



CHOOSE
PARIS
REGION





LE DISPOSITIF « DO YOU SPEAK TOURISTE? » - 2024



Le mardi 2 avril 2024

LE DISPOSITIF



11^{ÈME} ÉDITION



11 ans

Le **dispositif**
« *Do You Speak TouristE ?* »
a 11 ans.
Il est né en 2013.

1 partenariat Choose Paris Region /
CCI Paris Ile-de-France



Mardi 2 avril 2024 – LE DISPOSITIF « DO YOU SPEAK TOURISTE? » - 2024

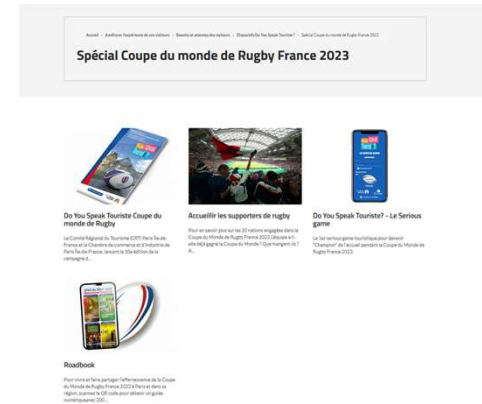
1 DISPOSITIF = 3 OUTILS



Le guide pratique

destiné aux personnels en position d'accueil du public touristique. Il présente:

- Des données pour mieux connaître les touristes,
- Des conseils pour les accueillir,
- Des informations sur les épreuves.



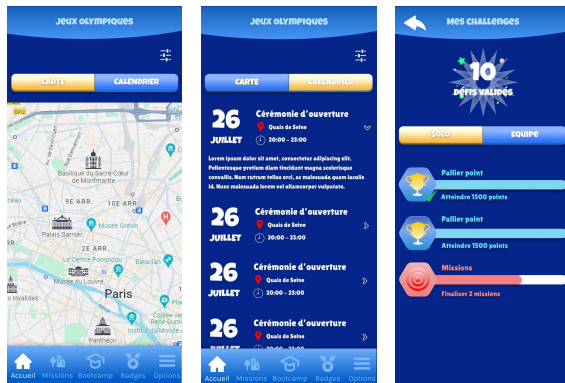
Une page dédiée sur le site pro.visitparisregion.com

Proposera:

- Un accès au guide téléchargeable,
- Un accès au *serious game*,
- Des portraits de spectateurs augmentés de données touristiques,
- Une page avec des liens vers les sites d'informations, les applications dédiées, ...,
- Un accès aux outils complémentaires destinés au grand public: *Roadbook*, application Paris Region Aventures

Le serious game associé

s'adresse aux professionnels en position d'accueil des touristes. Il s'agit d'un *serious game* touristique de formation et de sensibilisation à l'offre touristique locale et à sa recommandation.



1 DISPOSITIF = DES CIBLES MULTIPLES



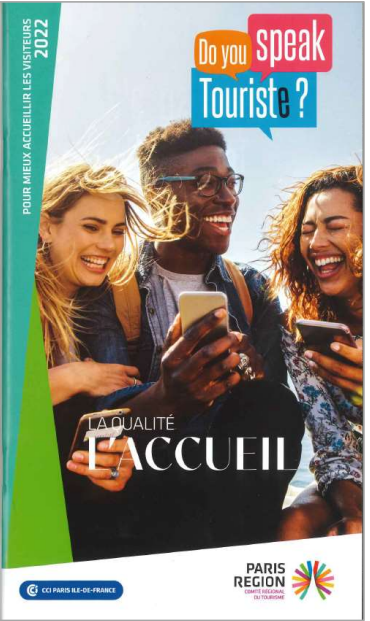
Le personnel d'accueil des établissements recevant des **publics touristiques**

- **hôtels**
- **restaurants**
- **musées et monuments**
- **commerces pouvant recevoir des touristes: boulangeries, pharmacies, etc...**

LE GUIDE 2024



UNE ÉVOLUTION DANS LE TEMPS – EDITION 2022



À RETENIR LES ATTENTES DES VISITEURS

LES INCONTOURNABLES DE L'ACCUEIL

ACCUEIL
Les visiteurs s'attendent à un accueil courtois dans une atmosphère chaleureuse et agréable. L'ambiance et un simple sourire sont des points essentiels au bon déroulement de leur voyage. L'accueil dans leur langue maternelle est un véritable plus.

