

# ZOOM SUR...

L'OFFICE DE TOURISME  
SUD AVESNOIS



## LA STRUCTURE

en quelques mots

---

## LE MANAGER PREND LA PAROLE

Jonathan RANSART

---

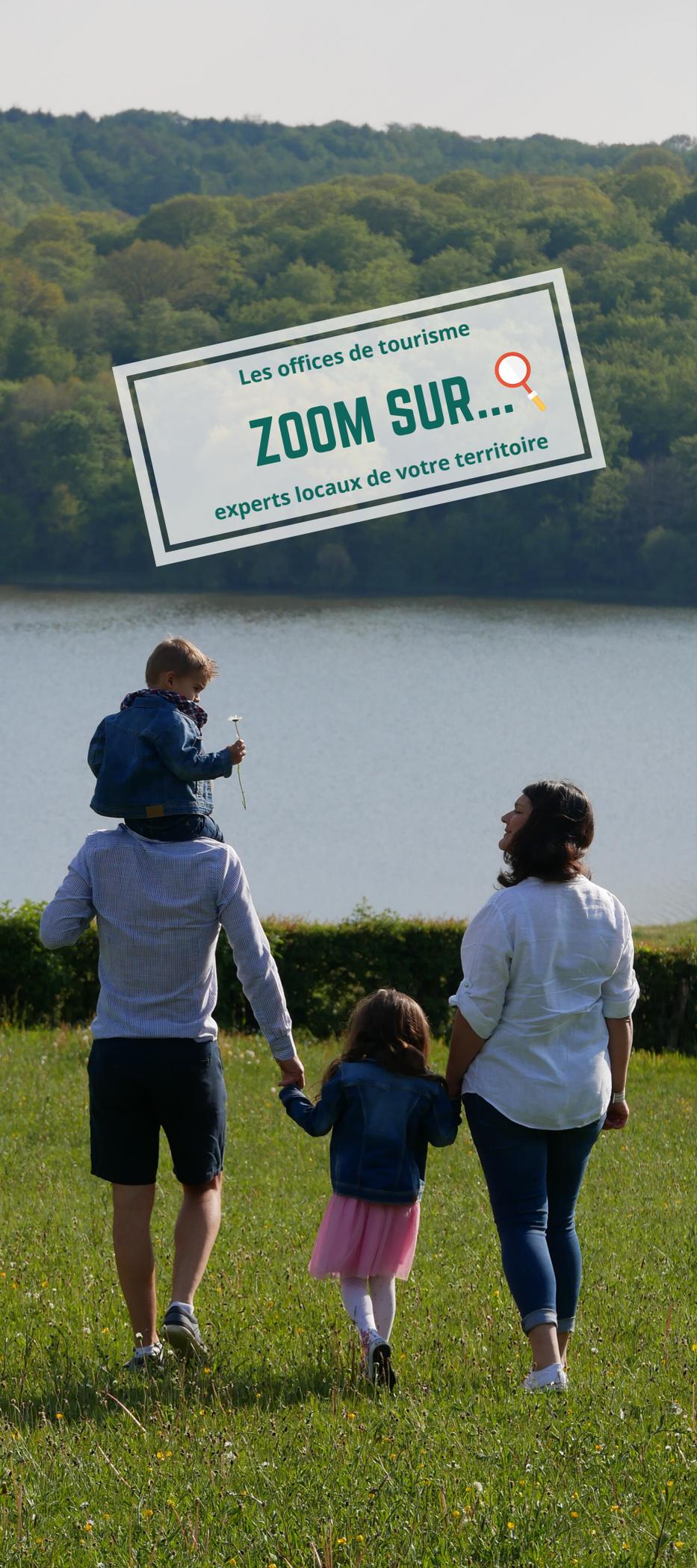
## LA MINUTE INNOVATION

en vidéo

---

## L'EQUIPE

en image





# LA STRUCTURE

en quelques mots



Dans ses locaux de Fourmies depuis 2001, et en statut d'EPIC depuis 2011, l'Office de Tourisme rayonne sur 12 communes du Sud-Avesnois.

A quelques kilomètres de la Belgique, de l'Aisne et des Ardennes, il couvre un territoire source de bien-être avec ses sites naturels, son bocage et ses forêts. Se balader ou randonner est évidemment incontournable chez eux ! La convivialité autour des saveurs locales fait partie de leur identité, tout comme le savoir-faire avec ses musées et artisans locaux qui font vivre aux visiteurs de surprenantes expériences par le biais de stages ou ateliers.

Dirigée par Jonathan RANSART, l'équipe composée de Nathalie MAHUT et Laurence BODELE est ambitieuse, et s'est lancée en 2019 dans un nouveau virage basé sur une démarche globale de Marketing territorial, avec un accent sur l'innovation.

