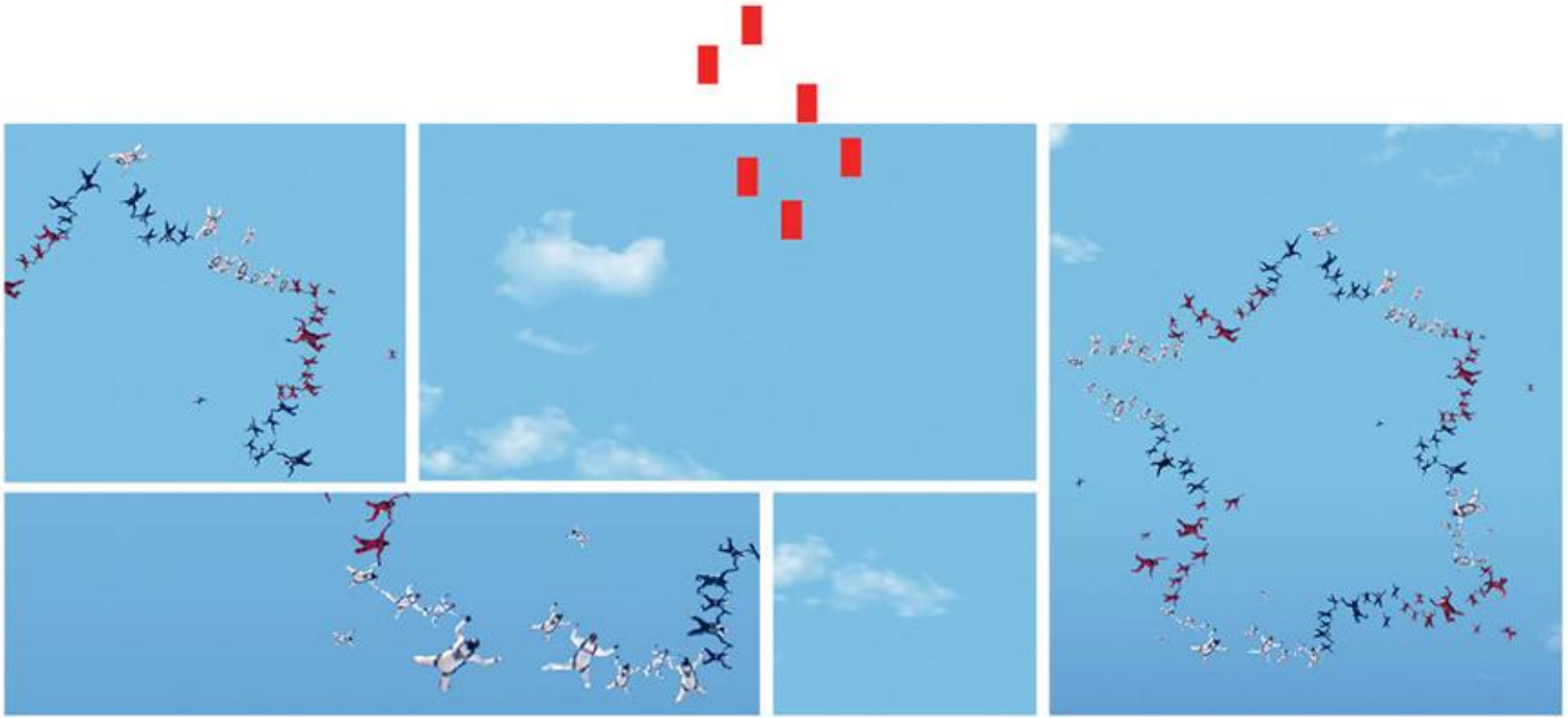
ATOUT FRANCE

AGENCE DE DÉVELOPPEMENT
TOURISTIQUE DE LA FRANCE



Qui suis-je ?

