

Analyse de l'enquête "Office de tourisme mobile" Eté 2014

L'enquête avait pour objet de recueillir les constats des offices de tourisme ayant mis en place un dispositif d'accueil en mobilité.

Répondants :

Offices de tourisme de :

- Sète
- Toulouse
- Notre Dame de Monts
- Pays d'Ancenis Val de Loire
- Grand Lyon
- Dinan Vallée de la Rance
- Cap d'Agde
- Berck sur Mer
- Baie de Morlaix
- Ile de Noirmoutier
- Notre Dame de Monts
- La Tranche sur Mer
- Val de Villé
- Chartres
- Vallée de la Dordogne

1

A - Trois types d'accueil mobile

Au vu de l'enquête on peut noter trois formes principales d'accueil mobile

- **Accueil déporté mais fixe :**

Il se caractérise par un élément fixe (kiosque, stands, tables, ...) dans un lieu défini (marché, places, camping etc.) où des conseillers en séjour sont présents pour répondre aux questions des visiteurs.

- Le visiteur est actif, c'est lui qui se déplace vers l'Office de Tourisme
- Facilite la reconnaissance, l'office de tourisme est identifiable via logos, tenues, badges, bannières, ...
- possibilité de faire de la billetterie

Exemple de Only Lyon avec son kiosque mobile animé par les Lyon City Helpers

Le dispositif Lyon City Helper créé en 2010 comprend une équipe de 6 jeunes volontaires en Service Civique. Leur mission est d'arpenter les rues de la ville au niveau des points de fréquentation touristique les plus importants afin d'informer, orienter et fournir de la documentation aux visiteurs. Ces actions se font en itinérance et par binôme vêtu d'un uniforme rouge siglé d'un logo "i" rappelant leur rôle d'informateurs touristiques. Ces derniers participent également à la promotion des activités de loisir dans le Grand Lyon dans le cadre de manifestations diverses ayant cours sur le territoire de ce dernier. Il s'agit notamment de faire la promotion du site internet "www.monweekendalyon.com", dédié à informer les habitants sur l'offre événementielle du Grand Lyon.

Une journée type s'organise en parcours autour de différents points stratégiques de la ville, répartis entre les trois binômes. D'une durée de deux heures, un parcours consiste à arpenter un secteur bien défini à la rencontre des visiteurs en quête d'informations. Les quartiers concernés pour la ville de Lyon sont compris à l'intérieur du secteur classé au patrimoine mondial de l'UNESCO. Cela comprend entre autres : le Vieux Lyon, la Place des Terreaux, la Croix-Rousse, la Place Bellecour et le parvis de la Basilique de Fourvière.



Pour ce dernier, un kiosque d'information permet un accueil "fixe" des visiteurs sur un espace où les City Helper représentent parfois les premiers interlocuteurs de l'Office du Tourisme auprès de visiteurs nombreux. Dans les autres secteurs cités ci-dessus, l'accueil se fait en itinérance, les City Helper s'afférant à repérer et porter assistance aux touristes semblant être en quête d'informations.

- **Accueil mobile à pied** : des conseillers en séjour à pied identifiables grâce à des éléments de marque déambulent dans les rues. Ils abordent ou non les passants.

Exemple de l'Office de Tourisme de Sète :

Accueil en mobilité hors les murs : un ou deux Conseillers en séjour suivant le type et le lieu, vêtu d'un T-shirt identitaire (celui utilisé en mobilité dans l'office de tourisme qui signale son appartenance au réseau avec le logo OTF au dos + un message en F/GB : "un conseil ?" et "May I help You ?" + un chapeau panama ou casquette ou canotier aux logos ou couleurs de Sète + un sac avec un logo.



Les lieux où se rendent les conseillers en séjour :

- *marchés, halles, à bord des navettes maritimes : les conseillers munis d'ipad avec album photos embarqué et quelques flyers incontournables (agenda, mini plan...).*
- *au camping les lundis matins de juillet et août : déambulation (réception, piscine, ...), Ipads avec albums photos embarqués et quelques flyers incontournables (agenda, mini plan...). Un seul camping à Sète (5 à 6000 personnes simultanément).*
- *sur l'aire de stationnement des Camping-Cars le lundi après-midi en juillet août : déambulation, Ipads avec albums photos embarqués et quelques flyers incontournables (agenda, mini plan...).*
- *aux abords des plages, le lundi après-midi : déambulation (lido, parking...), Ipads avec albums photos embarqués et quelques flyers incontournables (agenda, mini plan...),*
- *hypermarché Auchan, le lundi en fin de soirée : déambulation (parking, galerie commerçante ...), Ipads avec albums photos embarqués et quelques flyers incontournables (agenda, mini plan...). Un seul hypermarché à Sète.*

- **Accueil mobile avec un véhicule attractif** : Les conseillers en séjour utilisent des véhicules pour attirer les passants.
 - Des véhicules légers (triporteurs, vélos, gyropodes...) : des conseillers en séjour utilisent des véhicules légers pour pouvoir déambuler facilement, pour transporter de la documentation, attirer les regards, être identifiable. Le triporteur est l'outil qui semble avoir le plus de succès (7 des 16 offices de tourisme répondants en sont équipés)
 - Des véhicules « lourds » (camions, voitures électriques ...) : des conseillers en séjour utilisent des véhicules « lourds » pour être identifiés rapidement avec un véhicule aux couleurs de l'office ou des valeurs qu'ils veulent transmettre, transporter facilement de la documentation.

Exemple de la Vallée de la Dordogne

Notre Office de Tourisme dispose de 7 (hiver) à 11 (été) bureaux d'accueil sur un territoire de 82 communes.

Notre office de tourisme mobile a pour objectif d'aller "chercher" le touriste mais pas que. Pour le véhicule, il fallait obligatoirement un modèle à moteur mais l'idée était de trouver un véhicule représentatif de notre territoire (et finalement "du monde de la campagne"). D'où, l'idée d'un camion d'épicier qui sillonnait les routes autrefois et donc du fameux TUB de chez Citroën (le HY pour être précis).