INFORMATION
Les visiteurs internationaux apprécient une documentation dans leur langue natale à chaque étape de leur séjour : transports, hôtels, restauration.

GESTION DU TEMPS
Le temps étant limité, les visiteurs apprécient de disposer d'un maximum d'informations leur permettant de gérer leurs activités au mieux. Une hausse ou confort en des dispositifs d'information dans les files d'attente est apprécié de manière croissante.

PROXIMITÉ
La proximité de tous les lieux est un point primordial afin que le séjour de chacun soit globalement fluide. Certains visiteurs peuvent se montrer des plus mécontents. Chaque point peut aussi être optimisé par une cartographie précise visible.

ACCESSIBILITÉ DE LA DESTINATION

TRANSPORTS
"Comment se rendre dans tel lieu, à quel prix, pour quelle durée, comment utiliser le métro..." sont souvent d'interrogations auxquelles les visiteurs attendent des réponses de la part des personnels accueillis.

DIGITAL / ONLINE
Aujourd'hui, voyager rime aussi avec partage, que ce soit avec ses amis ou sa famille. C'est la possibilité pour les visiteurs de laisser des commentaires et évaluations à chaque étape de leur voyage. Le Web-Fi gratuit apparaît donc comme une nécessité de tous jours.

ACCESSIBILITÉ, BESOINS SPÉCIFIQUES
En famille, avec des bagages, à mobilité réduite ou avec tout autre besoin spécifique, les visiteurs apprécient d'être renseignés en amont sur les modalités d'accessibilité de chaque lieu visité.

COMFORT
Afin de profiter sereinement de leur séjour, nombreux les visiteurs apprécient d'être mis au courant sur la question des pesticides et sur la présence de foras de sécherie.

L'OFFRE TOURISTIQUE

MÉTÉO ET MÉTÉOROLOGIE
Vu leur temps limité et l'abondance de l'offre, de nombreux visiteurs aiment connaître au préalable les horaires, horaires ou tarifs spécifiques des sites culturels (musées etc...) et les services.

GASTRONOMIE
La gastronomie, une authenticité, l'héritage de sa région, des indications sur les produits à goûter... sont des informations recherchées par les visiteurs lors de leur séjour. Et pour beaucoup, la proximité de ce site propose des activités liées à la gastronomie.

ENVIRONNEMENT
De nombreux visiteurs se déplacent pour assister aux grands événements sportifs et culturels. Certains comprennent, constatent, constatent des écarts de températures... Soyez toujours au courant de l'actualité dans votre territoire.

QUALITÉ PRIX
La destination apparaît comme chère aux yeux de beaucoup de touristes, il est donc important de leur présenter les bons plans du moment, les offres familiales existantes et autres formules spécifiques.

À RETENIR CONNAÎTRE ET COMPRENDRE POUR MIEUX COMMUNIQUER

Paris et sa région accueillent des touristes français et des visiteurs de cultures et de langues variées, qui ont des attentes différentes. Des attentes, des attentes, des attentes en matière de handicap, et tout avec des besoins et des attentes spécifiques. De bonnes pratiques permettent de s'adapter à chacun de ces profils.

1 Comprendre et se faire comprendre

"C'est parfois difficile de se faire comprendre de nos visiteurs, de cultures et de langues variées, qui ont des attentes différentes. Que doit-on faire ?"

Au-delà de la diversité de nos interlocuteurs, plusieurs attitudes d'accueil active et de communication permettent de bien vivre l'expérience.

- Une compréhension mutuelle. En situation d'accueil, le rôle d'une communication fluide et efficace est de chercher d'abord à comprendre votre interlocuteur. Quand on est prêt à comprendre ce qu'il souhaite, il devient alors beaucoup plus facile de l'informer efficacement et adéquatement.
- Les bonnes questions. Utilisez les bonnes formes de questions et l'une des clés de la communication. Si vous voulez comprendre les attentes d'un visiteur, posez une question ouverte, commençant par "Quel est votre projet ?". C'est une question qui permet au visiteur de vous expliquer ce qu'il souhaite. C'est une question à choix multiples. Si vous voulez confirmer une satisfaction ou connaître la destination, posez une question fermée, incluant une réponse par oui ou non ("Voulez-vous visiter le musée de la ville de Paris ?").
- Une demande d'attention. S'assurer que vous avez bien compris votre interlocuteur et reformuler ce qu'il a dit permet de valider votre compréhension. En outre, cela renforce la confiance avec votre interlocuteur. Vous pouvez aussi demander à votre interlocuteur de vous expliquer ce qu'il souhaite.
- Des mots simples. En France, nous utilisons souvent des mots techniques, jargons et acronymes. Pour les visiteurs internationaux, il est préférable d'utiliser des mots simples et courants. Utilisez des mots simples et courants. Utilisez des mots simples et courants.