Philippe Fabry

e-tourisme - Atout France

philippe.fabry@atout-france.fr

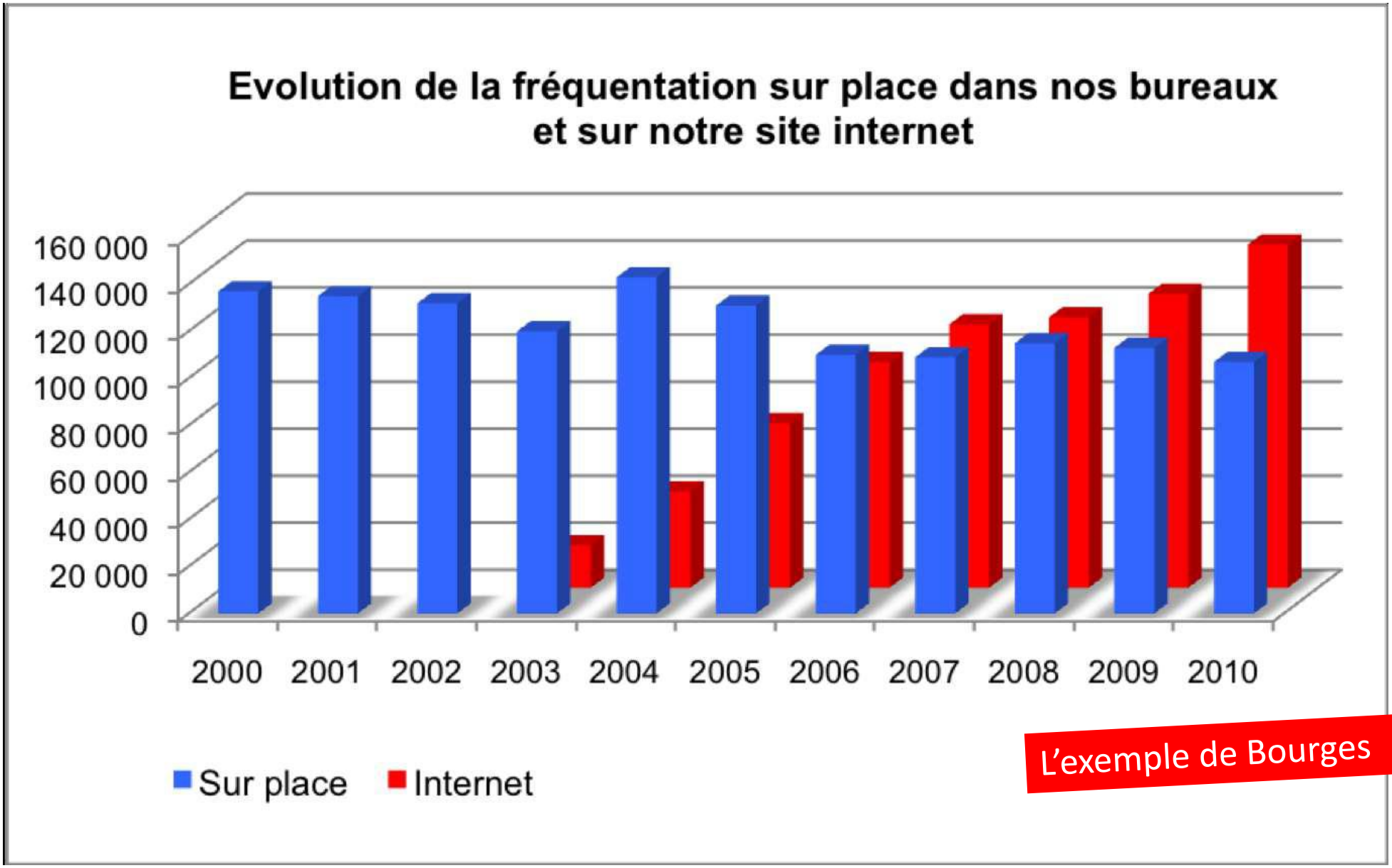
Tél. : +33 (0) 1 42 96 74 47

L’accueil numérique

La stratégie avant tout

Les enjeux de l’accueil touristique

- Globalement une baisse du nombre de visiteurs physiques en même temps qu'une hausse de visiteurs sur Internet
- La moyenne d'âge de nos visiteurs de plus en plus élevée
- Pourtant, on s'appuie toujours sur les chiffres de fréquentation physique...
- On estime que 80 % des demandes des touristes à l’accueil sont simples et basiques
- On estime que seulement 1 touriste sur 10 entre dans l’Office de tourisme



L'exemple de Bourges

Contexte

- Renouvellement des pratiques numériques (consultation en ligne, mobilité…) : nouvelles générations, nouveaux comportements

- Utilisation de nouveaux outils de médiation/accompagnement (simulation, 3D, Réalité augmentée, surfaces tactiles, RFID…)

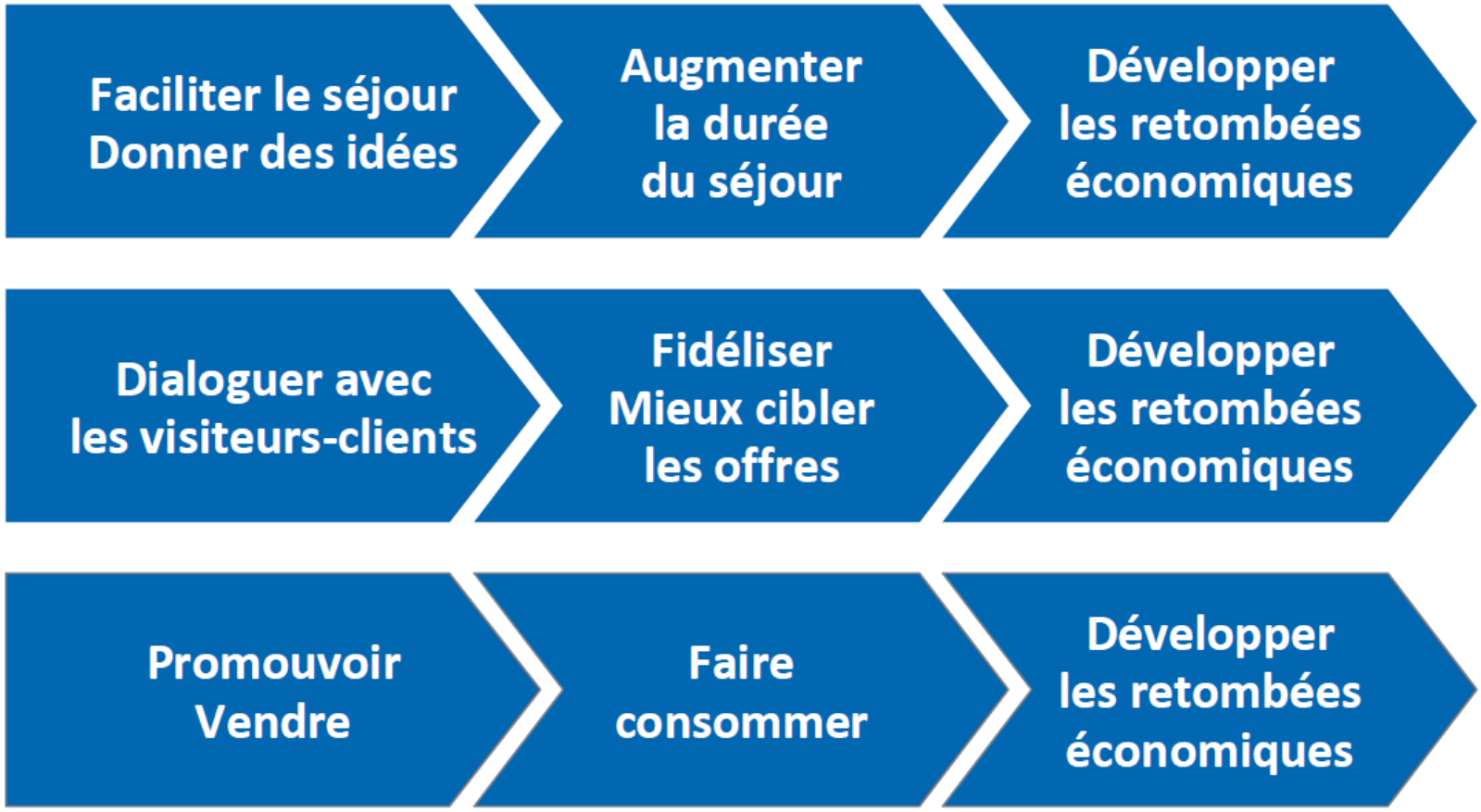
- Participation des visiteurs (implications, interactions, annotations, publication de contenus…), co-création

