

Mont-Saint-Michel : La Poste et l’Office de tourisme cohabitent à merveille

Published 18 juillet 2019 L'Adresse Musée de La Poste [Leave a Comment](#)

6 Votes



Première destination touristique en France après Paris, le Mont-Saint-Michel reçoit chaque année plus de 3 millions de visiteurs.

Son bureau de poste, entièrement repensé, accueille depuis quelques semaines l’Office de tourisme du site.

D’ajuster sa présence aussi.

Mais là, pour un nouveau concept, c’est un nouveau concept. Celui d’un espace partagé. Et pas n’importe où, pas par hasard, au Mont-Saint-Michel, un des lieux culturels les plus visités de France.



L’idée de réunir La Poste et l’Office de tourisme du Mont-Saint-Michel a été lancée l’été 2018.

La direction du Réseau de La Poste, l’idée, lancée l’été 2018, a été de juxtaposer les prestations, de tendre vers une mutualisation des flux et de mettre nettement plus de place à la disposition de l’Office de tourisme. »

Le tout au cœur d’un établissement entièrement rénové, connecté et agencé ergonomiquement.

Esthétique aussi, avec en particulier aux murs des photos du Mont-Saint-Michel réalisées par André Gloux, un artiste de la région dont des œuvres figurent sur un collector de timbres vendu sur place.



Situé au pied de la Merveille du Mont-Saint-Michel – l’ensemble des édifices exceptionnels bâtis au début

du XIII^{ème} siècle -, le bureau de poste du site, entièrement repensé, accueille désormais l’Office de tourisme.

Une première à laquelle s’est associé le Musée de La Poste.

Des évolutions, des aménagements, des dispositions et dispositifs innovants pour ses bureaux, La Poste en a déjà connus, mis en place. Et elle continue, d’adapter son offre, de l’enrichir..

Partagé, parce que depuis quelques semaines, la Poste de ce site incomparable par sa situation, sa beauté et son histoire accueille en son sein l’Office de tourisme local.

Une première, jamais auparavant La Poste ne s’était associée dans ses locaux avec d’autres entreprises ou services.

« Installée depuis des décennies à l’entrée du Mont, La Poste voyait depuis quelques années son trafic baisser, et l’Office de tourisme était quant à lui cantonné à proximité dans une implantation exiguë, explique Véronique Lescuyer, la directrice de projets « nouveaux concepts » à la



Une première, jamais auparavant La Poste ne s'était associée dans ses locaux avec d'autres entreprises ou services.

Et quand même aux couleurs permettant d'identifier les espaces dédiés des deux partenaires – on ne peut pas tout partager... -, jaune pour La Poste et blanc pour l'Office de tourisme.

A peine plus d'un mois depuis que ce bureau « nouvelle formule » a ouvert ses portes, et les résultats ne se sont pas fait attendre.

Très largement positifs selon Pascal Lusley, le responsable du secteur des espaces commerciaux de La Poste.

« Depuis le lancement le 12 juin dernier de cette cohabitation naissante, la fréquentation et le chiffre d'affaires de La Poste –



généralisé par les timbres, les collecteurs, les Prêt-à-Poster, les emballages, les accessoires de téléphonie, les objets souvenir... – ont bondi de plus de moitié, indique-t-il, et il faut ajouter à cette satisfaction la vente nouvelle de produits du Musée de La Poste, sacoches et besaces de facteurs en toile, véhicules postaux miniatures, boîtes aux lettres/tirelire... »



Les produits du Musée de La Poste – sacoches, besaces de facteurs en toile, véhicules postaux miniatures, boîtes aux lettres/tirelire... – figurent en bonne place dans l'espace postal du tout nouveau bureau. »

Ces produits symboliques de l'histoire et de la culture postales avaient déjà fait leurs preuves.

Outre leur vente à la boutique du musée, ils sont aussi proposés dans plusieurs implantations postales, comme celles des aéroports de Roissy et Orly, au bureau de la place Bellecour à Lyon ou encore à la boutique du Palais Idéal du facteur Cheval...

