

ACTION**ACCUEIL "HORS LES MURS" (TUK TUK, FUN BOXES, QR CODE AGENDA)****MISSION****HOSPITALITE**

Réf. Schéma

- 5- Personnaliser l'accueil des nouveaux arrivants
- 6- Développer et promouvoir une information dédiée pour les habitants
- 36 - Adapter la promotion pour une meilleure gestion des flux

Budget

€

ETP

Echéance

2030

Contexte

Conscient que de moins en moins de personnes passent les portes des Bureaux d'Information Touristique (0,5%), mais aussi de l'évolution des usages en matière de consommation de l'information, l'OTI déploie son Schéma d'Accueil et de Diffusion de l'Information en dehors des BIT, pour mettre en place un maillage du territoire efficace et adapté aux divers profils des destinataires de cette information. Pour cette raison, il s'est doté notamment de la plateforme Chuchoteurs d'Info, d'un tuk-tuk électrique, de dispositifs Fun Box pour écrans dynamiques, et met à profit la technologie QR Code pour diffuser l'agenda de la Destination.

Objectif

Déployer l'hospitalité du territoire en allant au-devant des besoins informationnels, des visiteurs comme des habitants. Permettre ainsi à tous un accès simple et rapide à l'information, où que l'on soit. Capter les flux là où ils sont, avec un meilleur maillage pour une information de qualité même sans accueil présentiel.

Indicateurs de réussite

Fréquentation hors les murs en hausse et supérieure à certains BIT physiques
Hausse du nombre de consultations de site web et impression des QR codes Agenda
Nombre de consultation des écrans Fun Box

Déroulé

- Identifier les lieux de fréquentation suivant périodes et événements de l'année : maximiser l'apport d'information aux visiteurs, aux habitants.
- Identifier les modes d'accueil et de diffusion de l'info les plus pertinents : avec le tuk-tuk, sur les digues, plages et lieux de randonnée, stand chez les partenaires (Freedôm, Centre E. Leclerc), écrans dynamiques, positionnement de QR codes vers l'agenda en ligne dans les lieux de passage et les commerces, ...
- Etablir un plan de diffusion et un calendrier de sorties en tuk-tuk.

Parties prenantes

OTGTM, socio-pros, collectivités, commerces

Risques anticipés

Conditions météo compromettant l'utilisation du tuk-tuk, effort d'engagement des partenaires dans la démarche de diffusion de l'information (présentation du QR code agenda par exemple), acceptation du recours au numérique plutôt qu'à des bureaux dédiés

Résultats

Une progression de la présence hors les murs (112 jours : +27% en 2025).
Plus de 4000 personnes renseignées en tuk-tuk, du mois d'avril au mois d'octobre. C'est autant voire plus que certains BIT secondaires.
Une présence accrue dans la zone rétro-littorale (La Lucerne d'Outremer, La Haye Pesnel,...).
Cinq lieux équipés d'écrans dynamiques qui diffusent en continu les informations du lieu/prestataire ainsi que celles fournies par l'OTI.
93 commerces et services du quotidien mettant à disposition de leurs clients un QR code Agenda.

Enseignements

Nécessité de sensibiliser les partenaires à l'importance de leur rôle de relais d'info. Aussi, d'accompagner les publics vers l'usage des supports numériques, disponibles en mobilité, de manière autonome, et à tout moment de l'année. Seul un suivi régulier (fréquentation, types de demandes, etc) permet d'adapter d'une année sur l'autre.