

# SADI - Schéma d'Accueil et de Diffusion de l'Information Office de Tourisme Archipel de Thau

---

Le Schéma d'Accueil et de Diffusion de l'Information est le terme donné à la stratégie des territoires touristiques qui mènent une réflexion ou un projet autour de l'accueil dans les murs et hors les murs de l'office, à l'échelle de sa destination et de ses stations.

La prise en compte du parcours client, de ses attentes et de ses usages en sont le socle.

# Les objectifs du SADI



*L'objectif de ce schéma est d'élaborer une véritable stratégie d'accueil de la destination Archipel de Thau et de réaliser une cartographie complète et cohérente de l'accès à l'information touristique sur tout le territoire et tout au long du parcours client.*

***Il devra notamment répondre aux problématiques suivantes :***

- ***Accueil physique :***
- *Quelle organisation territoriale de l'accueil physique ? Où, quand, comment ? Dans les BIT/PIT ? Hors les Murs ? À quel coût ?*
- ***Accueil délégué :***
- *Quels relais privilégier sur le territoire : Prestataires touristiques ? Lesquels ? Commerçants ? Relais d'Informations Services ? Autres... ?*
- ***Accueil numérique :***
- *Quelle nécessité d'accès à l'information par des dispositifs numériques sur le territoire ?*
- *Site(s) web ? Bornes ? Écrans numériques ? Affichage dynamique ? Réseau Wifi ? Applications... ?*
- ***Accueil à distance :***
- *Quels dispositifs d'accueil à distance développer ?*
- *Chatbox ? Téléphone ? Mails ? Réseaux sociaux... ?*
- *Etc.*

Comprendre les enjeux de l'accueil au regard des comportements des clientèles en séjour.

