

Jean Luc Boulin
Benchmark des offices de tourisme
Laplume
16 octobre 2008

Ce benchmark est issu des articles du blog e-tourisme.info,
Toutes les vignettes et les liens sont accessibles ici : <http://only2clicks.com/pages/mopa>.

La Hague fait des vagues

La Hague, en Cotentin : on n'y trouve apparemment pas qu'une usine de retraitement de déchets nucléaires, mais aussi de très belles choses, à l'image du [site Internet de l'office de tourisme](#).

Il n'a rien de franchement différent, ce site Internet réalisé par une [web agency charentaise](#) mais il est réussi avec une certaine harmonie entre ses différentes composantes, ce qui en fait pour moi un bon exemple de site de destination touristique.

La page d'accueil laisse défiler de belles photos, c'est le côté suggestion.

Le menu est clair : "découvrir, préparer son séjour, à l'affiche dans la destination."

Les Services web sont à la hauteur : une carte Google Maps bien adaptée; un carnet de voyage qui peut être transmis par email, des bonus vidéo, météo, galerie photos..

Ajoutez à cela que les hébergements sont repris de façon très apparente dans le cadre central, qu'un autre bloc annonce des séjours, et que le plan d'accès trône en haut à gauche, et on aura bien réussi l'accueil. Les pages intérieures sont aussi de très bonne tenue.

Seul défaut, à mon avis, mais il est de taille : il n'y a pas de traduction! et vu la situation géographique de La Hague, il y aurait urgence à traduire à minima en anglais!

Publié le 26 juin Jean Luc Boulin

Les Sables d'Olonne

Ce site est, de mon point de vue, particulièrement réussi.

D'abord, il y a **une vraie hiérarchisation de l'info et des fonctions du site** : 1) Vendre, 2) Promouvoir, 3) Informer. Du coup la mise en page est claire et évidente, alors que les fonctionnalités proposées sont très nombreuses.

Ce parti pris est d'ailleurs presque trop poussé par rapport à un service dont Benjamin parlait hier : la météo, qui disparaît dans les bonus (celle là il fallait la faire). En même temps, Les Sables d'Olonne est réputée pour son beau temps, surtout cette année ;-)

Ensuite, **la navigation a vraiment été travaillée** : double accès systématisé par onglet ou encarts cliquables, navigation transversale constante, fil d'Ariane... On ne se perd jamais et on prend même plaisir à naviguer d'une rubrique à l'autre.

Idem pour la carto (Google Maps of course), la présentation des hébergements, etc. : **tout est propre et net !**

Au rayon bonus, la combinaison vidéos-visites virtuelles (en réalité c'est du 360° sphérique mais ça produit son effet)-webcams s'impose comme étant **incontournable**.
Pronostic : d'ici un an, tout le monde aura le triptyque.

Alors, la perfection est-elle atteinte ? Etourisme.info est-il muet d'admiration ?
Pas loin, mais pas tout à fait non plus : le moteur de recherche semble perfectible (rappelons que le site est en ligne depuis peu), et puis, c'est peut-être la critique principale (mais pas rédhibitoire), ce bel outil n'a pas l'air de reposer sur une solution de publication (CMS). D'où la question : qui va l'animer au quotidien (ne serait-ce que pour améliorer la densité des mots "vacances", "séjours", "week-end"...), et combien ça risque de coûter ?

Vos réactions sont les bienvenues.

23 juillet. Pierre Croizet

Le web champion, c'est Lyon

Et c'est un bordelais qui fait l'éloge, c'est dire...

Ca faisait un petit moment que je voulais parler du [site de l'OT de Lyon](#), fort réussi à mon avis, pour plein de raisons :

- D'abord, **le design est accrocheur**, sans être chargé outre mesure. La charte est organisée autour d'une police de caractère particulièrement lisible avec une signature couleur gris-blanc-rouge-noir. Large bandeau, photos de banques d'images de bonne qualité (qui pourraient lasser à la longue : les mannequins qui sourient c'est bien, mais on finit par perdre un peu de l'identité locale), c'est net et sans bavure.
- Dans le bandeau, l'OT a choisi une **molette de navigation** très originale, vaguement inspirée de ce qui se fait sur l'iPhone. Ca demande un peu d'habileté, mais c'est plutôt une bonne idée.
- **Les choix éditoriaux sont clairs** : l'info passe en premier (où dormir ? où manger?...), le commercial en deux, et la promo en 3. Les fonctionnalités les

moins stratégiques sont reléguées en bas de page, en petits caractères : merci !