2 Observer pour ajuster

"Interagir avec des personnes aux profils diversifiés est parfois complexe. Dois-je changer constamment de posture ?"

Il s'agit plutôt d'observer les comportements de son interlocuteur et d'ajuster ses réponses pour ajuster de manière appropriée. Quelques points-clés de communication sont importants à identifier :

- Des intentions explicites. Expliquez votre intention pour éviter que des malentendus se transforment en problèmes. Par exemple, "Puis-je vous poser cette question, est-ce que vous pouvez me le dire s'il vous plaît ?".
- Des moyens de communication adaptés. Que vous souhaitez communiquer des informations, des questions ou des problèmes, il est important de choisir le bon moyen de communication. Par exemple, si vous avez des questions, vous pouvez utiliser un moyen de communication adapté à votre situation.
- Une communication écrite ou orale. Pour transmettre une information, quel moyen utiliser vous le plus ou un support visible ? Beaucoup de visiteurs internationaux ont des questions de culture et de langage, des personnes à besoins spécifiques, sont souvent malentendus, etc. Utilisez des supports visuels, des cartes, des brochures, etc.
- Une démonstration de émotions multiples. Comment réagir-vous lorsque vous êtes en contact avec un visiteur ? La tendresse, l'enthousiasme, la curiosité, etc. sont des émotions qui peuvent être exprimées, par des gestes ou la manière de parler. Cette réaction n'est pas universelle, mais elle est importante. Le langage est un outil important, mais il ne suffit pas à lui seul. Utilisez des supports visuels, des cartes, des brochures, etc.
- Des propositions adaptées à chaque profil. Éviter la fatigue et une attitude défensive entre les familles avec enfants et les seniors. Des services, comme les taxis, les fauteuils roulants, etc. sont des services qui peuvent être proposés. Utilisez des supports visuels, des cartes, des brochures, etc.

LES PERSONNES DÉFICIENTES VISUELLES PLUS À L'AISE DANS LES GRANDES VILLES ET DANS LES SITES ÉQUIPÉS

LE HANDICAP VISUEL EST VÉCU COMME UN FREIN ASSEZ MINEUR AU VOYAGE. À CONDITION D'ÊTRE ACCOMPAGNÉ.

- Le repérage spatial est très souvent une source de difficultés pour les personnes aveugles et malvoyantes. Les déplacements intérieurs et extérieurs doivent être conçus visuellement en sachant l'impact de guidage au sol.
- Les sites ne communiquent pas assez sur leur accessibilité. L'information doit être relayée sur le site internet de l'établissement (photos de lieux, audio-description, bande de guidage...).
- Les lieux touristiques manquent de dispositifs adaptés. Favoriser le développement de visites sensorielles et guidées, penser spécialement pour les personnes aveugles (guides qui connaissent les techniques d'audio-description).
- Se déplacer seul peut être compliqué pour ce public. Il existe des outils d'aide au déplacement qui favorisent l'autonomie (appareils proposant des fonctions de géolocalisation).
- Si besoin, elles peuvent avoir recours à des services pour faciliter la programmation de leur séjour. Proposer des services en ligne en indiquant votre site internet accessible.

"Être aveugle n'empêche pas de faire quoi que ce soit, tant qu'on est accompagné." (Marie, touriste française)

PROFIL BENJAMIN À LA RECHERCHE D'INFORMATIONS FIABLES

PROFIL VOYAGEUR

Benjamin, 34 ans, est allemand et vit dans la région de Munich où il travaille comme chef de groupe dans un service commercial. Il utilise un Facebook mobile depuis l'âge de 14 ans. Il ne peut pas accéder à l'application sur des écrans de plus de 5 ou 6 pouces, ne pouvant pas utiliser les tablettes. Il privilégie la voiture et évite toujours l'accompagnement, ne se déplaçant pas totalement autonome. Il parle beaucoup le solo à main nue des déplacements courts.

LE SÉJOUR

Avec son amie, Benjamin s'est rendu en Île-de-France, après avoir été à Mont Saint-Michel et à la Bretagne. Le séjour a duré 5 jours.