- Nouvelles attentes des consommateurs : convivialité, authenticité, contact humain, vivre une expérience, soif de comprendre

Quelques principes à rappeler…

- Le numérique ne remplace pas l'humain !
- Le numérique est une valeur ajoutée pour l'accueil
- Le numérique paraît complexe → rester simple (usabilité)
- Le numérique fait peur → respecter l'intimité et favoriser « l'extimité »
- Le numérique en séjour est mobile !

Pourquoi l'accueil numérique ?



1. Quelle stratégie ?

1. Quelle stratégie

Comment intégrer le numérique dans les stratégies d'accueil ?

- Définir une stratégie d'accueil et d'information sur place : pour qui, quels services…?

- Veiller aux conditions de mise en œuvre : coût, impact sur le personnel, valorisation

- La vocation des outils numériques est bien de compléter l'accueil physique

1. Quelle stratégie

Management de l'intégration du numérique

- Observer le comportement de ses clientèles avant d'entreprendre
- Travailler le concept « d'accueil idéal, physique et numérique » avec les équipes au contact du public
- Rédiger un cahier des charges argumenté et personnalisé (espaces dédiés, contexte local…)

1. Quelle stratégie

Management de l'intégration du numérique

- Observer le comportement de ses clientèles avant d'entreprendre
- Travailler le concept « d'accueil idéal, physique et numérique » avec les équipes au contact du public
- Rédiger un cahier des charges argumenté et personnalisé (espaces dédiés, contexte local…)

Accueillir c'est P.I.R.E.
Concept d'espace d'accueil
RésOT-Alsace - 2006

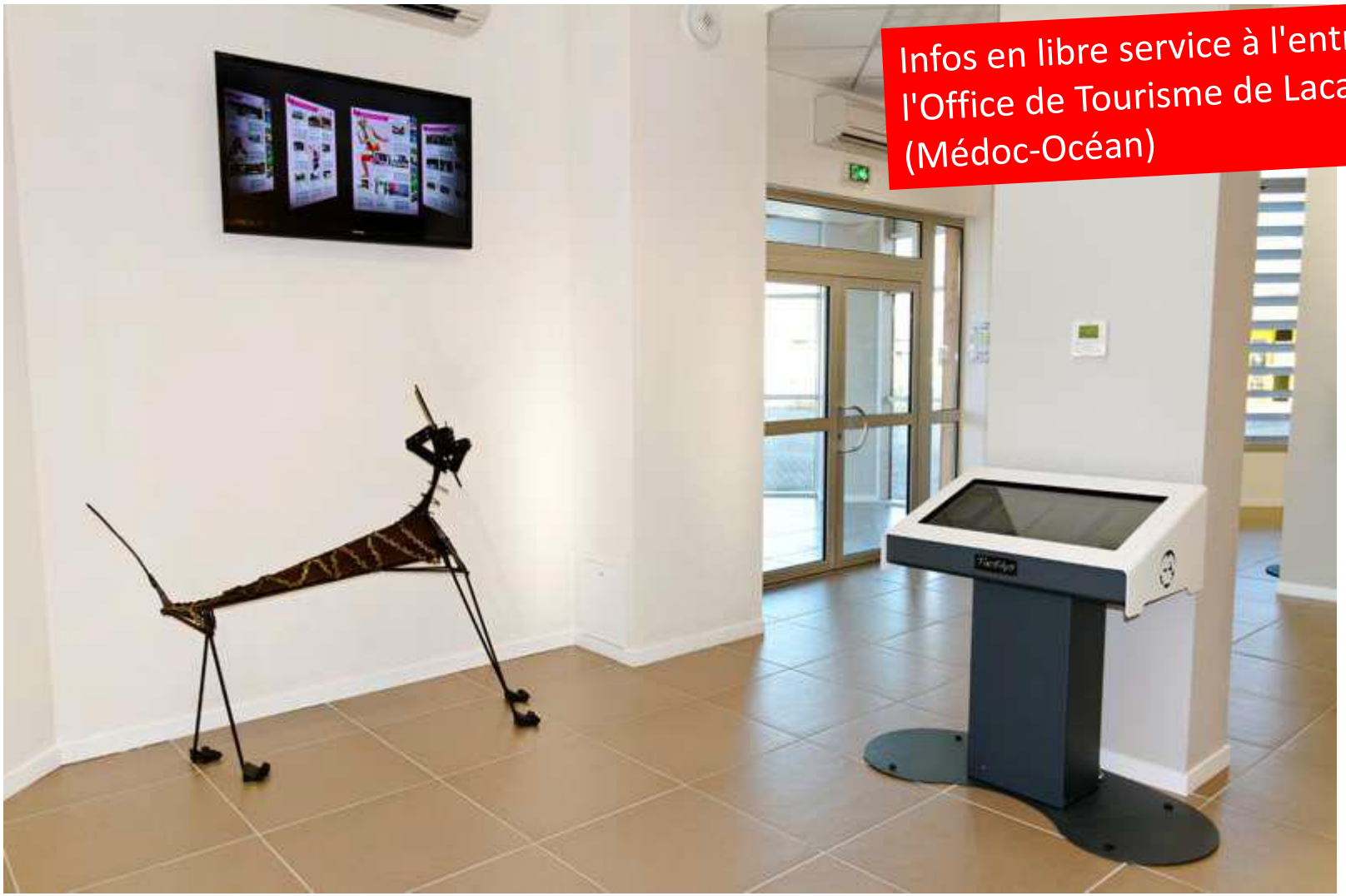
2. Le numérique au service de l'accueil physique

