

COMPTE RENDU DE LA REUNION : MUTUALISATION DES ACHATS DES PRODUITS BOUTIQUE OT

Lors d'une réunion de concertation organisée le 8 mars dernier par le Comité Régional du Tourisme Paris Ile-de-France, plusieurs Offices de Tourisme ont partagé leur souhait de mener une réflexion sur une potentielle mutualisation des achats de produits vendus dans leurs boutiques, afin d'optimiser le budget, le stock et les marges dégagées.

Le CRT a fait appel à Museum & Industries by POPASCH, spécialiste des boutiques de sites culturels et touristiques, pour animer un atelier autour de cette thématique.

Une première visioconférence a été organisée le 22 juin, de 9h30 à 11h, et a réuni plus d'une vingtaine de participants, représentants de 16 Offices de Tourisme de la destination. L'enjeu était de définir les ambitions communes autour de la problématique de mutualisation des achats. Un tour de table a permis d'identifier les contraintes et les attentes de chacun.

Les Offices de Tourisme, véritables vitrines touristiques, jouent un rôle important dans l'attractivité des territoires et dans la mise en valeur de leur unicité. Leurs points de vente proposent, en grande majorité, des produits locaux, identitaires d'une ville, d'une région ou d'un savoir-faire, réalisés par des producteurs ou des artistes implantés à proximité. La mutualisation potentielle des achats ne doit pas avoir d'impact sur ce positionnement différenciateur.

Ainsi, le groupe de travail a mis en exergue deux opportunités de développement qui devront faire l'objet d'une étude de faisabilité approfondie :

- **Grouper les achats d'objets souvenirs (mugs, tote-bag, porte-clés...),** y compris avec les réseaux de revendeurs, pour maximiser les quantités et diminuer le prix d'achat des produits, tout en conservant l'identité visuelle propre de chaque structure.

- **Créer des gammes de produits communes autour :**
 - d'un événement (Coupe du Monde de Rugby, Jeux Olympiques),
 - d'une collection mettant en valeur la richesse du patrimoine de la région,
 - d'un objectif responsable (gamme 100% francilienne),
 - d'une marque régionale (sur le modèle de la Normandie ou du Pays Basque).

Une seconde réunion sera organisée à la rentrée en vue de préconiser des solutions opérationnelles et de définir les process autour de la création d'une gamme de produits « réseau ».