- Au niveau commercial : **du classique efficace** (carto Google Maps, moteurs de résea ergonomiques, affichage sous forme de catalogues avec un large choix de photos de qualité... Bien, très bien même.
Juste pour pinailler : pourquoi faut-il toujours demander au client de se créer un compte et un mot de passe ? Est-ce que quelqu'un va finir par se rendre compte que personne ne se rappelle jamais de ces foutus mots de passe et login ? Franchement, à quoi ça sert d'imposer cette perte de temps à quelqu'un qui réserve une fois en passant ? Il existe d'autres modèles d'achat sans login et mot de passe : voir voyages-sncf.com par exemple.
- Cerise sur le gâteau : **du web 2.0** ! Les internautes peuvent déposer leurs vidéos et leurs photos. La procédure est très simple. Un bémol cependant : la clause de cession totale des droits pour une durée illimitée est parfaitement illicite, chers amis de l'OT de Lyon ! Qui plus est, puisqu'on est dans la rubrique approximations juridiques, la page de mentions légales est indigne d'un site de cette qualité... Voir pourquoi dans [cet article](#).

Au final, ce qui me séduit c'est que ce site est agréable à consulter et à utiliser. Point.

8 juillet. Pierre Croizet

Le web au point, c'est Amiens

Passons de Lyon, dont [Pierre faisait l'éloge hier](#) à Amiens, chez les cousins picards. Cecile Bonneau, directrice de l'office de tourisme de la capitale picarde, m'a fait passer le communiqué de presse du lancement de la [nouvelle version du site tourisme d'Amiens](#). Celui-ci vante les aspects esthétiques pratiques et surtout **interactifs** du site *avec des outils issus du web 2.0 pour permettre aux internautes de contribuer à la vie du site*.

Et c'est vrai qu'en première page apparait le bouton **témoignages**, juste entre "hébergements", et "mon carnet de route". On clique donc vivement dessus pour connaître enfin le premier office de tourisme qui aurait fait fortune dans l'avis de consommateurs et le participatif de bon aloi!

Las! Le site n'est ouvert que depuis trois jours, et il n'y a pas encore eu de remarques sur cette nouveauté, pas plus que de témoignages sur les *meilleurs endroits pour s'évader à Amiens*. Donc il faudra repasser pour voir comment fonctionne cette nouveauté qui intéresse tout le monde. Promis, dès ce matin, je participe, et je vais, en bon webbeur 2.0, commenter sur le formulaire ce nouveau site Internet.

Parlons-en justement : outre l'aspect participatif, ce site est en effet plus esthétique que l'ancien, avec de superbes photos et une vidéo accessible en une. Ce petit film est une visite virtuelle réussie de la ville, avec de jolies phrases qui racontent la destination, et un final beau comme un camion : *j'ai des souvenirs de ville comme on a des souvenirs d'amour* Une phrase du dénommé Valéry Larbaud qui assure bien!
La syndication avec la base de données Tourinsoft est efficace, avec une carto sympa, et fonctionne bien avec le carnet de route.
Coté pratique, les menus sont clairs, et les services au point : météo, brochures, carte interactive, etc. Comme si on avait ici suivi les précieux conseils de ce blog!

9 juillet 2008. Jean Luc Boulin

Le web très chouette d'Anglet

Vous allez me dire qu'étant aquitain, je ne suis pas objectif! et pourtant si, et je le dis : le site d'Anglet est très chouette! D'abord parce qu'il y a des boutons et des fonctionnalités partout, ce qui laisse du temps à la découverte, et puis de bonnes trouvailles émaillent le site : outre la météo et les webcams juste en dessous du bandeau menu *comme si les résultats de l'étude sur le comportement des internautes européens étaient utilisés par l'office de tourisme!*, on trouve sur toutes les pages du site une **boîte à outils** permettant d'agrandir la taille des caractères, de commander des brochures, ou d'accéder à la carte touristique.
Une carte interactive tout à fait intéressante dans sa conception, avec un mode d'emploi très détaillé; en plus elle marche bien.
L'offre touristique est classé en "séquences", et par type de clientèle, avec des accès différenciés. Et bien sur la centrale de résa avec son formulaire est en page d'accueil.

Il y a même une touche de web 2.0 avec la possibilité de voter pour la photo préférée de la photothèque ou en participant au sondage : "viendrez-vous en vacances à Anglet cette année?" (regardez les résultats, c'est impressionnant, la concurrence à du souci à se faire...).

A voir aussi, les contributions des internautes, qui même si elles ne sont pas nombreuses sont très bien utilisées.
Seul bémol, lié au choix des multiples entrées en première page, il y a peu de visuels en "une". Ce qui, ici, ne me gêne absolument pas car l'information est très riche.
Qu'en pensez-vous?

