

STRATÉGIE D'ACCUEIL

Réunion Qualité – OT 73 Savoie Mont-Blanc

19 novembre 2024

HISTORIQUE DES FUSIONS



GRAND CHAMBÉRY ALPES TOURISME

Né à partir de 2018 de plusieurs fusions successives et **intégrant 5 anciens OT**

- Chambéry Tourisme et Congrès
- Challes-les-Eaux
- Aillons-Margériaz
- Cœur des Bauges
- Savoie Grand Revard



Une équipe répartie sur tout le territoire entre **le pôle Ressources et 4 pôles opérationnels :**

- Accueil et Ventes BtoC
- Groupes et Affaires
- Communication
- Parcours et Expérience Clients

Une équipe accueil de 12 permanents et jusqu'à 6 saisonniers **dans 6 BIT.**

LES 6 BIT

Quelques chiffres 2023

70 586 personnes renseignées en face à face
19 550 appels reçus
30 145 personnes non renseignées
11.3 % d'Étrangers



6 points d'accueils répartis sur le territoire

Le Châtelard Maison du Parc

BIT Cœur des Bauges
• 2 742 visites
• 1 395 appels

Aillon-le-Jeune / Mairie

BIT Aillons-Margéraz
• 3 952 visites
• 4 186 appels

Les Déserts - La Féclaz

BIT La Féclaz
• 17 722 visites
• 4 983 appels

Les Déserts / Le Montcel Le Revard*

BIT Le Revard
• 4 800 visites
• 282 appels

Chambéry Palais de justice

• 36 191 visites
• 8 605 appels

Chambéry La Ruche Boutik'

• 5 170 visites

*BIT à cheval sur Grand Chambéry et Grand Lac
⇒ Gestion GCAT

LA DESTINATION

Un nouveau territoire =
une nouvelle organisation

1 territoire varié avec divers sous-ensembles



- **2 stations de montagne :**

- Aillons-Margériaz
- Savoie Grand Revard ⇒ 1^{er} domaine nordique français



- **1 ancienne station thermale** à Challes-les-Eaux (les Thermes ont fermés depuis 2022)



- **1 ville d'Art et d'histoire** avec un important tourisme d'affaires, Chambéry **et sa vallée environnante**



- **14 villages de moyenne montagne** dans le Cœur des Bauges, territoire de randonnées et d'activités de pleine nature



1 équipe accueil qui travaillait très peu ensemble avant la fusion et qui a donc dû **appréhender un nouveau mode de fonctionnement** (mobilité, harmonisation des pratiques avec mise en place d'un logiciel de fréquentation et de caisse commun...)

L'APPORT DU SADI



Nous avons **besoin d'un œil extérieur** pour nous aider à :

- appréhender le **territoire dans sa globalité**
- développer **une appartenance à une seule entité à travers tout le territoire**



SCHÉMA D'ACCUEIL ET DE DIFFUSION DE L'INFORMATION TOURISTIQUE (SADI)
en 2018



Des préconisations intégrant les moyens **humains et financiers** sur :

- les BIT et leur mode de fonctionnement
- les autres relais d'accueil possibles sur le territoire

DES ADAPTATIONS AU SADI

Le SADI s'est mis en place à un instant T dans un contexte précis.
Depuis, les choses ont évolué, nécessitant des ajustements.

2 Exemples sur le territoire

- Exemple 1 : Challes-les-Eaux

Préconisations du SADI en 2018

Action à mener

Déménagement du BIT
de Challes-les-Eaux **vers
les Thermes**

Transfert de l'OT Challes-
les-Eaux **vers un tiers lieu**



Sur le terrain / en pratique :

- **Septembre 2021 :**
fermeture définitive du BIT de Challes-les-Eaux
- **Été 2022 :**
mise en place de
 - **Permanences hebdomadaires** aux Thermes et au camping
 - Relais de documentation
- **Printemps 2023 :**
fermeture des Thermes
- **Étés 2023 et 2024 :**
 - **Point relais doc** au camping (avec formation par l'OT)



DES ADAPTATIONS AU SADI

- Exemple 2 : Le Châtelard / Cœur des Bauges

Préconisations du SADI en 2018

Action à mener

Partenariat Maison du
Parc (Châtelard)