2. Le numérique au service de l'accueil

L'humain est essentiel

- Les technologies permettent de délester les agents des tâches récurrentes à faible valeur ajoutée et de se concentrer sur les missions de conseil

2. Le numérique au service de l’accueil



Infos en libre service à l'entrée de l'Office de Tourisme de Lacanau (Médoc-Océan)

2. Le numérique au service de l’accueil

2. Le numérique au service de l'accueil

- Se positionner comme expert de sa destination : animer une présence en ligne et une assistance au choix

- Convivialité et présence hors des murs : Un espace d'accueil « comme à la maison »

2. Le numérique au service de l'accueil

Office de Tourisme du Val de Garonne (Marmande)

2. Le numérique au service de l'accueil

- Ecosystème numérique – wifi par exemple

Le réseau de bornes « Witou » en Alsace

2. Le numérique au service de l'accueil

- Une information diffusée et visible 24h/24

L'Office de tourisme de Bourges

3. Former et impliquer

3. Former et impliquer

- Appropriation et formation : le numérique est avant tout un moyen de valoriser le métier d'accueil

- La médiation par le personnel d'accueil : associer le personnel d'accueil à l'enrichissement du contenu, « médiateur du numérique », les outils ne supplantent pas le conseil

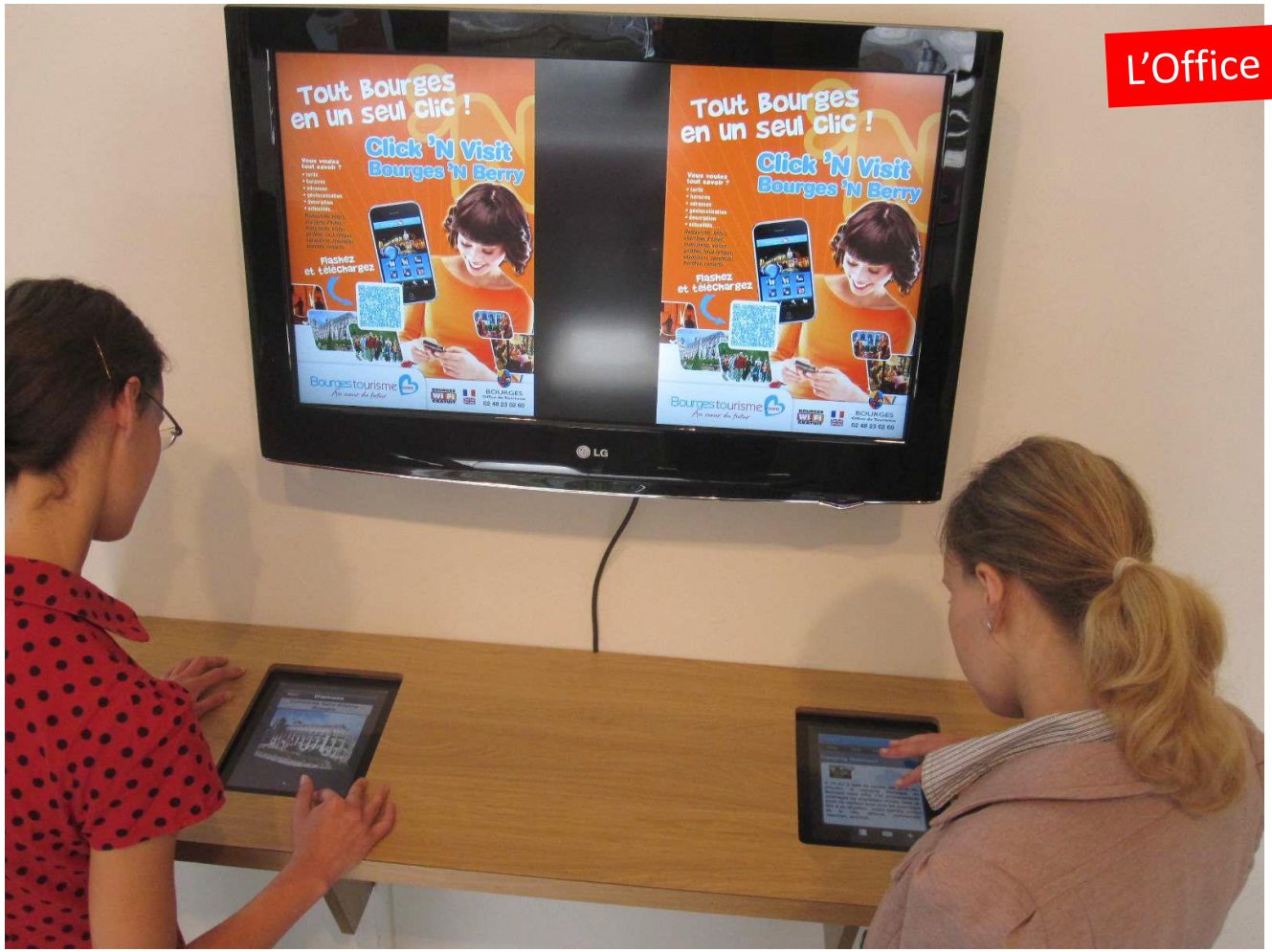
3. Former et impliquer

Révolution numérique à Bourges

- Intégration progressive de l'équipe d'accueil au Service communication
- Acquisition d'une grande autonomie sur le back office des supports numériques
- Implication totale et persistante dans l'aventure numérique