**CONSTAT : 10 % des visiteurs d'un territoire entrent dans un OT** durant de leur séjour...

## Le conseil touristique en séjour ?



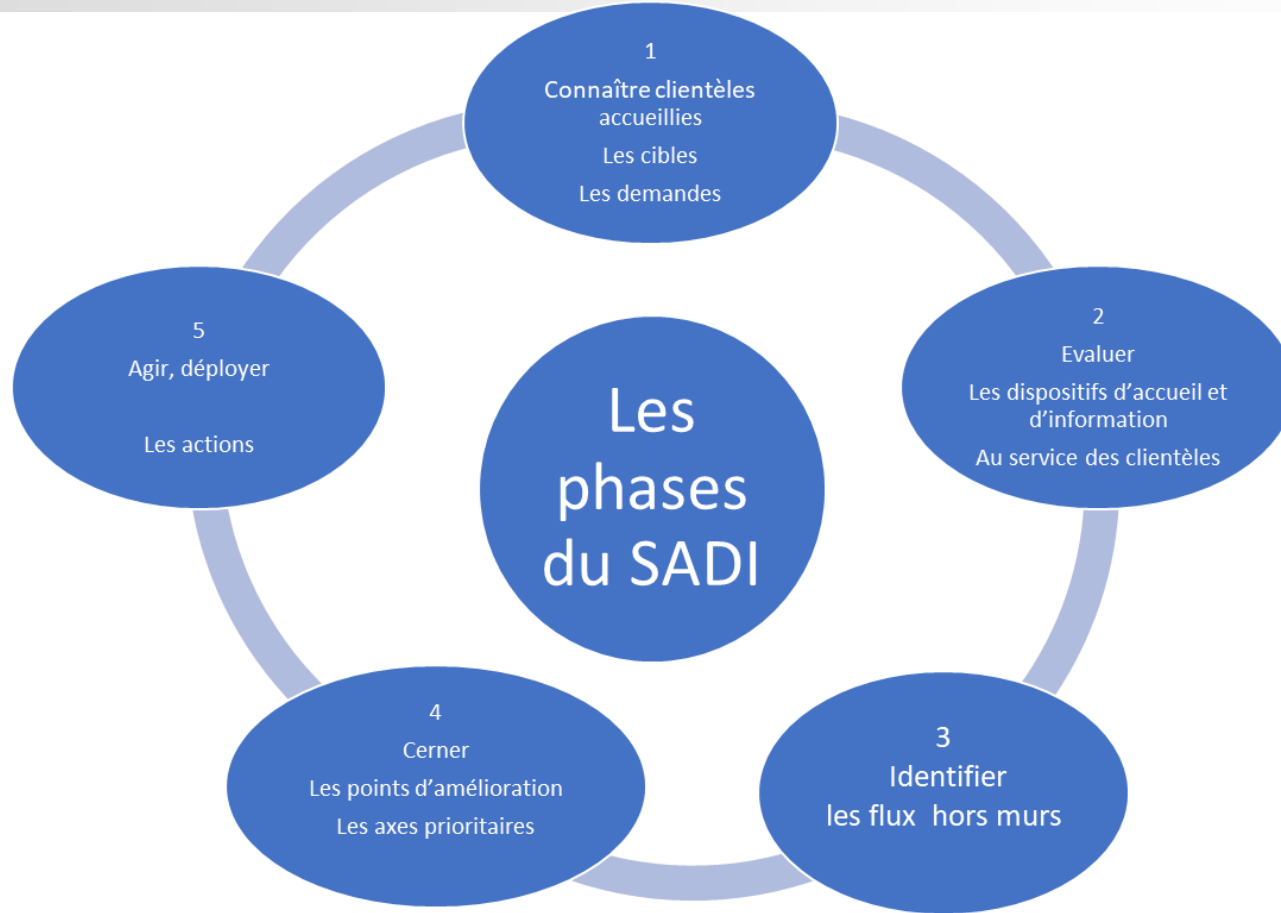
Et



**Si 10 % des visiteurs d'un territoire entrent dans un OT** durant de leur séjour...

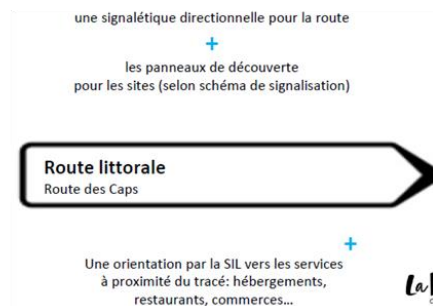
**Que fait-on pour les 90 % des visiteurs de son territoire  
qui ne passent pas la porte de l'OT ?**

# La démarche du SADI pendant le séjour



# SADI: vers un accueil intégral sur le territoire

Sur les lieux fréquentés de la destination  
 Chez les partenaires et prestataires du territoire  
 Avec les habitants (greeters, city helpers...)  
 Sur les présences web et mobiles des opérateurs touristiques  
<https://www.monatourisme.fr/les-taxis-des-ambassadeurs-du-pays-dangouleme/>



# QUESTIONNAIRE ADRESSÉ AUX PROFESSIONNELS DU TOURISME



## Préambule :

La qualité de l'accueil de nos visiteurs est la vitrine de notre territoire touristique.

Vos clientèles posent des questions parfois pointues et vous ne savez pas toujours où trouver les informations ? Certaines demandes sont récurrentes et mériteraient des outils pratiques vous permettant de gagner du temps ?

L'Office de Tourisme souhaite vous accompagner dans votre relation client et vous proposer de nouveaux outils et services. Pour cela, nous avons donc besoin de connaître vos besoins et ceux de vos clients.