Sur le terrain / en pratique :

- **Eté 2021 :**
Déménagement dans les locaux de la Maison du Parc avec un espace muséographique
- **Premier bilan**
baisse de la fréquentation ne retrouvant pas le niveau d'avant déménagement (alors que la fréquentation ne baisse pas partout)
- **Plan d'actions (co-construit avec le PNR) :**
 - Renforcement de **la signalétique**
 - Réajustement de **la période d'ouverture** : mai à septembre
 - Mise en place d'**animations** : exposition photos, médiation, sensibilisation
 - **Eductours et portes ouvertes** pour faire connaître le lieu
 - **Accueil hors les murs** sur des événements locaux



LA RUCHE BOUTIK'

A l'origine pensé comme un BIT plutôt orienté vers la pratique « Nature », nous avons eu **besoin de faire évoluer le concept pour donner une vraie place à cette boutique**.

Il ne pouvait pas y avoir deux OT dans Chambéry (on perdait les visiteurs) et la boutique avait **vocation à valoriser les produits locaux / emblématiques de notre territoire**.

Il a donc été décidé depuis 2022 de clairement communiquer sur la Boutique. On y trouve aussi des infos touristiques mais on attire bien par les produits, les ateliers...

Plan de communication :

- ✓ Actions pour **faire connaître l'espace à destination des pros** et notamment des hôteliers
- ✓ Démarches à destination du **public groupes et affaires** (brochures spécifiques)
- ✓ **Valorisation permanente des circuits courts** avec la mise en avant des hommes et des femmes artisans du territoire à travers leurs produits
- ✓ **Ateliers** pour faire connaître l'offre du territoire dans ses diverses composantes et activités

Un BIT au positionnement assumé



2023 ET 2024 : DEUX NOUVEAUX ENJEUX

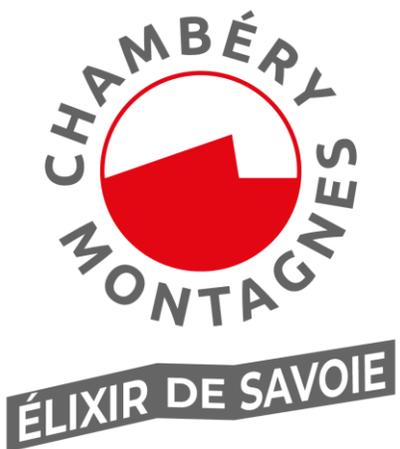
Premier enjeu : Le déploiement de la Marque Chambéry Montagnes

Notre destination a déployé sa marque le 5 juillet 2022 :
Chambéry Montagnes

Elle a mûri, évolué et 2024 a dessiné une nouvelle étape avec l'identité :

Chambéry Montagnes, Elixir de Savoie.

⇒ Elixir de Savoie est notre signature.



Notre destination est
un concentré de
Savoie, distillant le
meilleur de ses trésors
naturels,
gastronomiques,
culturels

Cette marque a besoin d'être vue et doit être diffusée sur l'ensemble de la destination.

Nous avons donc déployé notre nouvelle identité dans nos BIT **pour créer « cet air de famille »** :

- Nouvelles enseignes
- Tenues de l'équipe
- Corner de mise en avant des produits Chambéry Montagnes à la Ruche Boutik'
- Mise aux couleurs de la Marque dans certains BIT...



Second enjeu : La mise en place de l'accueil hors les murs

Même si certains BIT peuvent être assimilés à de l'accueil hors les murs (chalet au belvédère du Revard en été) et que certaines actions ont été mises en place avec des présences ponctuelles sur certains événements ou dans certains sites, ce n'est que **qu'en 2024 que nous avons lancé officiellement l'accueil hors les murs.**



Été 2024 : lancement de l'accueil hors les murs

Décision qui répond aussi à la baisse de fréquentation dans certains BIT



Ce déploiement se faisant à moyens humains constants, nous avons :

- **Choisi de débiter par un territoire « test »** : le Cœur des Bauges
- Opté pour **un accueil en van**
- Concentré nos accueils **durant les deux mois estivaux**
- **Réparti nos permanences** entre des marchés, des événements ou des sites (départ de la balade à la Cascade du Pissieu),