Pour pousser le concept encore plus loin, l'aménagement intérieur et extérieur a gardé ce côté vintage.

Quant aux tournées prévues, quelques règles de base pour caler le fonctionnement : pas de bureau d'accueil sur place, hébergement à forte capacité, marchés, événements



B - Les leçons de l'enquête.

1 - L'office déporté fixe est bien identifié

Le comportement de l'utilisateur est identique à celui d'un client d'office de tourisme; Il a identifié le service il va vers ce service

« Sur un accueil fixe comme sur le parvis de la Basilique de Fourvière, les touristes ont une démarche active, ils viennent à la rencontre des City Helper au niveau du kiosque d'information. Ils sont très satisfaits d'y trouver de l'information et des conseils dans un lieu qui constitue souvent pour eux le point de départ de leur visite de la ville. »

Office de tourisme de Lyon

2 - La nouveauté interpelle voire surprend les usagers

Sur ce point, la réaction des répondants est unanime. L'office de tourisme mobile ne passe pas inaperçu

« Pour ma part, au début j'avais l'impression d'être une extraterrestre ... Mais ça va ils apprécient le fait qu'on vienne à eux. »

Office de tourisme Notre Dame de Monts

« Etonnés et surpris dans un premier temps.

Le vélo interpelle et facilite l'approche. Et rapidement très heureux de voir que l'office sort de ses murs! De très bons retours »

Office de tourisme du Pays d'Ancenis

« Les triporteurs interpellent, attirent et peuvent de prime abord laisser penser qu'il s'agit d'une opération commerciale ambulante.

Une fois le dispositif présenté, l'accueil est très positif »

Office de tourisme du Pays de Saint Gilles

« Surpris mais ravis que nous venions à leur rencontre »

Office de tourisme de Notre Dame de Monts

« La voiture attire la curiosité, mais les gens n'osent pas venir d'eux-mêmes. La première "crainte", c'est qu'on vienne les solliciter pour leur vendre quelque chose. Une fois les explications données sur l'opération, les gens sont rassurés et l'accueil vis à vis de l'opération est très positif. »

Office de tourisme de la baie de Morlaix

« Tout d'abord étonnement puis bonnes réactions de la part des touristes. »

Office de tourisme de Chartres

3 - L'originalité attire, indéniablement

Lorsque l'office de tourisme mobile devient en lui-même une animation ou une attraction, le pari est gagné. Si c'est en plus l'occasion de faire un selfie et de le publier sur les réseaux sociaux, c'est encore mieux !

« Les réactions sont très positives :

- *Quelle belle idée !"*
- *C'est bien que ce soit électrique"*
- *C'est bon pour l'environnement et très pratique"*

Les enfants sont amusés de voir une si petite voiture venir à leur rencontre. »

Office de tourisme du Cap d'Agde

*Excellent accueil de la part des touristes, des locaux, des prestas...
L'idée d'aller à leurs rencontres et en plus, avec ce type de camion totalement décalé, plaît énormément.
Office de tourisme Vallée de la Dordogne "Le Tub"*

*La partie jeux et animations attire du monde (le monde attire le monde). Ensuite, des approches ciblées (familles, profils sportifs, etc.) permettent d'apporter des informations jugées intéressantes par un public ne se rendant pas dans les Offices.
Office de tourisme de Berck sur Mer*

*« Le triporteur attire l'œil et intrigue les enfants, notre passage et arrivée sur site constituent déjà une animation. »
Office de tourisme de Notre Dame de Monts*

4 - L'identification rassure

L'accueil mobile doit être très visible très identifiable pour éviter, par exemple d'être pris pour un marchand de glaces avec son triporteur...

*« La tenue permet d'identifier le CS qui s'approche du public en mobilité en rassurant : "bonjour, je suis Léa de l'Office de Tourisme de Sète".. »
Office de tourisme de Sète*

*« La couverture presse a aussi aidé. Une fois que l'article sur l'opération a été passé dans le journal local, les gens nous identifiaient tout de suite et venaient plus spontanément à nous.
Nous sommes aussi allés à la rencontre des partenaires (campings, activités de loisir), et leur accueil a lui aussi été enthousiaste. »
Office de tourisme de la baie de Morlaix*

*« C'est génial, c'est très pratique de vous trouver ici, c'est bien que l'OT vienne à notre rencontre, bonne initiative, c'est vraiment chouette, c'est la première fois que je vois ça, pas besoin de chercher l'OT comme ça, quel dynamisme à Noirmoutier... »
Office de tourisme de l'île de Noirmoutier*



C - Faut-il aborder les usagers? Ou attendre qu'ils s'adressent à l'accueil mobile?

En cas d'accueil déporté et fixe : le comportement de l'utilisateur est identique à celui d'un client d'office de tourisme; Il a identifié le service il va vers ce service. Il n'est donc pas surpris qu'un conseiller l'aborde.

En mobilité:

Environ ¾ des offices de tourisme participants à l'enquête ont une attitude pro-active où le conseiller en séjour aborde les usagers.

Les réactions sont semble-t-il toujours en deux temps :

- une phase interrogative, voire de retrait face à une démarche qui peut sembler commerciale
- une phase de rassurance lorsque l'utilisateur comprend que l'on est là pour rendre service

L'identification très claire ainsi que le discours adapté semblent les deux entrées les plus favorables pour contrer ce problème de défiance.