Sondage diffusé le 4 juillet 2024 par email aux professionnels

Relances mail les 11 juillet et 26 août

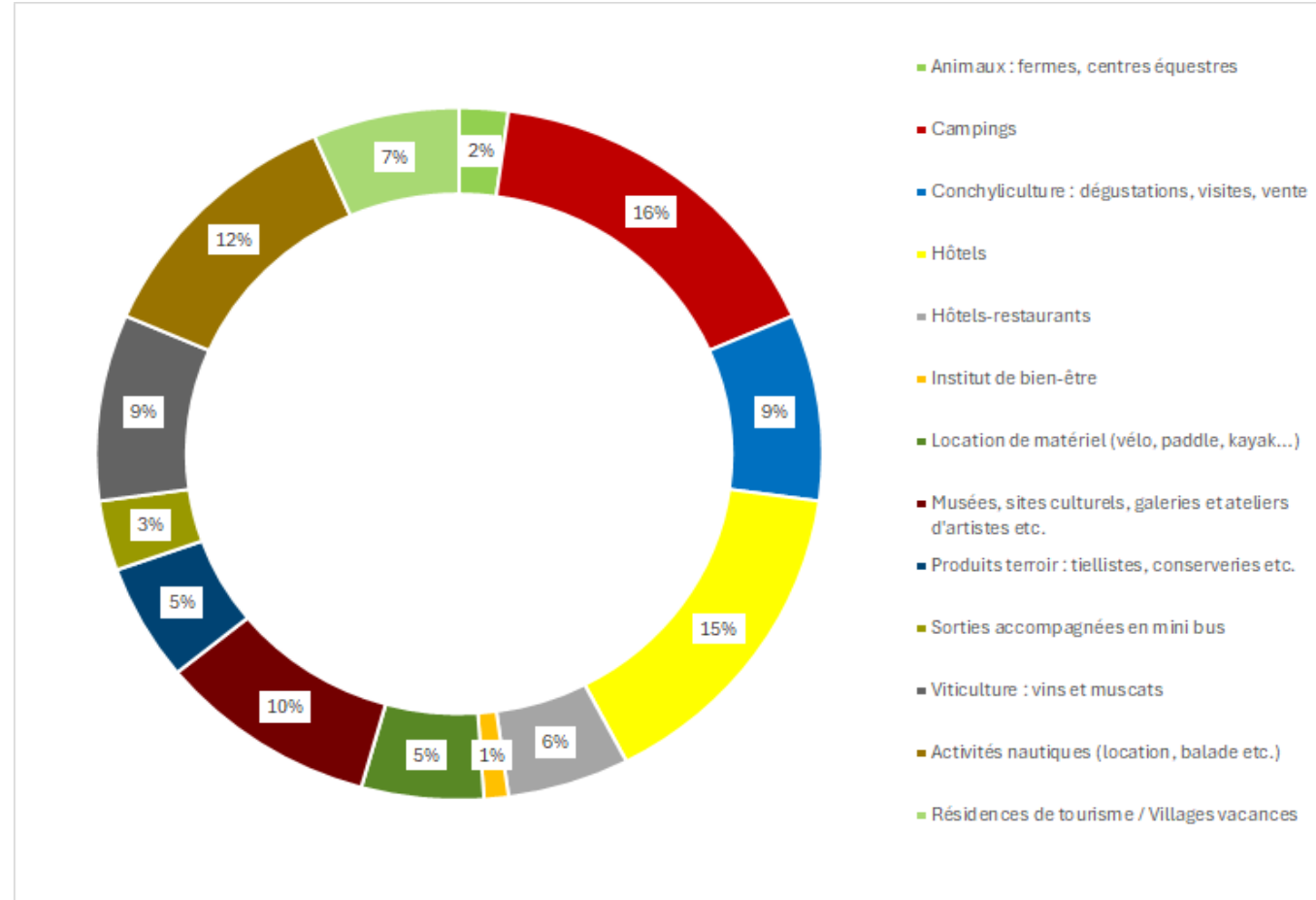
Phoning le 27 août

Nombre de partenaires interrogés : 318 professionnels sollicités (hébergeurs pros, activités de loisirs, musées et patrimoine, producteurs du terroir)