3. Former et impliquer

- Deux iPads en libre service, utilisés aussi en tant qu'outils de découverte et de médiation



L'Office de tourisme de Bourges

3. Former et impliquer

- Un mode d'emploi « téléchargement » des applications, largement diffusé auprès de toutes les clientèles

L'Office de tourisme de Bourges

3. Former et impliquer

- 12 iPads pour les 12 salariés de l'Office de tourisme

L'Office de tourisme de Bourges

4. Répondre à de vrais besoins

4. Répondre à de vrais besoins

- Attention à ne pas idéaliser la technologie

Office de Tourisme
d'Aix-en-Provence

4. Répondre à de vrais besoins

- Les outils doivent améliorer le service aux touristes

- Attention ! Le numérique évolue vite : amortissement court -> mutualisation des investissements et coûts maîtrisés nécessaires

5. Des services pour renforcer « l'expérience du territoire »

5. Renforcer l'expérience du territoire

- Proposer une découverte du territoire « étonnante » : jeux, découverte insolite, etc.

Le site du CRT Limousin
http://www.terra-aventura.fr/

5. Renforcer l’expérience du territoire

- Pour adapter la visite aux publics (enfants, handicapés, etc.) et aux intérêts des visiteurs

Le château de Cherbourg renaît grâce à la réalité augmentée

5. Renforcer l’expérience du territoire

- Pour rendre le local d’accueil attractif

L’Office de Tourisme de Fécamp

5. Renforcer l’expérience du territoire

L'Office de tourisme du Pays Vaison Ventoux

6. Des outils et services « durables »

6. Des outils et services durables

- Sensibilisation et pédagogie

Appli du PNR des Bauges

6. Des outils et services durables

- Moins de papier

Des QR Codes au cœur des éditions à Bourges

6. Des outils et services durables

Evolution de la « consommation » en 10 ans :

- 9 000 appels téléphoniques / 18 000
- 300 envois de courriers / 3 000
- 75 000 ex. édités / 275 000
- 60 000 documents téléchargés

Budget communication divisé par 2

Des résultats concrets à Bourges

6. Des outils et services durables

Bourges'Berry, l'équivalent texte de 8 documents édités :

- soit 180 pages de format A 5
- Plus de photos, plus de descriptions
- Une durée de vie illimitée
- Un flux d'actualités en continu