A noter qu'il est également plus facile d'aborder des groupes que des personnes seules. Suivant le lieu l'intérêt du public n'est absolument pas le même pour l'accueil purement mobile. Il faut que l'utilisateur soit dans une forme d'esprit assez libérée. (*Sète explique que les gens sont plus réactifs et intéressés à la plage ou au marché que sur un parking ou à la sortie du supermarché*)

| Faut-il aborder les usagers? | |
|--|---------------------------------|
| <i>Les plus</i> | <i>Les moins</i> |
| Surpris | Peur d'une démarche commerciale |
| Étonnés | Pas besoin / pas le bon moment |
| Content de la démarche | |
| Ravis car ne seraient probablement pas passés à l'OT | |

Commentaires des offices de tourisme enquêtés :

« En itinérance, les réactions sont différentes. En effet, les touristes sont dans une démarche passive, ils ne vont pas à la rencontre des City Helper. Ce sont à ces derniers de faire le premier pas, d'aborder les visiteurs afin de les informer. Cela engendre souvent une certaine appréhension chez les usagers qui s'estompe néanmoins au profit d'une satisfaction d'avoir été renseignés. L'appréhension vient du fait que les visiteurs ne s'attendent pas à bénéficier d'une assistance dans les lieux concernés ou qu'ils confondent les City Helper avec des démarcheurs commerciaux. Un discours d'approche adapté permet de pallier ce problème. Dans l'ensemble, que ce soit en accueil fixe ou en itinérance, le dispositif est très apprécié des touristes. »
Office de tourisme de Lyon

« Les personnes en groupe (amis ou famille) sont souvent plus réactives que les personnes seules.

D'abord assez surprises, elles posent ensuite des questions sur le véhicule, puis la conversation s'engage sur des informations touristiques et pratiques.

Les enfants facilitent l'échange en qui entraînant leurs parents vers la Twizy. Des petits cadeaux comme des ballons gonflables et des puzzles Famille Plus leur sont offerts. »

Office de tourisme du Cap d'Agde

« Pour certains, ils sont gênés et ne souhaitent pas qu'on les renseigne. Pour la plupart : contents de trouver l'office de tourisme. »

Office de tourisme du Val d'Ancenis

« Réactions différentes selon les périodes et les lieux.

Sur le marché, réaction très positive pour certains visiteurs (qui avaient besoin d'une info et nous étions présents au bon moment) et parfois réticente pour d'autres car ce n'était pas le bon moment pour les aborder (on ne leur vendait rien pourtant !). »

Office de tourisme de Dinan Vallée de La Rance

« Une fois qu'ils savent ce dont il est question, les réactions des visiteurs sont en très grande majorité favorables. Les retours vraiment négatifs sont rarissimes.

Les visiteurs se disent ravis qu'on vienne jusqu'à eux pour leur apporter l'information, d'autant plus que 75 % d'entre eux n'étaient pas venus en office de tourisme. »

Office de tourisme de la Baie de Morlaix

D - L'information délivrée

Les questions posées sont simples, souvent géolocalisées (que faire autour? la localisation d'une rue?) et toujours basiques.

Mais parfois, c'est le véhicule lui-même lorsqu'il est une curiosité en lui-même qui devient l'objet des questions.

Pour la majorité des répondants, l'office de tourisme mobile a surtout un rôle d'information mais aussi de conseil.

« Nous avons très peu de questions. Notre démarche étant d'aller vers le public avec une action pédagogique pour lui expliquer le rôle d'un office de tourisme, nous avons affaire à des gens que nous prenions un peu au dépourvu et qui n'avait donc pas de questions en tête. Le but étant bien sûr, qu'ils pensent à l'avenir à aller à l'office de tourisme quand ils auront des questions.

Cependant, quelques questions basiques sont revenues, les mêmes qu'à l'accueil. Que faire avec des enfants? Quelles sont les animations? Quelles sont les activités? Horaires de certaines visites?

Et aussi: où se trouve l'office de tourisme?

Enfin, nous avons eu des questions liées au véhicule en lui-même. (prix, location, autonomie...)

Autre cas: la conseillère en séjour a renseigné des gens visiblement perdus. »

Office de tourisme de la Baie de Morlaix

« Les questions les plus fréquemment posées concernaient surtout le véhicule en lui-même :

Combien de places ? Quelle autonomie ? Comment se charge-t-il ?

Mais aussi : les informations d'ordre touristique / pratique :

Plan de ville, programmes d'animations et marchés principalement

Directions

Suggestions et remarques sur la ville en général. »

Office de tourisme de la vallée de la Dordogne

D - Les points à améliorer :

- améliorer la visibilité par des opérations de street marketing par exemple
- arriver à pousser à la vente
- mieux saisir les attentes clients en dehors de ceux qui fréquentent les offices de tourisme
- meilleure gestion des stocks de docs
- meilleure identification des conseillers en séjour et des véhicules
- s'adapter au maximum aux clients que l'on aborde (support, approche, discours...)

Enquête réalisée en ligne par la MOPA, durant l'été 2014

Visualiser l'ensemble des réponses à l'enquête :
<http://bit.ly/enqueteotmobile>

Jean-Luc Boulin, MOPA, novembre 2014

Les enquêtes dans le détail

Office de Tourisme de Sète



Présentation de l'office de tourisme mobile

Accueil en mobilité hors les murs : un ou deux Conseillers en séjour suivant le type et le lieu, vêtu d'un Tshirt identitaire (celui utilisé en mobilité dans l'office de tourisme qui signale son appartenance au réseau avec le logo OTF au dos + un message en F/GB : "un conseil ?" et "May I help you ?" + un chapeau panama ou casquette ou canotier aux logos ou couleurs de Sète + un sac au logo.

sauf pour :

- gare maritime lors jours d'escale (toute l'année) : accueil fixe dans la gare maritime, un Conseiller en Séjour,

- au théâtre de la mer les soirs de spectacles (mai à fin août environ) : accueil fixe par une conseillère en séjour, remise des billets pré-vendus et conseils/renseignements,

Circuit itinérant en fait les lundis après-midis : ~ 1heure aire CC, ~2 heures abord des plages, ~2 heures hypermarché

Présentation du fonctionnement (fréquence des sorties, en mouvement, stable, etc.)