Bilan

Plutôt **positif**

avec des échanges différents de ceux dans les BIT

Ajustements nécessaires :

- ✓ **Bien penser les lieux** (le volume de fréquentation d'un site n'est pas toujours synonyme de réussite de notre accueil)
- ✓ **Trouver les bons créneaux horaires**
- ✓ Se positionner dans des endroits **où les gens peuvent avoir besoin de nos services**



763
personnes
renseignées
cet été

2025 : DÉPLOIEMENT DE RELAIS D'INFOS

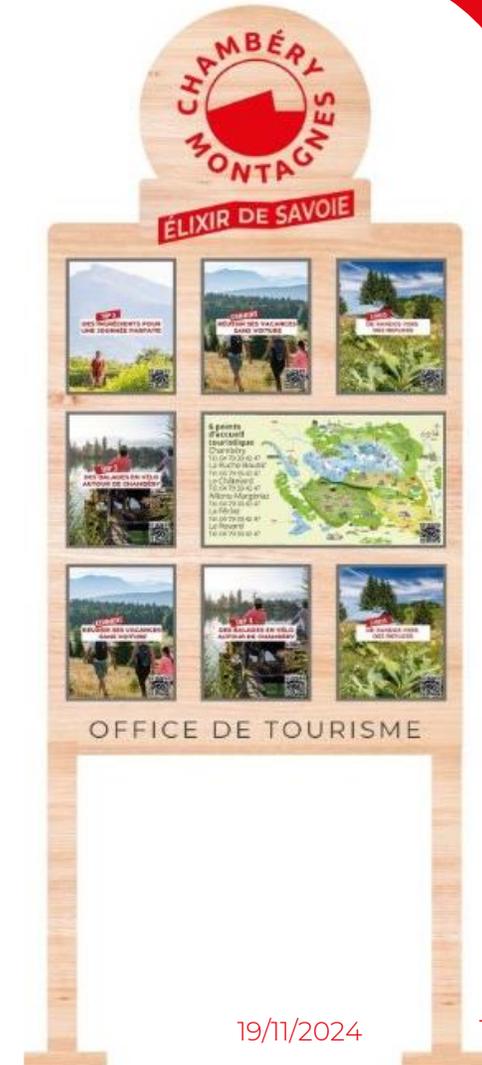
Poursuite de
l'accueil hors les
murs

- ⇒ au cours d'évènements
- ⇒ dans des sites
- ⇒ en tenant compte du retour d'expériences de l'été 2024



- Principe :
 - ⇒ **Présentoirs réalisés par un artisan local**
 - ⇒ Modification des supports tous les trimestres valorisant l'offre du territoire
- **Déploiement progressif sur plusieurs années** pour un maillage assez complet
- **Dans des lieux à la fois abrités et fréquentés** avec si possible des temps d'attente
- Objectif de **compléter l'accueil assuré dans les BIT**
- Avec **des commerçants / prestataires volontaires** qui deviendraient ambassadeurs de la destination Chambéry Montagnes.

Déploiement des
relais d'infos à
travers le territoire
avec le Pôle
Communication



CÔTÉ ÉQUIPE

Une seule et même équipe mais **une nécessaire adaptation au contexte local de notre Destination**

- **Des rythmes différents :**
Saisonnalité marquée dans les BIT des stations # rythme davantage annuel en vallée même si la fréquentation augmente de mai à octobre
- **Des visiteurs en BIT aux profils variés :**
Personnes de passage en vallée (quelques heures pour visiter Chambéry)
des séjournants plus nombreux dans le Cœur des Bauges et en stations.
- **Des demandes à la fois similaires** (randos) **mais aussi propres à chaque sous-territoire :**
Informations très pratiques en vallée (transports, billetteries) # davantage de demandes sur les activités (parcours randos très précis, itinérance, réglementation dans le Cœur des Bauges)
- **Un territoire très étendu :** (+ d'1h15 pour aller d'un point à l'autre du territoire)
Entrainant en pratique un fonctionnement sectorisé de l'équipe
 - ⇒ **La vallée :**
 - ↳ Avec des remplacements possibles avec la Ruche Boutik mais très occasionnels
 - ⇒ **Savoie Grand Revard**
 - ⇒ **Aillons-Margériaz et Cœur des Bauges :**
 - ↳ Complémentarité de l'équipe, demandes assez similaires, proximité des bureaux