Répondants: 92 retours

# RÉSULTATS DU QUESTIONNAIRE PRESTATAIRES

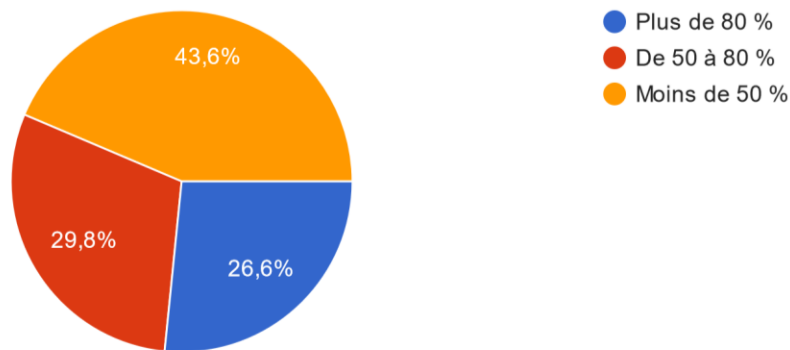
Base des répondants : 92



# RÉSULTATS DU QUESTIONNAIRE PRESTATAIRES

Quelle proportion de vos saisonniers revient chaque année ?

94 réponses



## Fidélité des saisonniers - A retenir

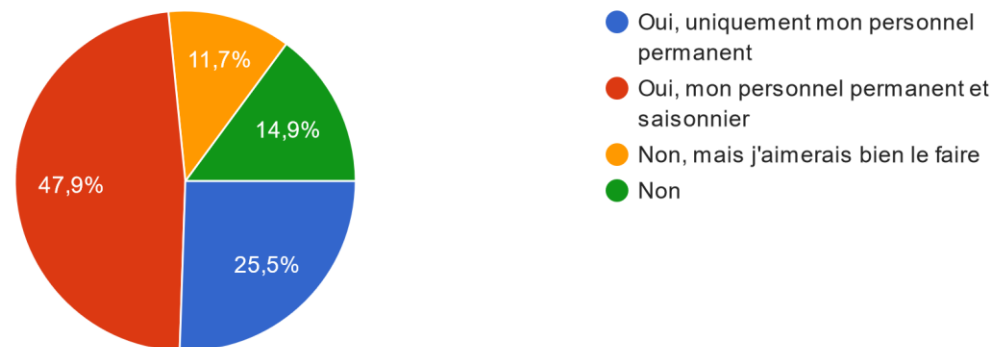
La fidélisation des saisonniers est un véritable enjeu pour les professionnels du tourisme.

Malgré les difficultés connues, on constate que **plus d'1 établissement sur 2 parvient à fidéliser une partie de son personnel saisonnier (56,4 % rapportent un taux de retour supérieur à 50%)**

**Environ un quart des entreprises réussissent à conserver plus de 80 % de leur personnel saisonnier, peut-être grâce à des conditions favorables ou un accompagnement personnalisé.**

Formez vous ou informez vous votre personnel afin qu'il soit en mesure de donner à vos clients des informations sur la destination (à voir, à faire, informations pratiques...) ?

94 réponses



## Formation du personnel - A retenir

- **73%** des structures répondantes **déclarent former leur personnel** afin qu'il soit en mesure de donner à leurs clients des informations sur la destination > **65% d'entre eux le font aussi bien auprès de leur personnel permanent que saisonnier**

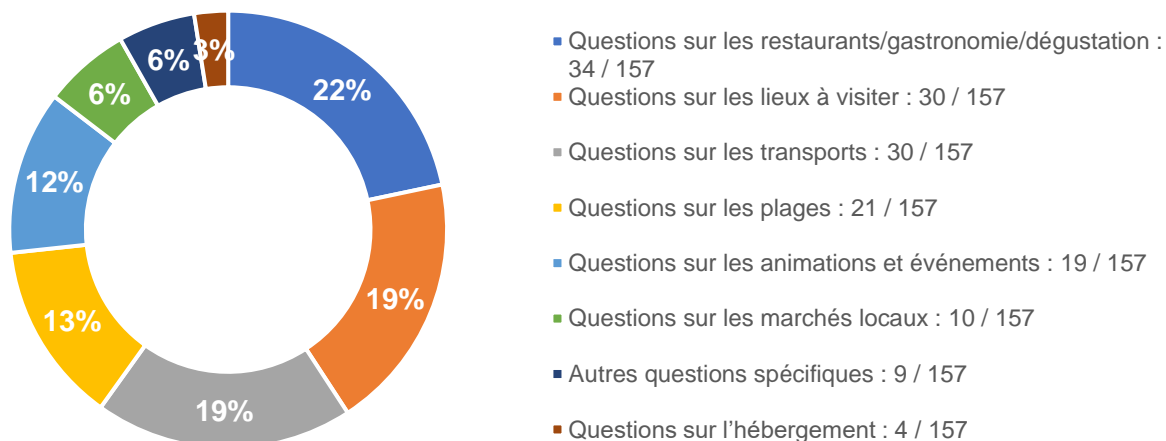
→ **Axes de travail à envisager en direction de ceux qui forment déjà leur personnel mais aussi et surtout auprès de ceux qui ne le font pas mais le souhaiteraient**