Accueil en mobilité hors les murs : un ou deux Conseillers en séjour

- *gare maritime lors jours d'escale (toute l'année) : accueil fixe dans la gare maritime, un Conseiller en Séjour, 24 à 30 escales par an.*

- *marchés, halles, à bord des navettes maritimes : deux CS en mobilité hors les murs, Ipad avec album photos embarqué et quelques flyers incontournables (agenda, mini plan...). Depuis été 2013.*

- *au théâtre de la mer les soirs de spectacles (mai à fin août environ) : accueil fixe par une conseillère en séjour, remise des billets pré-vendus et conseils/renseignements,*

- *au camping les lundis matins de juillet août : accueil en mobilité hors les murs par un ou une conseiller(e) en séjour, déambulation (réception, piscine, ...), Ipads avec albums photos embarqués et quelques flyers incontournables (agenda, mini plan...). Un seul camping à Sète (5 à 6000 personnes simultanément).*

- *sur l'aire de stationnement des Camping-Cars le lundi après-midi en juillet août : accueil en mobilité hors les murs par un ou une conseiller(e) en séjour, déambulation, Ipads avec albums photos embarqués et quelques flyers incontournables (agenda, mini plan...). Nouveau depuis été 2014.*

- *aux abords des plages, le lundi après-midi : accueil en mobilité hors les murs par un ou une conseiller(e) en séjour, déambulation (lido, parking...), Ipads avec albums photos embarqués et quelques flyers incontournables (agenda, mini plan...),*

- *hypermarché Auchan, le lundi en fin de soirée : accueil en mobilité hors les murs par un ou une conseiller(e) en séjour, déambulation (parking, galerie commerçante ...), Ipads avec albums photos embarqués et quelques flyers incontournables (agenda, mini plan...). Un seul hypermarché à Sète. Nouveau depuis été 2014.*

Circuit itinérant en fait les lundis après-midis : ~ 1heure aire CC, ~2 heures abord des plages, ~2 heures hypermarché

Les réactions des usagers lorsqu'ils voient l'office de tourisme mobile

La tenue permet d'identifier le CS qui s'approche du public en mobilité en rassurant : "bonjour, je suis Léa de l'Office de Tourisme de Sète"...

Suivant le lieu l'intérêt du public n'est absolument pas le même pour l'accueil purement mobile :

- *marchés, halles, à bord des navettes maritimes : très bon accueil, public demandeur et très intéressé,*

- *au camping les lundis matins de juillet août : Public intéressé.*

- *sur l'aire de stationnement des Camping-Cars : Public peu intéressé.*

- *aux abords des plages, le lundi après-midi : Public très intéressé.*

- *hypermarché Auchan, le lundi en fin de soirée : Public très peu intéressé et peu réceptif.*

Démarche à l'essai. On y mettra peut être un terme rapidement.

Le conseiller en séjour aborde-t-il directement les usagers?

Oui

Les questions les plus fréquemment posées

Animations et visites

Votre sentiment sur ce qui est possible de faire avec l'office de tourisme mobile (plusieurs choix possibles)

Information, Conseil, Vente

Autres commentaires

Lancement de la carte numérique "privilège" Sète Extra mi juillet permettra de faire de l'accueil en mobilité une opération de street marketing plus poussée encore.

Office de Tourisme de Toulouse



Présentation de l'office de tourisme mobile

Il s'agit d'un triporteur. Il est équipé d'une réserve pour la documentation à distribuer et est floqué aux couleurs de So Toulouse

Présentation du fonctionnement (fréquence des sorties, en mouvement, stable, etc.)

*Le triporteur sort tous les jours sauf le dimanche de 11h à 13h.
Il suit un parcours centre ville et le conseiller peut faire des haltes en cas d'affluence.
Le conseiller distribue de la documentation axée sur l'événementiel mais aussi des plans de ville, guide pratique ou programme des visites guidées.*

Les réactions des usagers lorsqu'ils voient l'office de tourisme mobile

Les réactions sont positives. Cela pousse certains à venir à l'office de tourisme demander des compléments d'information

Le conseiller en séjour aborde-t-il directement les usagers?

Oui

Les questions les plus fréquemment posées

Orientation dans la ville, Évènementiel, Infos pratiques

Votre sentiment sur ce qui est possible de faire avec l'office de tourisme mobile (plusieurs choix possibles)

Information, Conseil

Office de Tourisme de Notre Dame de Monts



Présentation de l'office de tourisme mobile

Tripwagon floqué Notre Dame de Monts, avec cylindre qui indique le plan de la ville dessus et présentoirs sur le parasol

Présentation du fonctionnement (fréquence des sorties, en mouvement, stable, etc.)

Sorties en fonction des manifestations (marché, brocante, concours de pétanques, ..) ou des points stratégiques (sites de visite, plage, forêt). En mouvement, puis à l'arrêt sur les points.

Les réactions des usagers lorsqu'ils voient l'office de tourisme mobile

Pour ma part, au début j'avais l'impression d'être une extraterrestre ... Mais ça va ils apprécient le fait qu'on vienne à eux.

Le conseiller en séjour aborde-t-il directement les usagers?

Oui

Les questions les plus fréquemment posées

Le plan de la ville

Votre sentiment sur ce qui est possible de faire avec l'office de tourisme mobile (plusieurs choix possibles)

Information

Office de Tourisme du Pays d'Ancenis – Val de Loire



Présentation de l'office de tourisme mobile

Un vélo créé sur mesure aux couleurs de l'Ot pour être bien visible avec à l'avant une boîte pour la documentation et une carte du territoire sur le couvercle et à l'arrière un oriflamme avec le logo Office de Tourisme + des tee-shirts et chapeaux pour l'équipe.

Nous souhaitons une solution souple pour pouvoir nous adapter aux différents lieux dans un contexte d'Ot intercommunal, tourisme rural.

Toute l'équipe assure l'accueil mobile (saisonnier + permanents)

Présentation du fonctionnement (fréquence des sorties, en mouvement, stable, etc.)

- 4 sorties par semaine : matin et / ou après-midi

- en mouvement ou stable selon les lieux : stable pour les sites de visites et en mouvement pour les campings, pistes cyclables (Loire à vélo), marché, lieux de baignade...

Les réactions des usagers lorsqu'ils voient l'office de tourisme mobile

Étonnés et surpris dans un premier temps. Le vélo interpelle et facilite l'approche. Rapidement très heureux de voir que l'office sort de ses murs! De très bons retours

Le conseiller en séjour aborde-t-il directement les usagers?