**Office de Tourisme du Sud-Avesnois**  
**20A, rue Jean Jaurès**  
**59610 Fourmies**  
**03 27 61 16 79**

Un exemple d'idée qu'ils sont entrain de faire germer pour demain ? Un déménagement de leurs locaux actuels pour aménager leur Office de tourisme dans une ancienne usine de textile en cours de requalification, rien que ça !

Pour finalement devenir un « tiers lieu » accueillant les touristes bien sûr, mais aussi et surtout les habitants, les associations, les socioprofessionnels, les scolaires, ...

*Rassembler, accueillir, accompagner, développer, structurer, ... assurément un « petit » OT avec de « grands » projets !*



# UNE EQUIPE AU COEUR DE L'INNOVATION

- Jonathan RANSART -

**VALÉRIE VERCAUTEREN : JONATHAN, PEUX-TU DÉFINIR LES GRANDES LIGNES DE LA STRATÉGIE GLOBALE DE TON OFFICE DE TOURISME ?**

Jonathan RANSART :

Quand je parle de la stratégie globale de l'Office de Tourisme, je résume les choses en plusieurs points. Quand je suis arrivé il y a presque deux ans, l'idée était de révolutionner et de redynamiser l'OT en ne travaillant pas comme un OT classique mais comme une agence d'attractivité.

Il fallait sortir des missions régaliennes de l'OT et essayer de développer d'autres axes de travail en dépendant un peu moins des collectivités en dynamisant la partie commercialisation pour justifier notre légitimité à produire nous-même nos propres richesses et développer des fonds propres.

L'Office de Tourisme doit bien sûr être un outil au service des élus, mais aussi un outil de développement de l'offre touristique locale en faveur des visiteurs, des touristes et des habitants sans oublier les socio-pros en les accompagnant dans le développement de leur activité.

La stratégie de l'OT se découpe en 5 axes de travail.

Le **1er axe de travail** est centré sur l'information, la promotion et l'animation qui sont bien entendu les missions régaliennes d'un office de tourisme mais nous avons souhaité aller plus loin en développant l'accueil avec des valeurs plus marquées et une vraie identité du territoire, en créant notamment une boutique du terroir au sein des murs de l'OT.

Quand j'ai pris mes fonctions au sein de l'office de tourisme, mon idée était de donner un peu plus d'ambition à la structure en sachant que même à trois, il est possible d'impulser une vraie dynamique touristique.

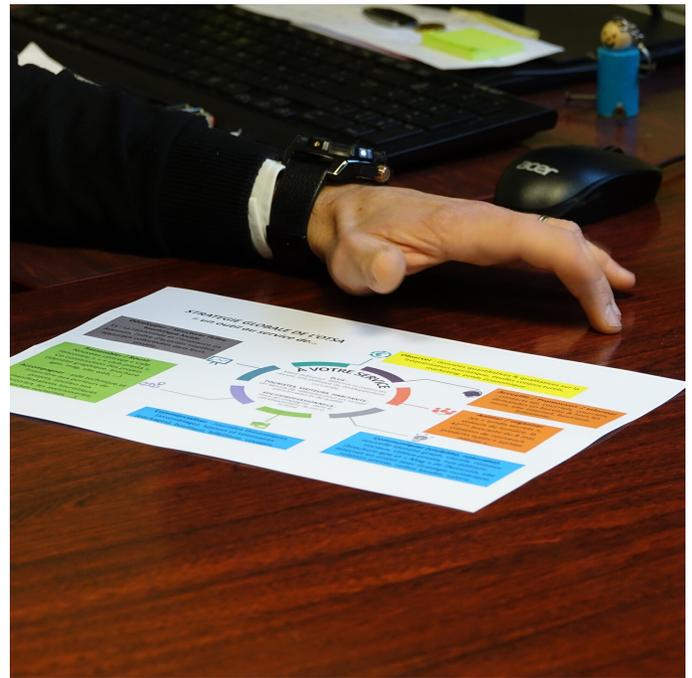


## "La stratégie est articulée via 5 axes majeurs"

Le **2ème axe de travail** est centré sur les missions de marketing territorial à travers deux volets : la communication et la commercialisation.

Nous souhaitons dans un premier temps être plus pertinent et qualitatif sur cette notion de communication (visibilité, notoriété). Par exemple, nous avons travaillé sur une nouvelle identité graphique qui a été coconstruite avec les socio-pros, nous avons aussi développé des vidéos qui mettent en valeur les artisans locaux ; chaque mois nous les mettons à l'honneur via notre rubrique «Un jour, un artisan, un producteur ».