11 juillet Jean Luc Boulin

Pour un site qui rayonne, Bayonne

- d'abord les traductions : en espagnol et en anglais. Oui, on pourrait aller plus loin, mais à un moment donné il faut un parti-pris d'efficacité et considérer qu'il vaut mieux bien capitaliser sur deux langues correspondant à la fréquentation touristique dominante plutôt que d'éparpiller son énergie au risque d'être toujours perfectible sur les trads.
- ensuite le fait que sur chaque page, fêtes et traditions, nombreuses ici comme on le sait, ou restauration, ou bien encore culture et patrimoine, le fond rédactionnel et iconographique change naturellement, mais dans la partie chaude de la page (en haut à droite) on trouve toujours le pavé de réservation en ligne des hôtels et des meublés. Et ça, c'est très important. Première demande des touristes : où faire dodo dans de bonnes conditions. Deuxième demande : ne pas perdre de temps, découvrir, comparer, réserver payer et là, ça rejoint forcément les attentes des professionnels. L'office de tourisme de Bayonne apporte donc un vrai service à ses visiteurs et à ses adhérents.
- dernier point : Bayonne, c'est une ville, un patrimoine, des commerces, des animations nombreuses. Mais c'est aussi une ville d'où l'on part pour vivre les expériences variées que propose le Pays Basque. Et quelques-unes de ces activités sont formalisées dans des produits touristiques prêts à consommer. Elles sont aussi suggérées par de belles photos de l'océan et des Pyrénées toutes proches. Bref, vous avez maintenant le choix entre le Bayonne du New Jersey et le Bayonne du Pays Basque. Allez, allez...

2 juillet François Perroy

La Provence verte segmente le web

La Provence verte, office intercommunal installé depuis 1995 autour de Brignoles dans le Var, a un service commercial bien installé et imaginatif dans l'approche segmentée de son offre en séjour. Sur le [site de l'office](#), la partie consacrée aux week-ends et séjours propose une double entrée : la première classique, est une entrée thématique : "séjour détente", "nature", "culture".

La deuxième est une entrée sociale, sur le mode : avec qui vais-je partir? "avec mon amoureux", "entre copine", "avec ma tribu", et ma suggestion préférée : **rosé, ratatouille et tapenade.**

Une approche segmentée dynamique et qui correspond bien aux habitudes de consommation. Le site institutionnel de l'office renvoie vers le site commercial [séjours Provence](#) avec des propositions toujours imaginatives comme par exemple à l'occasion de la fête des mères: "fêtez les Mamans au moulin", à commander par les enfants, ou bien "chouchoutez Maman", une bonne idée de cadeau à commander par les maris indécis, comprenant piscine à 28°, champagne et massage...

La rubrique "romantique" est très bien achalandée entre les "séjour Cupidon" et les "week-end my love"...

De façon générale, les titres des produits changent largement des "week-end culture et terroir" habituels sur nos sites d'offices de tourisme.

Des idées à prendre pour les services productions.

15 mai Jean Luc Boulin

Montréal

Le Québec très E-tourisme 2.0

Si nos cousins québécois sont toujours précurseurs dans le etourisme (ce dont je ne suis pas persuadé), il y a à parier que sous peu, tous les sites institutionnels vont se mettre au web 2.0.

C'est ce qu'on peut en conclure en voyant les investissements faits dans la belle province. Le site officiel du tourisme à Montréal, www.tourisme-montreal.org vient d'investir 1,5 millions de dollars dans sa nouvelle plateforme web qui se veut très interactive. Si la vidéo de première page est impressionnante, avec un survol très réaliste de la capitale du Québec, je n'ai pas été conquis par le système de journal de bord qui doit permettre de réaliser son propre guide de voyage : je n'ai pas pu passer l'étape de l'inscription!

La segmentation en fonction du profil du visiteur est pour le moins surprenante : *je suis "touriste", "gai ou lesbienne", "planificateur de congrès", "journaliste"...*

Et puis, lors d'une récente conférence sur le etourisme à Montréal, le ministre québécois du tourisme a annoncé la refonte web 2.0 du site officiel [Bonjour Québec](#), pour un budget de... 30 millions de dollars!

D'ici la fin de l'Automne, Bonjour Québec va mettre en place un site entièrement dédié au Web 2.0 qui fera un ramassis de Flickr, Youtube, Wikitravel, etc... On va retrouver sur le site des fiches d'évaluations des différents attraits et hébergements, des podcasts audio-guide pour des tours guidés gratuits et beaucoup d'autres choses, nous annonce un [blogueur québécois](#). On attend le résultat avec intérêt, voire impatience...

16 juillet Jean Luc Boulin