Oui

Les questions les plus fréquemment posées

- à voir, à faire

Les conseillers en séjour doivent être force de proposition car les clients n'ont pas forcément de questions précises (car il ne s'attendaient pas à trouver l'OT ici). L'occasion de pouvoir proposer de prolonger leur séjour sur notre territoire.
- des infos pratiques : surtout pour les cyclistes (météo, orientation...)

Votre sentiment sur ce qui est possible de faire avec l'office de tourisme mobile (plusieurs choix possibles)

Information, Conseil, Vente

Autres commentaires

Question ce qu'il est possible de faire : en 1er le conseil, puis l'information et ensuite la vente (sous réserve de mettre en œuvre un système de résa)

Pour nous l'accueil mobile, c'est aussi :

- un bon outil de communication : on améliore la visibilité de l'Office de tourisme et pas simplement qu'à destination des touristes mais aussi des prestataires (hébergeurs, commerçants), des élus...un nouveau regard est porté sur l'Ot
 - une belle opportunité d'encore mieux saisir les attentes clients (pas simplement ceux qui fréquentent nos Ots)
 - l'occasion pour l'ensemble de l'équipe d'être véritablement sur le terrain
- Donc globalement, pour le moment, c'est plutôt positif pour nous*

Office de Tourisme du Cap d'Agde



Présentation de l'office de tourisme mobile

Une Twizy • Un QR code • Un iPad, et l'info devient 100% mobile.

Un point d'information à la fois audacieux et original, tout en privilégiant le développement durable : une innovation en termes d'accueil hors les murs avec une Twizy, un véhicule électrique, silencieux et écologique aux couleurs de l'Office de Tourisme.

Le défi 2013 relevé avec succès, la Twizy saison 2 sillonne cette année la commune d'Agde jusqu'à fin septembre.

Présentation du fonctionnement (fréquence des sorties, en mouvement, stable, etc.)

*La Twizy sillonne les endroits les plus fréquentés de la commune : arrivée des trains en gare, plages, port, places, marchés... selon le principe de la mobilité.
De juin à fin septembre : 2 tournées par jour d'une durée de 2 heures, du lundi au vendredi.
Parce que l'accueil humain prime avant tout, une conseillère en séjour, dotée d'un Ipad, se rend là où se trouvent les vacanciers pour les accompagner dans leur séjour de façon encore plus personnalisée.
Elle leur apporte des conseils éclairés pour répondre à toutes leurs demandes et propose plans, programme des animations...*

Les réactions des usagers lorsqu'ils voient l'office de tourisme mobile

*Les réactions sont très positives :
"Quelle belle idée !"
"C'est bien que ce soit électrique"
"C'est bon pour l'environnement et très pratique"
Les enfants sont amusés de voir une si petite voiture venir à leur rencontre.*

Le conseiller en séjour aborde-t-il directement les usagers?

Oui

Les questions les plus fréquemment posées

*Le véhicule en lui-même :
Combien de places ? Quelle autonomie ? Comment se charge-t-il ?
Les informations d'ordre touristique / pratique :
Plan de ville, programmes d'animations et marchés principalement
Directions
Suggestions et remarques sur la ville en général.*

Votre sentiment sur ce qui est possible de faire avec l'office de tourisme mobile (plusieurs choix possibles)

Information, Conseil

Autres commentaires

*La vente n'est pas demandée par les clients et cela n'a pas été envisagé pour le moment : gestion de stock des produits et sécurité de la conseillère en séjour.
L'Office de Tourisme dispose de 4 points d'information fixes permettant de faire des ventes dans de meilleures conditions.*

*Les résultats de cet accueil mobile :
> Une 10aine de personnes/heure
> Top demandes : plan, animations, loisirs
> Attractivité*

Office de Tourisme de la Vallée de la Dordogne



Présentation de l'office de tourisme mobile

Notre Office de Tourisme dispose de 7 (hiver) à 11 (été) bureaux d'accueil sur un territoire de 82 communes.

Notre office de tourisme mobile a pour objectif d'aller ""chercher"" le touriste mais pas que. Pour le véhicule, il fallait obligatoirement un modèle à moteur mais l'idée était de trouver un véhicule représentatif de notre territoire (et finalement ""du monde de la campagne""). D'où, l'idée d'un camion d'épicier qui sillonnait les routes autrefois et donc du fameux TUB de chez Citroën (le HY pour être précis).

Pour pousser le concept encore plus loin, l'aménagement intérieur et extérieur a gardé ce côté vintage.

Quant aux tournées prévues, quelques règles de base pour caler le fonctionnement : pas de bureau d'accueil sur place, hébergement à forte capacité, marchés, évènements

Présentation du fonctionnement (fréquence des sorties, en mouvement, stable, etc.)

Sorties régulières :

- tous les lundis sur 4 campings de la Vallée
- tous les jeudis matin sur le marché de Vayrac

Sorties ponctuelles :

- évènements particuliers (marché de producteurs, festival...)

Le camion est toujours arrêté. Et les conseillers en séjours sont dans le camion.

Les réactions des usagers lorsqu'ils voient l'office de tourisme mobile

Excellent accueil de la part des touristes, des locaux, des prestas...

L'idée d'aller à leurs rencontres et en plus, avec ce type de camion totalement décalé, plaît énormément.

Le conseiller en séjour aborde-t-il directement les usagers?

Non

Les questions les plus fréquemment posées

Activités : rando, canoë (très ciblés par rapport au lieu)

Sites de visite : famille exclusivement

Découverte de certains lieux connus St Cirq Lapopie, Sarlat ou moins (merci l'effet Wahou!)

A chaque fois, les demandes sont très précises et les gens ont le temps.

Et aussi, des demandes sur le camion lui-même (des nostalgiques pour la plupart)

Votre sentiment sur ce qui est possible de faire avec l'office de tourisme mobile (plusieurs choix possibles)

Conseil, Vente

Autres commentaires

Une première année concluante.

Pour l'an prochain, un conseiller en séjour sera dédié à cet accueil avec 2 tournées de prestas et l'amélioration de notre présence sur certains manifestations.

