

Economie | La Destination Cognac, bientôt une marque de tourisme ?



Après la création de la Destination Atlantique, en 2017, rassemblant les acteurs du tourisme du littoral néo-aquitain, il y aura peut-être bientôt une Destination Cognac. C'est du moins le projet porté par Charentes Tourisme pour 2019-2020. L'office de tourisme intercommunautaire compte présenter un dossier à Atout France pour faire reconnaître le territoire du vignoble de cognac comme une destination touristique française majeure. Elle serait alors la 24e destination adoubée par l'Etat, derrière les marques Golfe Biarritz-Pays basque et Vallée de la Dordogne.

Objectif : se faire bien identifier de la clientèle de voyageurs aussi bien sur la scène nationale qu'internationale. Charentes Tourisme mise en particulier sur le développement de l'oenotourisme, qui représente environ dix millions de voyageurs annuels sur le plan national. Reste à en définir plus précisément le périmètre – comprendra-t-il les zones en cru « bois ordinaires » et « bons bois » de la zone littorale de la Charente-Maritime, par exemple ?

Si Charentes Tourisme pilote le projet, il va porter le dossier avec un collectif d'une vingtaine de partenaires, regroupant les EPCI du vignoble cognçais, le Bureau national de l'interprofession du cognac (BNIC), la fédération des Vins de Pays, les CCI de deux Charentes, l'association de promotion des viticulteurs indépendants Les Etapes du cognac, ainsi que les grandes maisons de cognac.

L'intérêt de la démarche ? Bénéficier de la vitrine d'Atout France, à travers son carnet d'adresse et son portail internet. Et toucher l'enveloppe de 75 000 euros d'aide d'Atout France, pour un programme de mise en place d'actions sur trois ans. Charentes Tourisme compte déposer son dossier auprès du secrétaire d'Etat au Tourisme juste avant ou juste après l'été, pour se préparer au lancement d'un plan d'actions dès le premier trimestre 2020. Une vaste campagne de promotion du territoire pourrait alors s'ouvrir, en particulier à l'étranger. Prenant l'exemple de Destination Atlantique, qui communique avec succès depuis un an sur 3 Länder allemands et bientôt sur le Benelux, Destination Cognac ciblerait plutôt son offensive sur la Chine...

En 2019, Charentes Tourisme poursuit son accompagnement des professionnels du tourisme en créant notamment un groupement d'employeurs à vocation touristique. Le but : salarier des personnes avec des compétences complémentaires au tourisme dont les professionnels n'ont généralement que des besoins ponctuels, et qu'ils ne se permettent pas faute de moyens. A savoir : community manager, web marketer, attaché de presse, guide interprète, etc. Cette contractualisation permettrait de faire intervenir ponctuellement ces experts chez les professionnels du tourisme. Autre changement : Charentes Tourisme va changer de plateforme d'e-commerce (vente de services en ligne type hébergements, visites, etc.) pour une nouvelle baptisée Elloha. Selon Charentes Tourisme, celle-ci offre un interface plus facile d'usage pour ses utilisateurs, une navigation plus lisible pour les internautes, un système de paiement plus simple et sécurisant pour les clients, la possibilité d'élargir son offre à la vente de services connexes de partenaires touristiques... Par exemple, un hôtel pourra proposer à la vente des billets de visite d'un musée proche, en plus de ses chambres, en fonction d'un partenariat établi entre eux. Cette nouvelle plateforme devrait être opérationnelle à partir d'avril.

Anne-Lise Durif

Crédit Photo : Archives Anne-Lise Durif

Publié sur aqui.fr le 27/01/2019

[Url de cet article](#)