Il a utilisé l'application France pour sa beauté, sa richesse, la diversité des activités possibles, son dynamisme.

Il pense que Paris est plus adaptée que les autres villes. Cependant, ou les horaires sont très courts et les activités souvent mal adaptées pour les personnes à mobilité réduite.

Il aime se déplacer dans les transports, surtout dans le métro et le RER. Il aime voyager, découvrir, apprendre par lui-même, cuisiner tout seul, même s'il ne sait pas faire de bons plats, il aime bien voyager après 6 heures.

LES ATTENTES

Il voudrait pouvoir passer le séjour et l'accompagnement par exemple, à des destinations multiples.

Il souhaiterait des informations personnalisées par exemple, les restaurants, les activités, les horaires, les tarifs, les prix, les coûts pour l'accès aux touristes.

Pour lui, le sens de l'accueil doit être le premier, et les professionnels doivent être attentifs.

"Je préférerais que ce soit la personne qui m'accompagne qui ne parle pas son dialecte. Que ce soit quelqu'un qui me trouve ça un peu dégradant."

"Dans les restaurants, l'accès aux toilettes est souvent un problème. On ne peut pas ouvrir la porte, ou c'est à l'étage, ou encore au sous-sol."

UNE ÉVOLUTION DANS LE TEMPS – EDITION 2023



ÉDITION SPÉCIALE
Coupe du Monde de Rugby France 2023

- Mieux connaître les touristes
- Conseils pour les accueillir
- Informations sur la compétition

Do you speak Touriste?

CCI PARIS ÎLE-DE-FRANCE VISIT PARIS REGION

Un évènement bien organisé pour apprécier le spectacle sportif!

«Un voyage sportif» est indissociable de la rencontre sportive elle-même

Les incontournables pour les spectateurs de la Coupe du Monde de Rugby France 2023

Une sécurité renforcée, bien-être et confort pour tous les spectateurs

Des offres touristiques de destination

Abordable pour les voyageurs courts, plus vivant pour les voyageurs longs

Combinaison de vols et de vacances

Portraits de supporters

CE MIEUX RENCONTRER LES ANS AIMERAIENT VOIR DES EXPOSITIONS CELEBRANT LES VALEURS ET L'HISTOIRE DU RUGBY

JAMES, ANGLAIS DE 52 ANS VEUT PRODIGES DES FESTIVALS DANS UNE AMBIADE AGÉABLE ET EXALTANTE

«Un évènement bien organisé pour apprécier le spectacle sportif!»

«Un voyage sportif» est indissociable de la rencontre sportive elle-même

France 2023 : le dispositif à Paris et dans sa région

CALENDRIER

HISTORIQUE

MAPPE

FINALE

CLASSEMENT

PROFILS DES ÉQUIPES

PROFILS DES JOUEURS

PROFILS DES STADIUMS

Namibie

Pays de Galles

Nouvelle Zélande

Portugal

PROFILS DES ÉQUIPES

PROFILS DES JOUEURS

PROFILS DES STADIUMS



Une édition spéciale

Elle présentera:

- Des informations clés sur l'accueil interculturel,
- Et sur l'accueil universel,
- Des données sur les besoins et attentes des visiteurs des JOP,
- Des portraits de spectateurs,
- Des cartographies des 8 départements franciliens avec les lieux concernés par les JOP (lieux de compétition, de célébration, passage des Flammes, ...)

2024 – UNE EDITION SPÉCIALE JEUX OLYMPIQUES ET PARALYMPIQUES



Une double page dédiée

À l'accueil universel et aux attentes des personnes à besoins spécifiques.

L'accueil des Jeux Paralympiques sera aussi mis en avant dans la présentation des lieux de compétition, de célébration et de passage de la Flamme paralympique.

Information:

L'édition 2022 portait sur 7 profils type de visiteurs, dont 3 en situation de handicap (moteur, auditif et visuel)