Bémol : véhicule pas facile à "apprivoiser" pour nos conseillers en séjours du coup, beaucoup d'appréhension pour certains à l'utiliser alors qu'il plaît beaucoup aussi à nos collègues.

Office de Tourisme du Grand Lyon



Présentation de l'office de tourisme mobile

Le dispositif Lyon City Helper créé en 2010 comprend une équipe de 6 jeunes volontaires en Service Civique. Leur mission est d'arpenter les rues de la ville au niveau des points de fréquentation touristique les plus importants afin d'informer, orienter et fournir de la documentation aux visiteurs. Ces actions se font en itinérance et par binôme vêtu d'un uniforme rouge siglé d'un logo "i" rappelant leur rôle d'informateurs touristiques. Ces derniers participent également à la promotion des activités de loisir dans le Grand Lyon dans le cadre de manifestations diverses ayant cours sur le territoire de ce dernier. Il s'agit notamment de faire la promotion du site internet "www.monweekendalyon.com", dédié à informer les habitants sur l'offre événementielle du Grand Lyon.

Présentation du fonctionnement (fréquence des sorties, en mouvement, stable, etc.)

Une journée type s'organise en parcours autour de différents points stratégiques de la ville, répartis entre les trois binômes. D'une durée de deux heures, un parcours consiste à arpenter un secteur bien défini à la rencontre des visiteurs en quête d'informations. Les quartiers concernés pour la ville de Lyon sont compris à l'intérieur du secteur classé au patrimoine mondial de l'UNESCO. Cela comprend entre autres : le Vieux Lyon, la Place des Terreaux, la Croix-Rousse, la Place Bellecour et le parvis de la Basilique de Fourvière. Pour ce dernier, un kiosque d'information permet un accueil "fixe" des visiteurs sur un espace où les City Helper représentent parfois les premiers interlocuteurs de l'Office du Tourisme auprès de visiteurs nombreux. Dans les autres secteurs cités ci-dessus, l'accueil se fait en itinérance, les City Helper s'afférant à repérer et porter assistance aux touristes semblant être en quête d'informations.

Les réactions des usagers lorsqu'ils voient l'office de tourisme mobile

Les réactions des usagers varient selon les modes d'accueil. Sur un accueil fixe comme sur le parvis de la Basilique de Fourvière, les touristes ont une démarche active, ils viennent à la rencontre des City Helper au niveau du kiosque d'information. Ils sont très satisfaits d'y trouver de l'information et des conseils dans un lieu qui constitue souvent pour eux le point de départ de leur visite de la ville.

Le conseiller en séjour aborde-t-il directement les usagers?

Oui

Les questions les plus fréquemment posées

Les questions les plus fréquemment posées concernent :

- La localisation d'une rue, d'un monument, d'un musée, des ""incontournables"" (Basilique de Fourvière, Théâtres gallo-romains, Opéra etc.)
- La possibilité de se voir fournir une carte de la ville
- Ce qu'il est possible de faire ou visiter dans la ville
- Des conseils en matière de restaurants, bars etc.
- Le fonctionnement des transports en communs et autres informations pratiques (localisation des toilettes publiques)

Votre sentiment sur ce qui est possible de faire avec l'office de tourisme mobile (plusieurs choix possibles)

Information, Conseil, Vente, jeux concours/promotion

Autres commentaires

L'équipe mobile doit s'adapter aux clients en fonction du support mis à disposition: les parcours à pieds/à vélo/en kiosque, l'approche et le discours sont différents. C'est aussi cette pluralité qui fait la richesse du dispositif et nous permet de toucher des publics différents

Office de Tourisme de Dinan



Présentation de l'office de tourisme mobile

Accueil en mobilité sur le marché de Dinan et sur 2 sites situés sur notre territoire intercommunal : le canal d'Ille et Rance et une base de loisirs très fréquentée.

Présentation du fonctionnement (fréquence des sorties, en mouvement, stable, etc.)

Mise en place pendant la saison estivale à raison d'une fois par semaine sur le marché de Dinan (jeudi matin) et de 3 fois par semaine sur les 2 sites touristiques.

Sur le marché de Dinan, accueil à l'une des entrées sur la Place Duguesclin (impossibilité de se balader sur le marché).

Sur les autres sites, accueil en mobilité à pied.

Les réactions des usagers lorsqu'ils voient l'office de tourisme mobile

Réactions différentes selon les périodes et les lieux.

Sur le marché, réaction très positive pour certains visiteurs (qui avaient besoin d'une info et nous étions présents au bon moment) et parfois réticente pour d'autres car ce n'était pas le bon moment pour les aborder (on ne leur vendait rien pourtant !).

Sur les 2 autres lieux, réactions assez positives avec une information sur les activités à pratiquer sur le territoire intercommunal notamment.

Le conseiller en séjour aborde-t-il directement les usagers?

Oui

Les questions les plus fréquemment posées

Quels sont les sites principaux de Dinan à visiter en quelques heures ?

Quelles activités de loisirs ?

Quels circuits de randonnées autour de Dinan et le long de la Rance ?

Votre sentiment sur ce qui est possible de faire avec l'office de tourisme mobile (plusieurs choix possibles)

Information, Conseil, Vente

Autres commentaires

Pour notre OT, l'année 2014 était une 1ère expérience qui nous a permis de renseigner quelques centaines de personnes.

Pour 2015, dans le cadre d'un SADI, notre réflexion va porter sur un accueil en mobilité sur les points stratégiques et fréquentés du territoire à l'aide d'un véhicule (ce qui n'était pas possible cette année).

Office de Tourisme du Pays de Saint Gilles Croix de Vie



Présentation de l'office de tourisme mobile

Mise en place de 3 triporteurs en juillet / août sur les fronts de mer des stations de St Hilaire de Riez, St Gilles Croix de Vie et Brétignolles sur Mer.

Présentation du fonctionnement (fréquence des sorties, en mouvement, stable, etc.)