# RÉSULTATS DU QUESTIONNAIRE PRESTATAIRES

Quelles sont les 3 questions touristiques les plus fréquemment posées par votre clientèle ?

Part de chaque type de demande



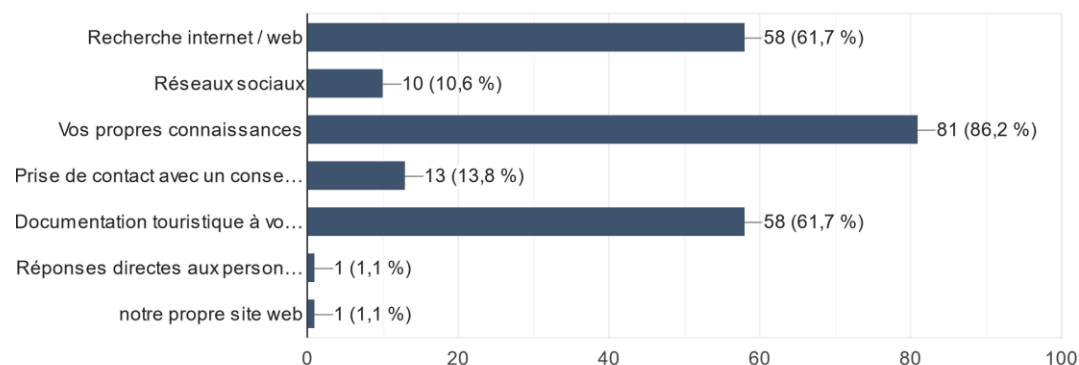
## Questions les plus fréquentes - A retenir

- Les questions les plus fréquemment posées par les clientèles des prestataires touristiques de la destination concernent principalement les **restaurants, la gastronomie et les dégustation (21,7%)**, suivies par les **lieux à visiter (19,1%)** et les **transports (19,1%)**. Les questions sur les **plages (13,4%)** et les **animations ou événements (12,1%)** sont également courantes.

→ Idée de production de contenus d'information qui puissent être utilisés par les prestataires afin qu'ils puissent renseigner leurs visiteurs. Ces contenus pourraient prendre la forme de documents à remettre à leur client, de contenu numérique à leur envoyer sur leur smartphone ou encore de fiche de réponse à utiliser en face à face client.

Pour trouver les réponses aux questions touristiques, quels moyens utilisez-vous ?

94 réponses



## Comment trouver les réponses – A retenir

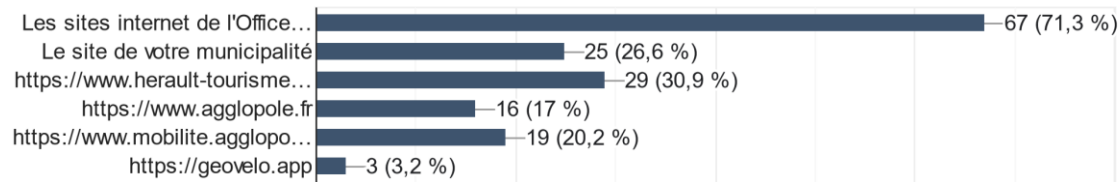
La majorité des prestataires s'appuient avant tout sur **leurs propres connaissances (86,2%)** pour répondre aux questions touristiques, suivies de la **recherche internet** et de l'utilisation de **documentation touristique (61,7% chacun)**. Les autres méthodes, comme les **réseaux sociaux** et le **contact avec un conseiller touristique**, sont beaucoup moins courantes. Les **réponses directes** et l'utilisation du **propre site web** sont négligeables. Cela montre une préférence pour des méthodes de recherche rapides et autonomes, fondées sur l'expérience ou les ressources facilement accessibles.