Mardi 2 avril 2024 – LE DISPOSITIF « DO YOU SPEAK TOURISTE? » - 2024

2024 – UNE EDITION SPÉCIALE JEUX OLYMPIQUES ET PARALYMPIQUES



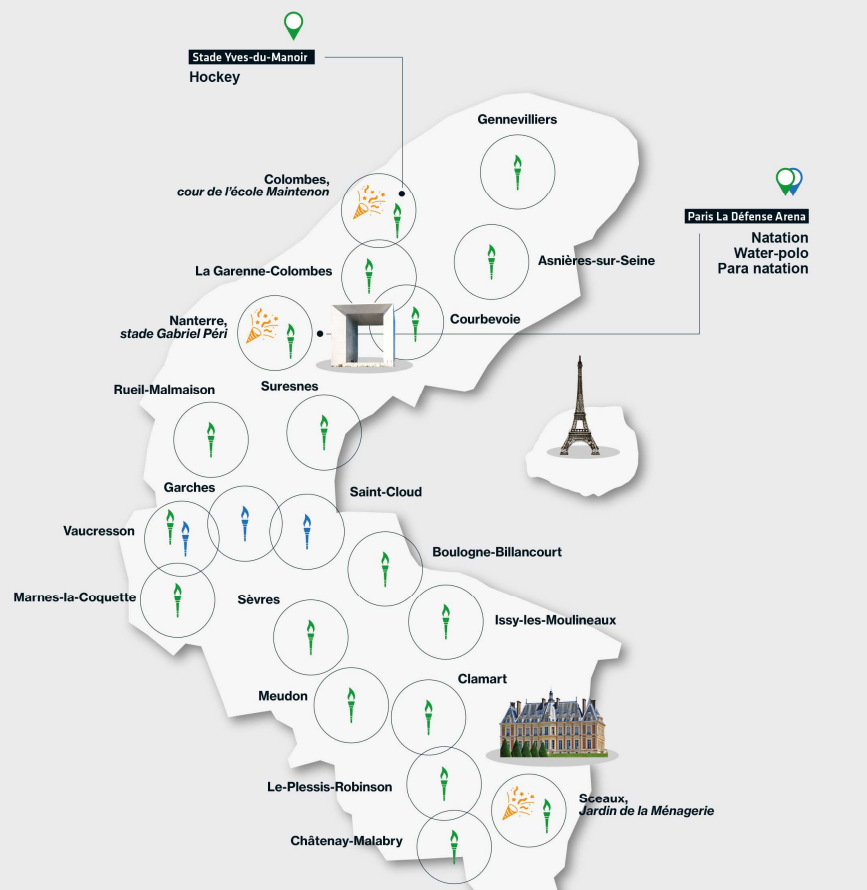
Jeux Olympiques et Paralympiques Sites - Zones de célébration Parcours de la Flamme Olympique/Paralympique

Dans les Hauts-de-Seine



Passage de la Flamme Olympique le 24 juillet :
Asnières-sur-Seine, Boulogne-Billancourt, Châtenay-Malabry, Clamart, Colombes, Courbevoie, La Garenne-Colombes, Gennevilliers, Issy-les-Moulineaux, Marnes-la-Coquette, Meudon, Nanterre, Le Plessis-Robinson, Rueil-Malmaison, Sceaux, Sèvres, Suresnes et Vaucresson

Passage de la Flamme Paralympique le 27 août :
Garches, Saint-Cloud et Vaucresson



Exemple de cartographie départementale

LANCEMENTS & OPÉRATIONS TERRAIN



Édition spéciale = lancement spécial

Un lancement régional, institutionnel et presse, en Seine-Saint-Denis:

- Le mardi 14 mai (matin),
- Hémicycle régional,
- En présence des présidences de CPR, de la CCIR, de Seine-Saint-Denis Tourisme et de la CCI 93,
- Les Offices de Tourisme y seront invités.

Des lancements départementaux dans les semaines qui suivront:

- Un lancement dans chaque département,
- Co-organisés avec les CDT/ADT et les CCID,
- Les Offices de Tourisme seront sollicités.



Lancement institutionnel et presse à Paris (juin 2023)



Départ de l'opération terrain à Paris (juin 2023)

Des opérations terrain

- Diffusion du guide lors d'opérations de démarchage sur le terrain,
- Associées aux réunions de lancement,
- Mobilisation des équipes de CPR, de la CCIR, et des CCID
- Mobilisation des Offices de Tourisme du territoire,
- *Diffusion d'informations associées: flyer du serious game par exemple.*

OPÉRATIONS TERRAIN – EN IMAGES

Do you speak Touriste?



Opérations terrain 2018 – 2019 – 2023

Mardi 2 avril 2024 – LE DISPOSITIF « DO YOU SPEAK TOURISTE? » - 2024



Prochainement :

- Communication des **dates des lancements départementaux**
- La possibilité de **faire savoir votre intérêt pour une diffusion sur votre territoire**



Merci !