- 3 à 5 sorties par semaine à raison d'environ 2h00 par sortie selon météo
- en mouvement sur une zone limitée (corniche ou remblai)
- 3500 contacts actifs

Les réactions des usagers lorsqu'ils voient l'office de tourisme mobile

Les triporteurs interpellent, attirent et peuvent de prime abord laisser penser qu'il s'agit d'une opération commerciale ambulante.

Une fois le dispositif présenté, l'accueil est très positif

Le conseiller en séjour aborde-t-il directement les usagers?

Oui

Les questions les plus fréquemment posées

Les demandes enregistrées concernent essentiellement les animations et activités proposées. les plans sont également très sollicités.

Votre sentiment sur ce qui est possible de faire avec l'office de tourisme mobile (plusieurs choix possibles)

Information, Conseil

Autres commentaires

Le dispositif est relativement apprécié et apprécié, et fonctionne extrêmement bien en terme de relation client. En effet, le dialogue que l'on a avec le client est différent que dans l'enceinte de l'office de tourisme. En termes d'expérience, cela permet de se sentir acteur de la destination (au niveau social autant qu'au niveau de la communication en elle-même) et cela permet aussi de donner une autre image du métier de conseiller en séjour.

Office de Tourisme de Berck sur Mer



Présentation de l'office de tourisme mobile

Chaque lundi de l'été, l'Office de Tourisme et ses partenaires (parc d'Attraction, Office de Tourisme voisin mais sur la même destination, prestataires d'activités sportives et nautiques,...) se réunissent à la remontée de plage sur la digue pour aller au devant des touristes

Présentation du fonctionnement (fréquence des sorties, en mouvement, stable, etc.)

Chaque lundi de l'été (8 fois) de 17h à 19h30, avec animations musicales et animations jeux. 4 cabines de plage sont disposées avec des tables pour présenter les docs des partenaires. Des conseillers en séjour vont au devant des personnes pour leur remettre le programme d'animations et les informer.

Les réactions des usagers lorsqu'ils voient l'office de tourisme mobile

La partie jeux et animations attire du monde (le monde attire le monde). Ensuite, des approches ciblées (familles, profils sportifs, etc.) permettent d'apporter des informations jugées intéressantes par un public ne se rendant pas dans les Offices.

Le conseiller en séjour aborde-t-il directement les usagers?

Oui

Les questions les plus fréquemment posées

La demande du programme

**Votre sentiment sur ce qui est possible de faire avec l'office de tourisme mobile
(plusieurs choix possibles)**

Information, Conseil, Vente

Autres commentaires

Nous réalisons ce "Bienvenue dans la station" depuis 3 ans et comptons le développer pour l'été prochain. Cela permet de fédérer nos professionnels qui perçoivent un réel retour sur ces actions (trafic et chiffre d'affaires) et cela permet à l'Office de se rendre visible

Office de Tourisme de Plougasnou – Maison du Tourisme Baie de Morlaix Monts d'Arrée



Présentation de l'office de tourisme mobile

Les offices de tourisme littoraux de la Maison du Tourisme Baie de Morlaix Monts d'Arrée (à savoir les stations de Plougasnou, Carantec et Locquirec) ont eu du 15 juillet au 15 août à leur disposition un véhicule électrique "Twizy" pour aller à la rencontre des visiteurs sur la station. Le choix s'est porté sur ce véhicule parce qu'il attire l'oeil et qu'il correspond à l'image que souhaite donner l'office de tourisme (dynamique, original, innovant, développement durable). Le véhicule permettait de plus de sillonner un territoire parfois étendu (23 km de côte à Plougasnou, avec des hameaux dispersés entre les ports, les plages et le bourg), tout en emportant un minimum de documentation.

Présentation du fonctionnement (fréquence des sorties, en mouvement, stable, etc.)

La formule se voulait flexible: les sorties n'étaient pas programmées de manière fixes et se faisaient selon les disponibilités à l'accueil. De fait, elles revenaient quand même de façon régulière, les moments "calmes" à l'accueil, étant toujours les mêmes. Il y avait donc une grosse "tournée" hebdomadaire, et une ou deux autres petites sorties selon les besoins de l'équipe. Nous nous rendions avec le véhicule sur un ou des lieu(x) identifié(s) (plage, port), et nous laissions le véhicule en évidence avec un drapeau de l'OT, pendant que la conseillère en séjour allait à la rencontre du public, avec des brochures.

Les réactions des usagers lorsqu'ils voient l'office de tourisme mobile

La voiture attire la curiosité, mais les gens n'osent pas venir d'eux-mêmes. La première "crainte", c'est qu'on vienne les solliciter pour leur vendre quelque chose. Une fois les explications données sur l'opération, les gens sont rassurés et l'accueil vis à vis de l'opération est très positif. La couverture presse a aussi aidé. Une fois que l'article sur l'opération a été passé dans le journal local, les gens nous identifiaient tout de suite et venaient plus spontanément à nous. Nous sommes aussi allés à la rencontre des partenaires (campings, activités de loisir), et leur accueil a lui aussi été enthousiaste.

Le conseiller en séjour aborde-t-il directement les usagers?

Oui

Les questions les plus fréquemment posées

Nous avons très peu de questions. Notre démarche étant d'aller vers le public avec une action pédagogique pour lui expliquer le rôle d'un office de tourisme, nous avons affaire à des gens que nous prenions un peu au dépourvu et qui n'avait donc pas de questions en tête. Le but étant bien sûr, qu'ils pensent à l'avenir à aller à l'office de tourisme quand ils auront des questions. Cependant, quelques questions basiques sont revenues, les mêmes qu'à l'accueil. Que faire avec des enfants? Quelles sont les animations? Quelles sont les activités? Horaires de certaines visites?

Et aussi: où se trouve l'office de tourisme?

Enfin, nous avons eu des questions liées au véhicule en lui-même. (prix, location, autonomie...)

Autre cas: la conseillère en séjour a renseigné des gens visiblement perdus.