Des résultats concrets à Bourges

6. Des outils et services durables

- Moins de panneaux

7. La qualité des outils n’est rien sans la qualité de l’information

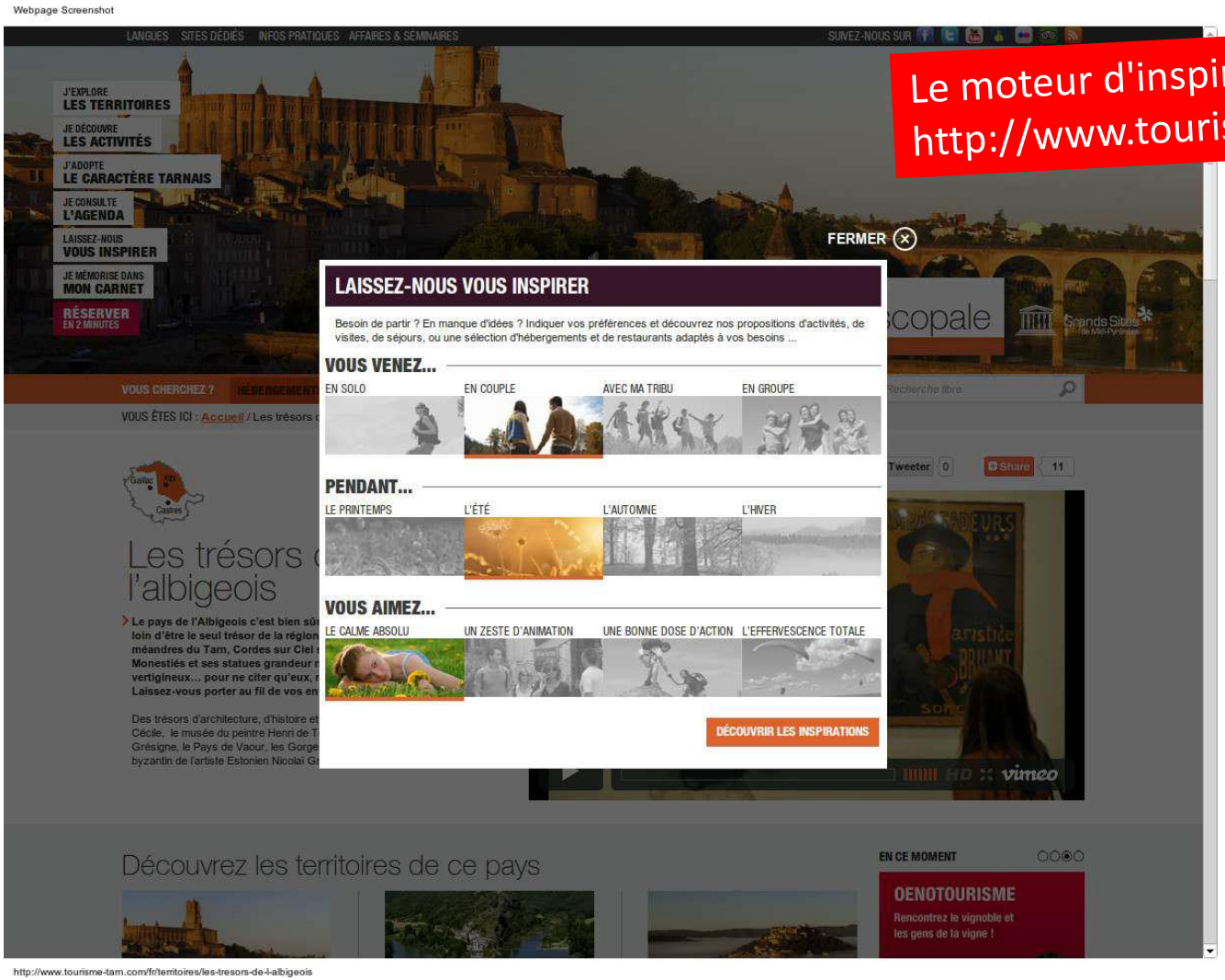
7. La qualité des contenus

- L'information est une matière première brute qui doit être enrichie → passer de l'annuaire au guide

Des PDF "Idées de visites" automatisés depuis le SIT en Alsace

7. La qualité des contenus

- Le conseil prime sur l'information « sèche »



Le moteur d'inspiration du Tarn
http://www.tourisme-tarn.com/fr

7. La qualité des contenus

- L’opinion des visiteurs est une information !

Les « badges » d'avis sur le site Alsace
http://www.tourisme-alsace.com/fr/reservez-votre-hotel/

L'opération « Vous aimez ? Dites-le ! » du CRT Franche-Comté

7. La qualité des contenus

- Des contenus enrichis (images, sons, vidéos)

L'Office de Tourisme de Bourges

8. Penser à la déambulation touristique

8. Penser à la déambulation touristique

- Une application correspondant aux usages géographiques des visiteurs

- L'info-mobilité n'est pas forcément à l'échelle de la commune... pensez à la mutualisation !

8. Penser à la déambulation touristique

Les offices de la Côte basque
Une application mutualisée
adaptée à la demande

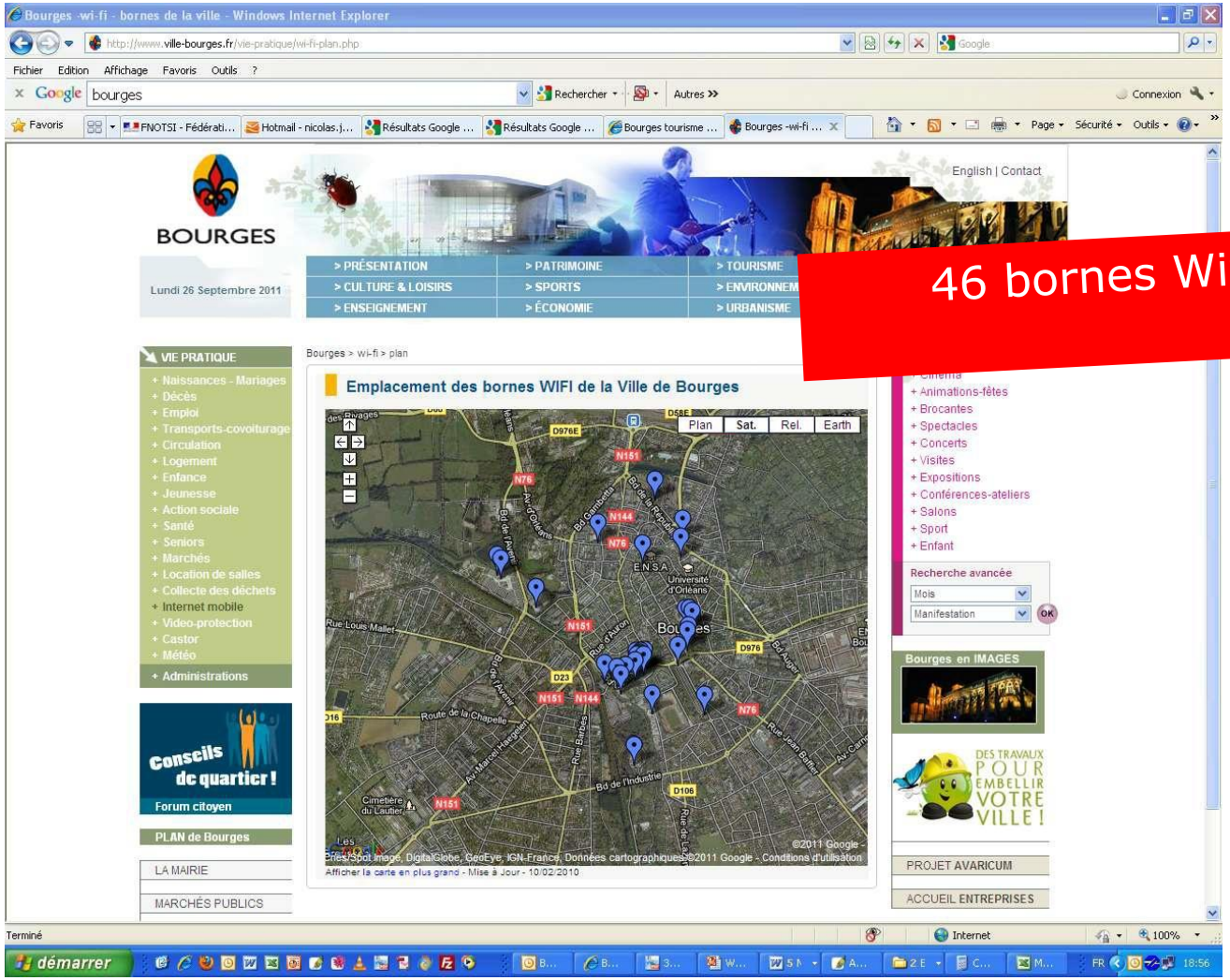
8. Penser à la déambulation touristique

- Des circuits géolocalisés pour faciliter la découverte

L'Office de tourisme de Bourges

8. Penser à la déambulation touristique

- Et pourquoi pas le wifi « territorial » ?