Côté Office de tourisme, les premiers retours se révèlent également très encourageants.

« Cela a du sens que l'on travaille ensemble, notre objectif est fondamentalement commun, rendre le meilleur service possible aux visiteurs, affirme Emmanuel Villain, le responsable de l'Office, on a plus de

place, les gens qui viennent pour nous passent aussi souvent par La Poste, et inversement. »

La synergie se traduit aussi par une entraide opérationnelle. Les horaires d'ouverture des deux entités étant un peu décalés, notamment en fin de journée, c'est par exemple l'Office de tourisme qui prend le relais de 18 h à 19 h pour assurer la vente des produits postaux.

Mais la mutualisation n'est pas que celle du « front office » et des mètres carrés, c'est aussi celle des réserves. Lesquelles suscitent cependant quelques menues... réserves.

« Il y a encore des choses à caler, fiabiliser la gestion des stocks, utiliser au mieux les volumes dont nous disposons à l'arrière, admet Pascal Lusley, mais ce sont



Emmanuel Villain, le responsable de l'Office de tourisme, aux côtés de son équipe.



La cheminée où sont présentés des produits postaux est celle qu'utilisait jadis la célèbre « Mère Poulard » pour cuisiner ses fameuses omelettes...

des ajustements auxquels on va pouvoir procéder assez vite, ça n'empêche pas de bien travailler entre nous et de partager au mieux notre lieu d'activité. »

Un partage qui passe aussi par la tenue. Les chargées de clientèle de La Poste – Marie-Christine, Emma et Claire – comme les membres de l'équipe de l'Office portent tous la même marinière, une production des Tricots Saint-James, entreprise de la région réputée à l'international pour l'élégance et la qualité de ses vêtements.

« L'objectif poursuivi à travers cette première expérience, c'est d'accueillir autrement, d'aller vers le client, d'être plus ouvert, plus convivial, souligne Véronique Lescuyer, ça montre que La Poste sait se réinventer, et l'idée bien sûr c'est de développer plus encore des projets de ce type. »

La perspective d'autres partages pourrait ainsi s'étendre à court terme. Affaire à suivre...

Rodolphe Pays

(photos Bruno Pattou/Rodolphe Pays)

« On avait déjà une bonne entente avec l'Office de tourisme, mais ça s'est renforcé depuis que l'on travaille véritablement ensemble. Ce concept, c'est super, c'est une bonne idée. »

Marie-Christine Maurouard, chargée de clientèle.



« Avec les gens de l'Office, on se rend des services, mais on mange aussi entre nous, on prend un café, on discute, on prend la navette qui amène au Mont ensemble, il y a une bonne ambiance. » **Claire et Emma, étudiantes, chargées de clientèle saisonnières.**



d'Avranches.

« Les sacoches du Musée de La Poste, elles font un tabac, r clientèles asiatiques. Les modèles réduits de véhicules postaux miniature marchent bien aussi, et ce n'est pas rare que des postiers en vacances en achètent.

Bien sûr aussi les collectors de timbres, les gens se prennent souvent en photo au moment où l'on appose le cachet du bureau. » **Pascal Lusley, responsable des espaces commerciaux de La Poste pour le secteur**



« La présence des objets de la boutique du musée dans le bureau du Mont-Saint-Michel est particulièrement enthousiasmante.

En puisant dans nos ressources historiques et culturelles, nous avons l'ambition d'adapter et de développer cette offre de produits à destination des nouveaux concepts de bureaux.

La souplesse de notre organisation nous permet d'être au plus près des spécificités de chacun, et d'envisager de personnaliser notre offre en fonction des sites. » Bruno Pattou, responsable commercial du Musée de La Poste.



On ne peut pas tout partager : ambiance « jaune » pour La Poste, « blanche » pour l'Office de tourisme.

Sur la gauche, les photos du Mont-Saint-Michel réalisées par André Gloux.



Emma, chargée de clientèle, et Nathalie, la factrice du Mont-Saint-Michel.