Votre sentiment sur ce qui est possible de faire avec l'office de tourisme mobile (plusieurs choix possibles)

Information, Conseil, pédagogie sur le rôle d'un OT

Autres commentaires

L'office de tourisme mobile a un gros potentiel mais demande à être peaufiné sur la forme. Nous tâtonnons encore et avons plein d'améliorations à y apporter. Il permet de faire découvrir l'office de tourisme à un public plus large, et de se rapprocher des locaux et des partenaires. Mais il doit se faire en complément de l'accueil, et, sous la forme que nous avons choisie pour cet été, il était délicat de le confier à un saisonnier. Il demande donc d'adapter la gestion du personnel d'accueil. Dans notre cas, il aurait été intéressant d'étendre l'opération, mais les impératifs à l'accueil de l'OT ne nous le permettaient pas.

Office de Tourisme de l'Île de Noirmoutier



Présentation de l'office de tourisme mobile

Triporteur, sans assistance électrique.

Présentation du fonctionnement (fréquence des sorties, en mouvement, stable, etc.)

Du 14 juillet au 25 août à raison de 35h par semaine.

Présence sur le marché de Noirmoutier en l'île le matin et les plages l'après-midi + sur quelques animations en soirée (cela n'a pas très bien fonctionné sur les animations).

Stable. Présent pendant 3 à 4h sur le même site.

Les réactions des usagers lorsqu'ils voient l'office de tourisme mobile

C'est génial, c'est très pratique de vous trouver ici, c'est bien que l'OT vienne à notre rencontre, bonne initiative, c'est vraiment chouette, c'est la première fois que je vois ça, pas besoin de chercher l'OT comme ça, quel dynamisme à Noirmoutier... Bref, que de bons retours de la part du public et nos pros ont également apprécié l'initiative !

Le conseiller en séjour aborde-t-il directement les usagers?

Non

Les questions les plus fréquemment posées

"Essentiellement pistes cyclables / carte touristique

Animations

Activités

Infos pratiques (jours de marchés, horaires des navettes gratuites...)"

Votre sentiment sur ce qui est possible de faire avec l'office de tourisme mobile (plusieurs choix possibles)

Information, Conseil

Autres commentaires

5143 personnes renseignées. Bilan très positif pour une première année.

Office de Tourisme de la Tranche sur Mer



Présentation de l'office de tourisme mobile

Nouveauté de l'été 2014, l'office s'est déplacé sur les 3 quartiers de la station grâce à un triporteur. De mi-juillet à fin août, un employé saisonnier est allé à la rencontre des touristes avec la documentation essentielle de la station.

Présentation du fonctionnement (fréquence des sorties, en mouvement, stable, etc.)

Le triporteur sortait une fois par jour, 5 jours sur 7 environ. Des endroits et moments stratégiques avaient été définis: entrées de plages, arrêts de bus, marché...

Le triporteur change d'endroit chaque jour, il fréquente un lieu par jour. (Quelques journées "test" ont été faite avec un changement d'endroit en cours de journée)

Les réactions des usagers lorsqu'ils voient l'office de tourisme mobile

Beaucoup de personnes pensent que c'est une bonne idée mais ne demandent pas systématiquement de documentation. Beaucoup pensent également que le triporteur est utilisé pour vendre des glaces.

Le conseiller en séjour aborde-t-il directement les usagers?

Non

Les questions les plus fréquemment posées

Questions d'orientation/plan de ville, demande de la programmation culturelle/animations, informations générales sur la station (sorties, ce qui est à faire/à voir...), horaires de marées, plan des pistes cyclables et horaires de bus.

Votre sentiment sur ce qui est possible de faire avec l'office de tourisme mobile (plusieurs choix possibles)

Information, Conseil

Autres commentaires

Cette première saison de test permettra d'apporter des améliorations l'année prochaine:

- aller au devant du touriste et adopter une attitude très avenante
- réorganiser les lieux et moments de sortie du triporteur

Office de Tourisme Val de Villé



Présentation de l'office de tourisme mobile

Nous avons acquis un triporteur électrique de la société Trip Wagon en juillet 2014

Présentation du fonctionnement (fréquence des sorties, en mouvement, stable, etc.)

En juillet, août les sorties étaient hebdomadaires. Maintenant nous allons sur les manifestations majeures le We dans les communes de la communauté de communes.

Nous partons en triporteur de l'OT et nous rendons au cœur de la manifestation. Nous nous déplaçons dans la manifestation si le flux de circulation le permet.

Nous sortons également directement chez les gros employeurs du secteur au moment de la pause de midi pour leur présenter les animations mais également le territoire. Cette action est très bien perçue car souvent les salariés ne font que travailler et ne consomment pas le territoire.

Les réactions des usagers lorsqu'ils voient l'office de tourisme mobile

La première réaction est la surprise ... suivie de l'interrogation.

Le conseiller en séjour aborde-t-il directement les usagers?

Oui

Les questions les plus fréquemment posées

Cela dépend du moment et des lieux : mais souvent ils sont à la recherche des bons plans. Les sentiers de randonnées, les autres manifestations.

Votre sentiment sur ce qui est possible de faire avec l'office de tourisme mobile (plusieurs choix possibles)

Information, Conseil

Autres commentaires

C'est une très bonne initiative que nous avons prise A conseiller à tous !

Office de Tourisme de Chartres



Présentation de l'office de tourisme mobile

Sortie d'un conseiller en séjour muni d'une tablette et d'un vélo avec flyerbanner identifiant l'office de Tourisme dans l'hypercentre de la ville - points stratégiques

Présentation du fonctionnement (fréquence des sorties, en mouvement, stable, etc.)

Sorties effectuées durant les mois de juin, juillet et août en fonction du nombre de l'équipe Accueil et de la météo

Les réactions des usagers lorsqu'ils voient l'office de tourisme mobile

Tout d'abord étonnement et bonnes réactions de la part des touristes.

Le conseiller en séjour aborde-t-il directement les usagers?

Non

Les questions les plus fréquemment posées

Avoir un plan pour se diriger, le programme des animations SE, plan des points illuminés Chartres en Lumières

Votre sentiment sur ce qui est possible de faire avec l'office de tourisme mobile (plusieurs choix possibles)

Information