# RÉSULTATS DU QUESTIONNAIRE PRESTATAIRES

Quels sont les 3 principaux sites web que vous consultez pour conseiller vos clientèles en séjour ?

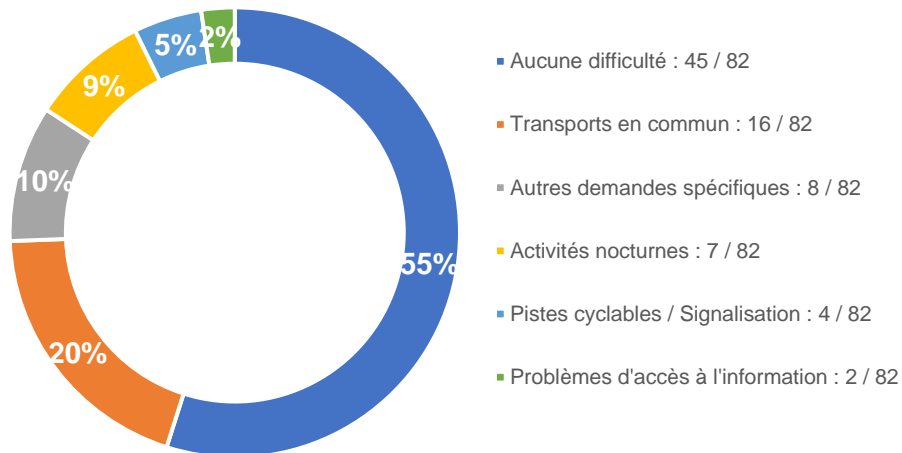
Quels sont les 3 principaux sites web que vous consultez pour conseiller vos clientèles en séjour ?

94 réponses



Pour quelles demandes avez-vous des difficultés à trouver des réponses ?

Part de chaque type de demande



## Les sites web consultés pour conseiller les clients - A retenir

Le site de l'**Office de Tourisme** est clairement la source d'information privilégiée par une grande majorité des prestataires touristiques (**71,3%**).

Suivent les sites départementaux tels que **Hérault Tourisme** (30,9%) et les **sites de la municipalité** (26,6%), qui fournissent des informations locales et spécifiques.

Les sites liés à la **mobilité** et à la **communauté d'agglomération** sont également utilisés par environ 20% des prestataires, ce qui montre l'importance des informations pratiques sur les **transports** pour les visiteurs.

Les autres sites, y compris des moteurs de recherche ou des plateformes d'avis comme **Google** ou **TripAdvisor**, sont beaucoup moins utilisés.

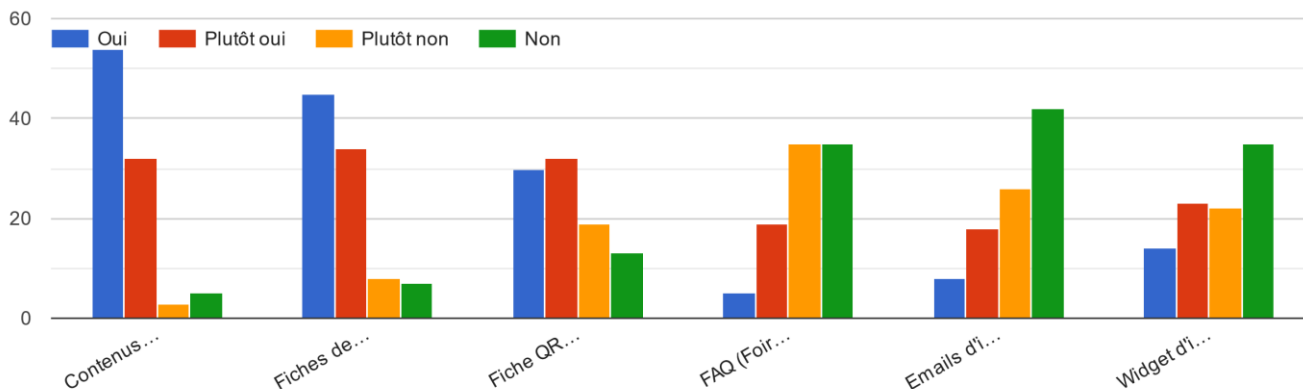
Cela reflète une **tendance à s'appuyer d'abord sur des sources locales et officielles** avant de consulter des outils plus généralistes ou commerciaux.

