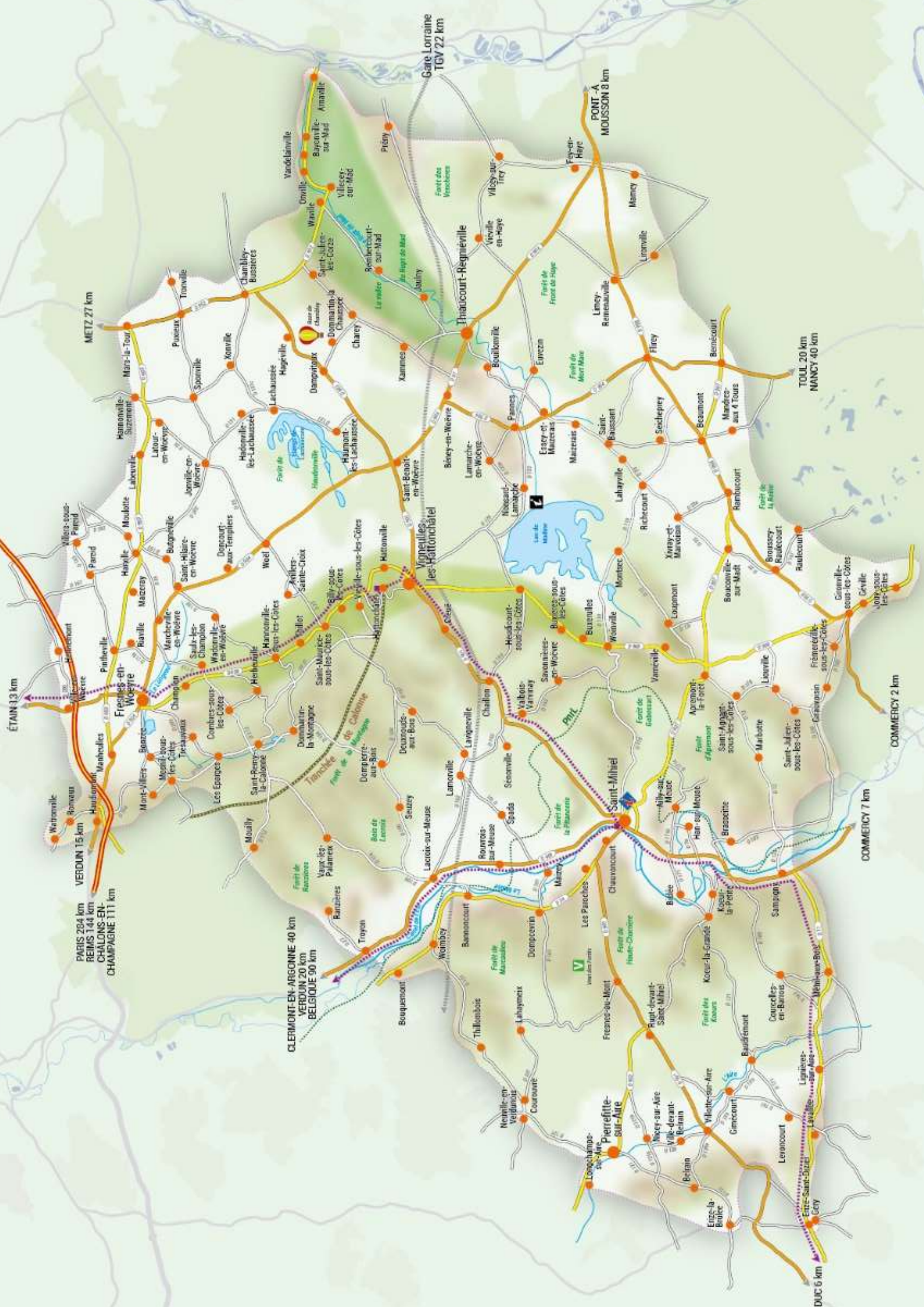


L'office de tourisme Cœur de Lorraine Hors-Murs



Laissez-vous surprendre
par le Cœur de Lorraine



Gare Lorraine
TGV 22 km

PONT-A-MOUSSON 8 km

METZ 27 km

TOUL 20 km
NANCY 40 km

ETAIN 13 km

PARIS 204 km
VERDUN 15 km
REIMS 144 km
CHALONS-EN-CHAMPAGNE 111 km

CLERMONT-EN-ARGONNE 40 km
VERDUN 20 km
BELGIQUE 90 km

COMMERCY 7 km

COMMERCY 2 km

DUIC 6 km

Sommaire

Pour un office toujours plus proche	Pages 4 à 7
➤ Le principe d'un point information touristique	P6
➤ L'appellation	P7
Point information touristique à l'intérieur	Pages 8 à 13
➤ L'aménagement	P 10-11
➤ Signalétique	P 12-13
Point information touristique à l'extérieur	Pages 14 à 17
➤ Présentoir extérieur	P16
➤ Ecran connecté extérieur	P17
Web application	Pages 18 à 21
➤ Présentation	P20
➤ Mode d'emploi	P20
➤ Quelques chiffres représentatifs	P21
Autres	Pages 22 à 27
➤ Bistrot de Pays	P24
➤ Présence dans les campings et ponctuelle sur la destination	P25 à 27
La convention de partenariat	Pages 28 à 31
Pour valoriser ces dispositifs	Pages 32 à 35
Communication média	P34
Communication hors média	P34
Proposition de plan de développement	P36
Identifier les points	Pages 36 à 39