46 bornes Wifi au centre historique de Bourges

9. L’accueil est l’affaire de tous

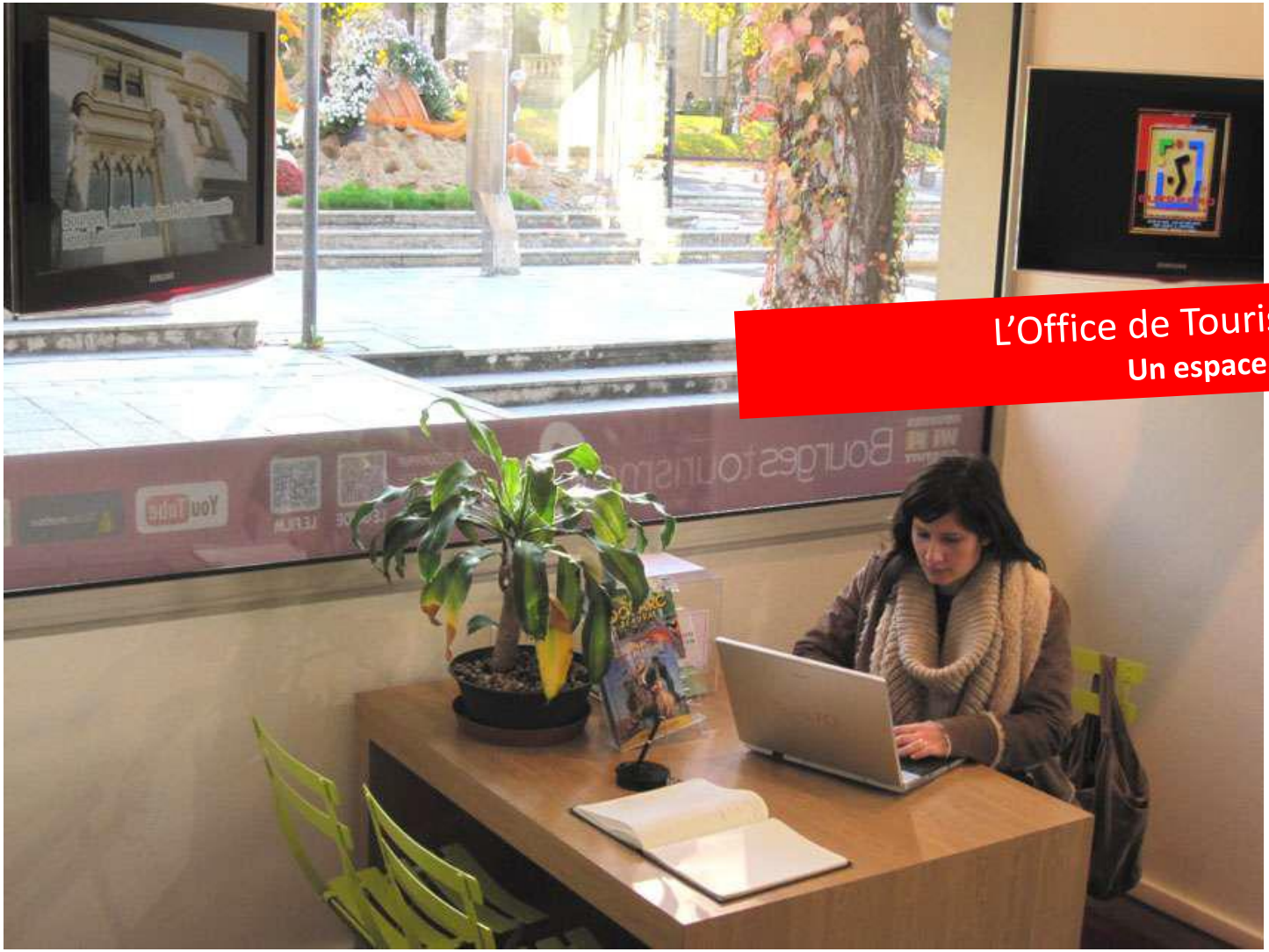
9. L’accueil est l’affaire de tous

- En moyenne, seulement 10% des touristes passent à l’office de tourisme
- Les outils et services d'accueil doivent aussi être accessibles auprès des prestataires
- L'office de tourisme est le coordonnateur de l'accueil sur la destination

