

Benoît Vieillard A Star is « Borne » ?

A 30 ans, cet ancien d'HEI a créé sa société Irondel et développé des bornes touristiques tactiles qui connaissent un joli succès dans les hôtels lillois. La clientèle cosmopolite n'a plus qu'à se laisser guider à l'aide de ces boîtes à images aussi simples qu'efficaces ! Rencontre.

«A u début, tu passes pour un fou avec tes rêves. Partir de rien, c'est dur. Mais quand tu montres le produit fini à une dizaine d'adhérents qui t'avaient assuré de leur présence alors que le projet n'était que virtuel, là, tu réalises le chemin parcouru.»

Benoît Vieillard a le feu sacré. Ses bornes (huit sont déjà installées notamment à l'Ibis gare, au Novotel gare, Sofitel Lesquin, hôtel de la Treille...) sont à son image. Simple, direct, allant à l'essentiel. Visiblement, les clients des hôtels (la cible) comme les hôteliers en sont friands. En testant cette grosse game boy, on pique illico l'intérêt. Page d'accueil : trois langues proposées (Français, Anglais, Néerlandais). Il suffit de se balader avec le doigt (c'est tactile !) dans les rubriques : « Où sortir », « Que visiter », « Où manger », « Faire plaisir ». Cette grosse boîte à images vous montre alors en quelques minutes (le temps qu'un taxi arrive où qu'un collaborateur vous rejoigne) la richesse de la capitale des Flandres. Et vous guide, au gré de vos envies.

Petit à petit, l'oiseau fait son nid !

Musée des Beaux-Arts et City Tour (visite de Lille en 1 h), restos, bars, cabaret, produits du terroir, le client a le choix. Oui, mais quand on ne connaît pas la ville ? Appuyez sur la boussole, le plan (de votre hôtel au lieu recherché) vole à votre secours. Et comme chaque adhérent y va de son petit cadeau de bienvenue (réduction, verre offert...), le client est roi (il imprime le coupon) et le retour, pour l'abonné, immédiat.



HAUKELOPPE B.

« C'est clair, si tout le monde joue le jeu, tout le monde gagne. Ça me plaît, parce que c'est une façon efficace de développer l'attrait touristique régional. Chaque adhérent est logé à la même enseigne (de 4 à 6 pages en images). Il cotise au mois pour être sur le parc de bornes (grossièrement 100 €/mois, plus la conception initiale des pages), se retire s'il n'est pas satisfait. L'envers du décor se passe sur internet. Chaque borne a son serveur web, sa base de données. L'adhérent peut donc consulter la fréquentation de son établissement, la langue qui marche le mieux... »

« Aujourd'hui, fabriquer une borne (coloris et formes différentes, écran 15 pouces) me coûte 4 500 €. Moi, je ne me finance que sur les abonnements. Il faut donc sans cesse étoffer le contenu pour que le client régulier ne se lasse pas et que le seuil de rentabilité soit atteint selon le business plan établi d'ici trois ans. »

Avec déjà plus de vingt adhérents, Benoît est en

avance sur ses temps de passage. Et dans le microcosme lillois, beaucoup commencent à se renseigner sur cette Irondel...

« Passer du rôle de créatif à celui d'homme d'affaires, c'est formateur. Mais c'est fou le temps et l'énergie qu'on passe à prospecter ! » D'autant que cet infatigable bosseur assume, en plus, ses fonctions de consultant informatique. « L'avantage de ce projet, c'est qu'il est exportable à d'autres villes, d'autres régions. Mais il ne faut pas faire n'importe quoi. D'abord étoffer qualitativement et quantitativement le parc lillelois. Après... »

Irondel se prépare de jolis printemps. Imaginez, les institutionnels, à l'affût, entrer dans la danse. Le « Mille bornes » touristique apparaîtrait à la vitesse... d'un bel oiseau, porteur de bonnes nouvelles !

ÉRIC BLAISE

IRONDEL : CFK ESC avenue Willy Brandt 59777 Euralille.
Tél. : 03 20 78 65 76. e-mail : contact@irondel.com.

Des bornes reçues avec mention !

Emmanuel Thébaux, directeur de l'Ibis gare : « On a un super retour. La borne est très souvent utilisée. C'est pratique, ça va vite. Chez nous les Néerlandais sont friands du city tour, par exemple. C'est un outil moderne, complémentaire. Plus la borne s'enrichira, plus l'offre correspondra à l'attente de nos clients. »

Amandine Bavetta-Jeanson, communication et développement du Palais des Beaux-arts : Le projet était carré et le résultat est à la hauteur. Avec nos supports papier, il arrive que l'on connaisse des soucis de diffusion. Ces bornes, évolutives en fonction de notre calendrier, sont une vraie alternative qui comble une lacune. Nous avons formé l'accueil en ce sens et contrôlons notre fréquentation mensuelle. Les bornes suscitent l'intérêt en un minimum de temps. La satisfaction est totale, d'autant que les tarifs sont vraiment intéressants. Avec 1 500 € étagés sur l'année, vous nous offrez un joli plan de communication. C'est rare !