CÔTÉ OUTILS

Une équipe sectorisée avec des outils communs



- **Un logiciel de fréquentation et de caisse identique :**
Ingénierie facilitant le remplacement dans l'un ou l'autre des accueils



- **Un outil partagé :**
Sharepoint pour stocker toutes les informations utiles à l'ensemble de l'équipe et faciliter le renseignement quel que soit le lieu du BIT



- **Les canaux Teams** pour organiser le passage des infos chaudes :
 - Des canaux communs : infos stations, infos randos, agendas-animations...
 - Des canaux Bauges avec les infos du secteur : dispos nuitées, dispos restos, actus d'un commerce...
 - Des canaux vallée : excursions...**Le risque « Trop d'infos tue l'info... »**



- **Les éducteurs / visites organisées tout au long de l'année** pour toujours mieux connaître l'offre et pas seulement sur son propre territoire. **Enjeu : être un expert de son secteur (vallée #Bauges) et un ambassadeur de la destination toute entière grâce à la formation continue et à l'appui sur les collègues des autres BIT.**



- **De l'entraide au quotidien pour créer une équipe malgré l'éloignement géographique**



- **De nouveaux outils à intégrer dans le conseil en séjour** comme notre carte interactive Chambéry Montagnes

BILAN DE NOTRE EXPÉRIENCE

Paramètres à appréhender

- **Parler d'une destination commune** en respectant les particularités de chaque sous-territoire
- **Conserver un maillage de l'accueil touristique** sur le territoire tout en prenant en compte les moyens humains et financiers
- **Valoriser les différents atouts sans perdre le visiteur** dans un territoire étendu et complexe
- **Créer une équipe accueil "Chambéry Montagnes"**, faire du lien entre les différents accueils tout en faisant émerger les stations ou les Bauges et créer du lien entre la vallée et les montagnes (séjour enrichi pour les visiteurs)
- Equipe accueil de plus en plus **intégrée aux actions des autres Pôles**, missions de + en + transversales
- **Se confronter parfois, quand nous sommes sur le terrain, à des habitants détracteurs** de Grand Chambéry suite à un contexte de fusion compliqué.
- **Donner du sens à « Chambéry Montagnes »** et qu'il soit assimilé à la Destination entière
- **Adapter nos modes d'accueils** aux contextes économique, politique et d'évolution des demandes de la clientèle



CONCLUSION

Le SADI a constitué une bonne base de travail à réinterroger régulièrement pour s'adapter et coller aux enjeux économiques, politiques, conceptuels et d'évolution des demandes de la clientèle.

L'équipe a d'abord dû appréhender un nouveau territoire et doit désormais s'adapter à de nouveaux modes d'accueil.

- ⇒ La prise en compte de l'humain est donc essentielle.
- ⇒ L'adaptabilité des équipes pour passer de leur ancien territoire de référence à ce nouvel espace a été fondamentale et a été facilitée par deux phénomènes :
 - ↪ **Conserver** pour une plus grande efficacité dans les informations diffusées aux visiteurs **une équipe plutôt Bauges et une équipe plutôt vallée** pour ne pas mettre en difficulté le personnel
 - ↪ **Chambéry est une ville de passage** dans laquelle l'équipe accueil de l'OT avait déjà l'habitude de renseigner sur un territoire beaucoup plus vaste que la ville stricto-sensu. C'est la porte d'entrée de la Savoie et les demandes portent sur l'ensemble du département.

Tout l'enjeu maintenant sera de **faire vivre la marque "Chambéry Montagnes"** et l'équipe d'accueil va devoir être partie prenante dans le relais des valeurs véhiculées par cette Marque.

CHAMBÉRY MONTAGNES

CONTACTS

Florence BERTAIL

Responsable adjointe
Pôle Accueil et Ventes BtoC
Tél.04 79 54 63 65

f.bertail@chamberymontagnes.com

Alexia DEMUER

Responsable
Pôle Accueil et Ventes BtoC
Tél.04 79 54 63 65

a.demuer@chamberymontagnes.com