10. Un espace d’accueil adapté

10. Un espace d’accueil adapté

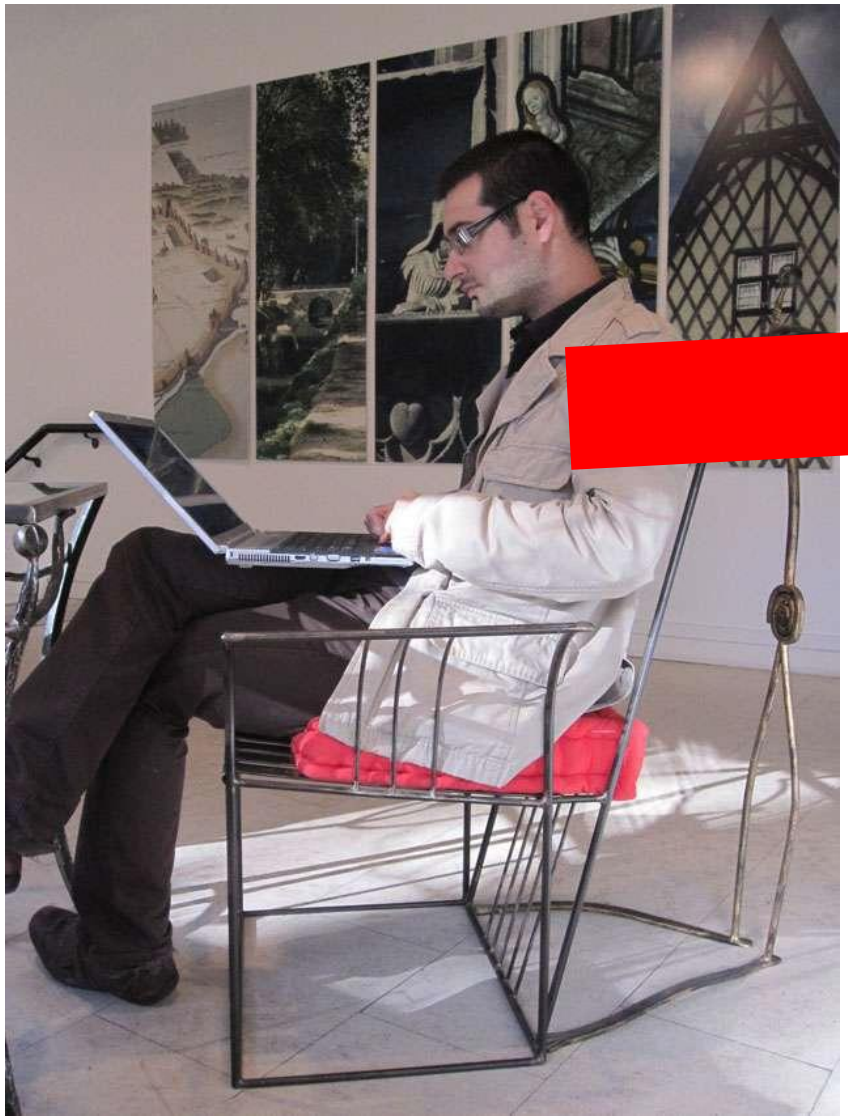
- Pour se connecter facilement



L’Office de Tourisme de Bourges
Un espace wifi dédié

10. Un espace d’accueil adapté

- Pour prendre confortablement son temps



L’Office de Tourisme de Bourges
Un espace de consultation au calme

10. Un espace d’accueil adapté

- Pour prendre confortablement son temps et convivialité

L’Office de Tourisme d’Arras

10. Un espace d’accueil adapté

- Pour partager un expérience

Office de Tourisme du Val de Garonne (Marmande)

10. Un espace d’accueil adapté

- Pour se faire conseiller

10. Un espace d’accueil adapté

- Pour limiter le papier

Office de Tourisme de Bourges
Des affiches visibles et lisibles 24h/24 !

8 conseils pour conclure

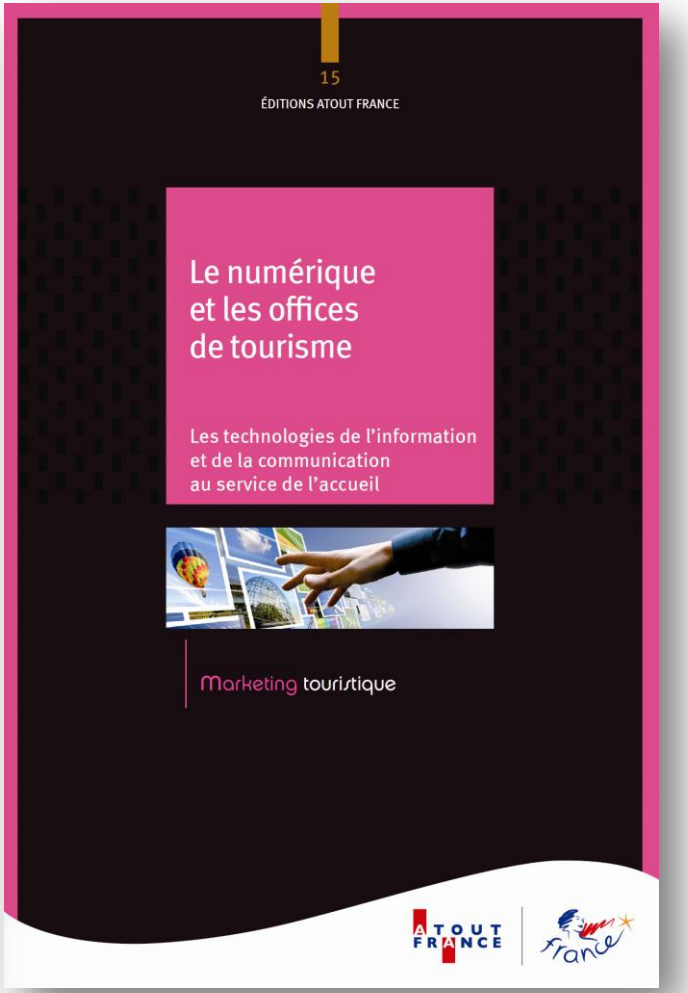
8 conseils pour conclure

- Partage d'une stratégie à l'échelle de la déambulation des touristes
- Mise en place d'outils pour compléter et valoriser l'accueil physique
- Simplicité d'usage des outils et services
- Conception d'outils et de contenus pour faciliter le séjour, dialoguer et vendre

8 conseils pour conclure

- Adaptation des locaux aux outils numériques
- Implication forte du personnel des offices de tourisme
- Communication locale s'appuyant sur les bons relais
- Capacité de l'office de tourisme à investir sur le long terme

Pour aller plus loin



ATOUT
FRANCE

79-81 rue de Clichy
75009 PARIS
Tél. : +33 (0)1 42 96 70 00
Fax : +33 (0)1 42 96 70 11