La majorité des prestataires touristiques interrogés (**54,9%**) n'ont **pas de difficultés à répondre aux demandes d'information touristique**. Cependant, des problèmes récurrents liés aux **transports en commun** (19,5%) ainsi qu'aux **activités nocturnes** (8,5%) sont mentionnés. D'autres préoccupations moins fréquentes concernent les **pistes cyclables et leur signalisation** (4,9%) ainsi que des **demandes spécifiques** ou des **problèmes d'accès à l'information** sur certains sites internet (2,4%).

# RÉSULTATS DU QUESTIONNAIRE PRESTATAIRES

Quels autres outils mis à disposition par l'Office de Tourisme (informations et/ou supports) vous seraient utiles pour votre clientèle ?

Quels autres outils mis à disposition par l'Office de Tourisme (informations et/ou supports) vous seraient utiles pour votre clientèle ?



## Quels autres outils vous seraient utiles ? A retenir

Les **contenus téléchargeables** et les **fiches descriptives** sont les outils les plus appréciés, jugés très utiles par la majorité des prestataires. Des outils comme les **fiches QR codes (64 %)** sont également considérés utiles, bien que de manière un peu moins prononcée. Enfin, les **FAQ**, les **emails d'information** et **widget d'information** reçoivent des avis plus mitigés. Globalement, on observe une préférence pour des outils pratiques et facilement accessibles qui facilitent l'information aux clients, qu'elle soit numérique ou sous forme de fiches.

**NB** : La méconnaissance de certains outils, leur facilité de mise en œuvre et les services qu'ils peuvent rendre, peuvent dans certains cas fausser la perception de l'intérêt de certains outils par les prestataires

Contenus touristiques sur le territoire		
OUI	55	57%
PLUTÔT OUI	33	34%
PLUTÔT NON	3	3%
NON	5	5%

Fiches de suggestions : "Que faire à... ? »		
OUI	45	47%
PLUTÔT OUI	34	35%
PLUTÔT NON	9	9%
NON	8	8%

Fiche QR Code renvoyant vers de la documentation		
OUI	30	31%
PLUTÔT OUI	32	33%
PLUTÔT NON	20	21%
NON	14	15%

FAQ (Foire Aux Questions numériques et réponses)		
OUI	5	5%
PLUTÔT OUI	19	20%
PLUTÔT NON	36	38%
NON	36	38%

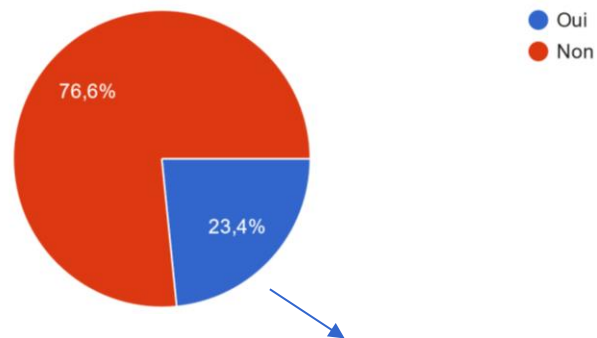
Emails d'informations à adresser à vos clients		
OUI	8	8%
PLUTÔT OUI	18	19%
PLUTÔT NON	27	28%
NON	43	45%