Nous faisons très attention à notre communication sur les réseaux sociaux notamment au niveau de la qualité des visuels, pour valoriser notre image à l'extérieur mais aussi localement. En travaillant avec du bon sens et de la qualité, nous apportons une plus-value et impulsions une nouvelle dynamique positive. Sur Facebook par exemple, nous sommes passés de 1300 à 3300 abonnés.



Nous avons également réalisé un magazine de destination avec les trois autres offices de tourisme de la « Destination Avesnois » pour une clientèle « grand public ». Cette démarche entre dans une vraie volonté de mutualiser certains moyens avec les autres offices de tourisme du territoire.

Côté « commercialisation », après avoir obtenu le fameux agrément en avril 2018, nous avons créé une nouvelle brochure « groupes » qui va de pair avec la notion de marketing. Coconstruits avec les socio-pros, les produits « clés en main » ont été réalisés avec eux et pour eux, avec des répercussions positives sur le développement économique local puisque les ventes créent de la richesse chez eux et des fonds propres pour l'OT !

Nous avons, par conséquent, développé des nouvelles compétences à l'OT grâce à la création de nouveaux produits (Séminaires d'entreprise, séjours packagés pour groupes d'adultes, journées thématiques, voyage d'un jour pour les locaux, ...).

Notre politique globale est surtout basée sur la notion d'adapter l'offre à la demande.





Le **3ème axe de travail** est basé sur la stratégie relationnelle. Nous avons, dans un premier temps, réuni les socio-pros sur des créneaux spécifiques et nous nous sommes vite rendu compte que nous faisons de l'information descendante et qu'il n'y avait pas forcément d'échanges et de suites à ces rencontres.

Suite à cela, j'ai souhaité changer le format de ces ateliers en choisissant des sujets d'actualités en fonction des problématiques du moment pour que les échanges soient plus libres. Nous nous sommes orientés vers un nouveau concept « Le café rencontre » qui est assez modeste dans son format puisque égal à 2H30 de leur temps tous les deux mois autour d'une problématique soulevée par eux-mêmes. Dès le 2ème café rencontre, nous avons doublé le nombre de participants.

Nous les aidons financièrement et techniquement dans leur démarche de labellisation ou d'aménagements. Dans cette stratégie relationnelle nous coconstruisons et cela est bénéfique pour les deux parties.

Le **4ème axe de travail** est de développer et structurer l'offre touristique locale. Nous essayons de contribuer à l'aménagement de nouveaux équipements sur le territoire. Au niveau de l'itinérance, par exemple, des aménagements sont en cours, réalisés par le département. Des aménagements futurs sont également prévus : le réseau point nœuds sur l'Avesnois. Nous souhaitons donc anticiper tout ce qui va se passer à ce sujet d'ici deux à trois ans pour être opérationnel le jour J. Nous sensibilisons les socio-pros à se préparer en se labellisant, en faisant les bons aménagements afin qu'au moment venu, il ne reste plus qu'à communiquer.

Le **5ème axe de travail** est d'être un observatoire du tourisme au niveau local. Pour que notre stratégie vive et évolue, il faut que l'observation soit bien pensée. Nous réalisons des enquêtes de fréquentations touristiques qualitatives et quantitatives à l'échelle de la « Destination Avesnois » et grâce à ces enquêtes nous adaptons la stratégie ! Par exemple, le 1er mag avait été axé sur la famille suite à une enquête qui avait révélé que les touristes en familles étaient les plus nombreux sur le territoire. Cette année, nous avons également fait une enquête à destination des socio-pros pour connaître la réalité du territoire en termes de données sur la clientèle touristique en ayant leur ressenti pour aller plus vers une enquête conjoncturelle. Nous avons donc une vision précise de la clientèle et des socio-pros.

**Globalement la stratégie de l'OT se situe au niveau de ces 5 axes.**

## VV : QUEL EST LE PROJET QUI T'APPORTE LE PLUS DE SATISFACTION ?

JR : Le projet qui m'a apporté le plus de satisfaction, c'est cette mission de « rassembleur » au niveau des différentes rencontres que nous pouvons réaliser avec les socio-pros.

Nous arrivons maintenant à déceler une vraie cohérence collective et avons instauré un climat de confiance avec les prestataires touristiques du territoire.

Aujourd'hui, ils savent où nous voulons aller et comment nous voulons y arriver donc la relation est très appréciable !



## VV : QUELS CHANGEMENTS SOUHAITES-TU APPORTER AU SEIN DE TON ÉQUIPE POUR ÊTRE EN ADÉQUATION AVEC LES NOUVEAUX MÉTIERS ? AS-TU INTÉGRÉ LES FORMATIONS DU PLAN DE FORMATION HAUTS DE FRANCE DANS TON PLAN D'ACTION ?

