
- d'un QR code renvoyant vers les informations du village,
- d'un accompagnement et de temps conviviaux en début et fin de saison.

L'objectif : répondre aux premières questions, notamment sur le village, et renvoyer vers l'office si nécessaire.

L'hospitalité comme valeur territoriale

Le choix du nom « Photes » (Points d'Hospitalité Touristique) n'est pas anodin.

Il affirme :

- une logique relationnelle plutôt qu'institutionnelle,
- une proximité,
- une confiance.

Un commerçant n'a aucun intérêt à « vendre » un restaurant médiocre. Son conseil est perçu comme sincère, local, authentique. L'atelier rappelle un point fondamental : l'image d'un territoire ne dépend pas uniquement de l'office de tourisme.

Un mauvais accueil chez un commerçant marque davantage qu'un excellent accueil au bureau d'information.

Un nouveau maillage territorial

Aujourd'hui, le territoire compte environ 25 à 30 Photes. Le maillage est pensé à partir :

- des flux touristiques,
- des hébergements,
- des axes routiers,
- des zones de rupture d'information.

Le dispositif permet :

- d'être présent dans des communes sans bureau,
- d'assurer une continuité d'information,
- d'élargir les points de contact.

Les Photes sont intégrés comme partenaires : newsletter, ateliers, éductours, rencontres conviviales. En revanche, le dispositif assume une limite forte : il n'est pas pleinement quantifiable.

On suit :

- la diffusion de documentation,
- la dynamique relationnelle,
- la stabilité du réseau.

Mais pas de statistiques fines de fréquentation.

Un modèle pragmatique et transférable

Le modèle suscite de nombreuses sollicitations d'autres offices. Il repose sur :

- la confiance avec les maires,
- l'identification fine des profils accueillants,
- la qualité humaine avant la performance économique.

Le dispositif ne génère pas nécessairement de flux commercial supplémentaire identifiable pour les commerçants, mais il renforce :

- la cohérence territoriale,
- le sentiment d'appartenance,
- la circulation de l'information

Idée-force de l'atelier

Face à la mutation des usages numériques, l'accueil physique ne disparaît pas. Il se diffuse.

L'information touristique ne doit plus être concentrée dans un lieu unique, mais irriguer le territoire par celles et ceux qui l'habitent. Dans un contexte de baisse de fréquentation des offices, la réponse n'est pas moins d'humain. C'est plus d'humain, mais autrement réparti.