Widget d'informations et/ou d'agenda à insérer sur votre site web		
OUI	14	15%
PLUTÔT OUI	23	24%
PLUTÔT NON	23	24%
NON	36	38%

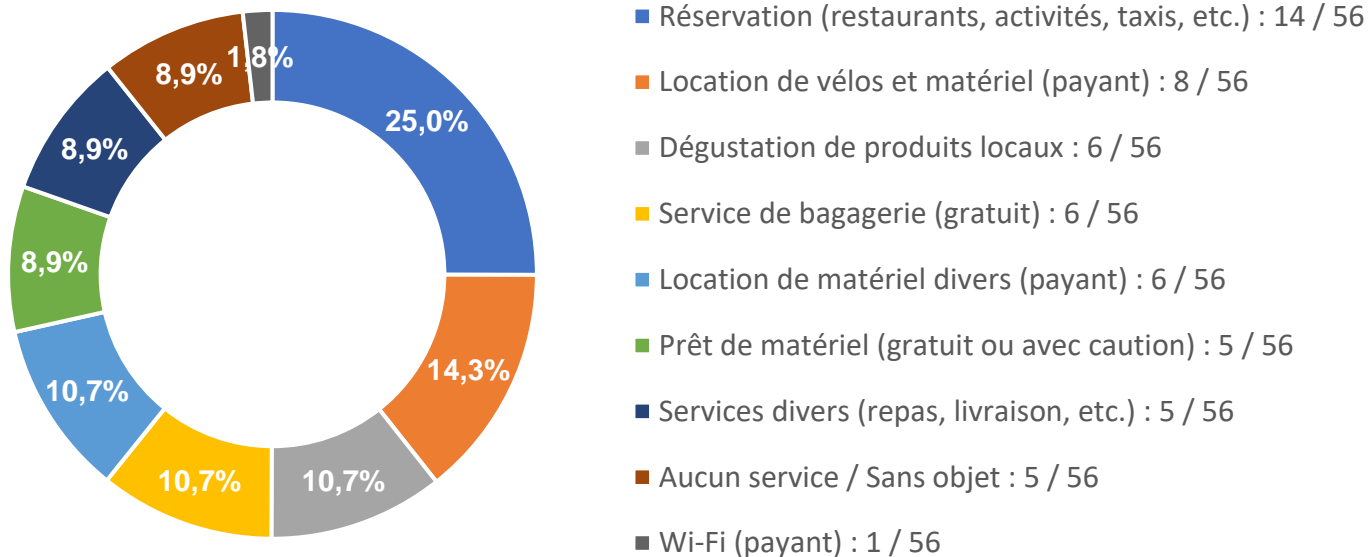
# RÉSULTATS DU QUESTIONNAIRE PRESTATAIRES

Avez-vous développé des services d'aide au séjour pour votre clientèle ?

94 réponses



## Services proposés à la clientèle



## Des services d'aide au séjour ? -A retenir

Les services les plus courants proposés par les prestataires touristiques sont liés à la **réservation de restaurants, activités et taxis** (25%). La **location de vélos et de matériel** (14,3%), ainsi que la **dégustation de produits locaux** (10,7%) et le **service de bagagerie** (10,7%), sont également fréquemment offerts. D'autres services, comme le prêt de matériel, les repas ou la livraison, sont aussi présents mais à un degré moindre. Enfin, une minorité de prestataires ne proposent pas de services ou estiment ne pas être concernés (8,9%).

# Et maintenant ?

- Finalisation de la phase 4 : cerner les points d'amélioration, les axes prioritaires
- Affinement du diagnostic afin de valider les axes prioritaires
- Phase 5 : élaboration des fiches actions et du calendrier de mise en œuvre
- Le SADI dans son ensemble sera ensuite soumis à la validation des Maires
- Un comité de pilotage sera constitué pour en assurer le suivi.

**MERCI DE VOTRE ATTENTION**