JR : La stratégie ne pouvait pas évoluer sans que l'équipe évolue également.

Nathalie et Laurence, au même titre que l'OT, ont développé de nouvelles compétences. Grâce aux formations que nous avons suivies, aux compétences que nous sommes allés chercher ailleurs pour les développer en interne.

A l'avenir, je souhaite que globalement, l'équipe développe des compétences en développement personnel afin de pouvoir déléguer encore d'avantage de missions à mes collègues et développer leur confiance en elles. Au quotidien, je m'attèlerai à être vigilant sur ce point d'évolution en continuant à être bienveillant au sein de mon équipe.

**VV : QUELS SONT LES PROJETS INNOVANTS A VENIR ?**

JR :Le projet innovant à venir est le rapprochement physique que nous envisageons avec l'écomusée de l'Avesnois !

L'idée est de mutualiser nos moyens avec l'écomusée car les intérêts de convergence sont nombreux aussi bien dans les pratiques professionnelles (stratégie de communication et commercialisation, montée en compétence des équipes, moyens humains et financiers, ...) que d'un point de vue des services proposés aux publics (l'OT et l'écomusée partagent les mêmes publics).

Et de créer un « tiers-lieu », véritable porte d'entrée de l'avesnois dans ce nouveau site qui proposera de nombreux services à différents types de public (individuel, touristes, socio-pros, habitants...) véhiculant des valeurs et une identité propre au territoire.

Le projet innovant est donc de devenir un vrai pôle d'attractivité culturel et touristique.

**VV : COMMENT VOIS-TU TON OFFICE DE TOURISME DANS 5 ANS ?**

JR :C'est intimement lié au projet innovant que nous venons d'évoquer !

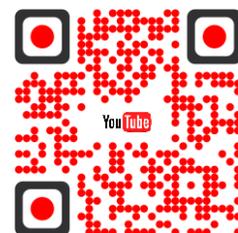
*Dans 5 ans, l'Office de Tourisme du Sud Avesnois sera une référence en matière d'innovation et de projets dans un lieu pensé, à la fois pour les touristes et les habitants !*



## LA MINUTE INNOVATION EN VIDEO

**DECouvrez EN VIDEO UN PROJET INNOVANT MIS EN PLACE A L'OT EN CLIQUANT SUR LE LIEN CI-DESSOUS :**

<https://youtu.be/Mh4ezS0doOc>



# L'ÉQUIPE EN IMAGE



## LAURENCE BODELE

*Conseillère en séjour*

Si elle était :

- 1 projet : la mise en place du logiciel e-boutique et la RGPD
- 1 compétence : la polyvalence
- 1 hashtag : #lolobricolo
- 1 lieu : le site des étangs des Moines
- 1 geste pas écolo : prendre la voiture alors que j'habite à 1km
- 1 qualité : la capacité d'adaptation
- 1 défaut : l'impulsivité



## NATHALIE MAHUT

*Conseillère en séjour*

Si elle était :

- 1 projet : le reporter de territoire pour les prestataires
- 1 compétence : la polyvalence
- 1 hashtag : #baindeforet
- 1 lieu : le château de Trélon
- 1 geste pas écolo : prendre la voiture pour les petits trajets
- 1 qualité : l'adaptabilité
- 1 défaut : la sensibilité



## JONATHAN RANSART

*Directeur*

Si il était :

- 1 projet : le rapprochement physique avec l'écomusée de l'Avesnois
- 1 compétence : la gestion de projets
- 1 hashtag : #jadorelechocolatcarjefaisdusport
- 1 lieu : le lac du ValJoly
- 1 geste pas écolo : prendre la voiture pour 200 m
- 1 qualité : la bonne humeur
- 1 défaut : trop tatillon (à cheval sur les détails)

## Stagiaire du mois de décembre



### BRICE WALBERT-LEBRUN

Si il était :

- 1 projet : l'accueil des personnes et la relation client
- 1 compétence : les logiciels informatiques
- 1 hashtag : #reseauxsociaux
- 1 lieu : le forum antique de Bavay
- 1 geste pas écolo : prendre la voiture pour les petits trajets
- 1 qualité : accueillant
- 1 défaut : bavard



# N°8

Réalisé par :  
**Valérie VERCAUTEREN - OFFICES DE  
 TOURISME DU NORD - RELAIS TERRITORIAL**  
**Aurélié KAZIMIERSKI - NORD TOURISME**  
 Remerciements à Janathan RANSART  
 Directeur de l'OT Sud Avesnois et à toute  
 son équipe pour l'accueil sympathique qu'il  
 nous ont réservé.