Pour un
office
toujours plus
proche

Le Principe d'un office point information touristique

L'office de tourisme Coeur de Lorraine souhaite mettre en place des points d'information touristique sur la destination, pour solutionner diverses problématiques :

Une destination sur un vaste territoire

Un office de tourisme sur un territoire de 5 communautés de communes, comprenant 139 communes. Qui s'étend sur 51km du nord au sud et 63km de l'est à l'ouest.

Être proche de touristes

Aujourd'hui pour qu'un touriste trouve l'information dont il a besoin sur le territoire, il doit se rendre à l'office de tourisme à Saint-Mihiel. Cela ne répond plus aux attentes des touristes d'aujourd'hui, il faut aller à la rencontre du touriste et ne plus attendre que le touriste vienne à nous. **Le touriste doit bénéficier de l'information à l'endroit où il est à n'importe quel moment.**

Être proche de la population du territoire

Le touriste le plus difficile à convaincre est l'habitant du territoire. Beaucoup partent du principe qu'ils ont toujours vécu dans la ville ou le village donc ils connaissent tout, mais quand on leur demande si ils sont déjà allés visiter tel ou tel site ils répondent « non ». C'est une cible « niche » ! Avec des points information touristique dans les lieux publics tels que les agences postales communales ou les codecoms, les manifestations et informations sur leur destination viennent à eux.

Déplacer un bout de l'office de tourisme sans payer du personnel en plus

L'information touristique sera partout sur le territoire, les points informations touristique ne remplaceront pas une conseillère en séjour, mais ces points information sont complémentaires avec le travail effectué à l'office de tourisme. Lorsqu'un touriste organise son séjour, la plus part demande de la documentation touristique en avale de leur séjour. L'office de tourisme effectuera toujours cette tâche mais si le touriste oublie ou perd ses documents, il pourra toujours les retrouver sur un point d'information touristique.

L'appellation

Au début, nous étions partie sur l'appellation « point i-mobile », marque déployée par Office de Tourisme de France, qui définit des critères des point information. Nous ne pouvons pas prétendre à utiliser cette marque car la politique actuelle de l'office de tourisme Cœur de Lorraine est de ne pas cotiser à Office de Tourisme de France.

De ce faite, nous proposons l'appellation « **Point Information Touristique** ». Cette appellation n'a aucune réalité juridique.

Les avantages à utiliser cette appellation :

- **Créer tout un univers de communication** autour de cette appellation. Par exemple : une identité visuelle personnalisée.
- **Créer une stratégie** avec nos partenaires.
- L'office de tourisme défini sa propre convention avec les partenaires et le cahier des charges.

Cette appellation sera visible sur toute la destination, ainsi que sur le site Internet et les réseaux sociaux.

En anglais, point information touristique se traduit par :

Tourist Information Point

Ce qui ne posera aucun souci pour la compréhension des touristes étranger.



Point
information
touristique
à l'intérieur

Les touristes doivent avoir l'impression d'entrer dans un office de tourisme, tout en sachant qu'il n'y aura pas de personnel pour l'accueillir, l'informer et le conseiller.

Les points d'information touristique intérieurs seront implantés dans certaines postes communales, les codecoms, mairies ou encore commerces de proximité comme les pharmacies, boulangeries.

Tous les points d'information touristique devront être unifié avec au minimum : un présentoir pouvant contenir au minimum 6 brochures et une affiche, pour y faire paraître les manifestations du territoire.

L'aménagement

Les présentoirs

Présentoir en carton

Présentoir en carton pour rester dans la thématique nature de l'office de tourisme.

Points forts:

- Léger
- Peu coûteux
- Personnalisable dès la création du présentoir
- colle à a thématique du territoire : nature

Point faible :

- on ne connait pas la durée de vie du présentoir



(Présentoir en illustration : réalisation par l'agence Toucan-Toucan pour le PNRL, 300€HT)

Présentoir en plexiglass

Les présentoirs en plexiglass sont les plus courants.

Points forts :

- la durée de vie des présentoirs est élevée
- personnalisable avec des autocollants

Points faibles :

- lourd
- ne colle pas à la thématique
- augmentation du coût si on veut le personnaliser



(Présentoir en illustration : présentoir utilisé à La Poste communale de Lacroix sur Meuse en 2015, 325€HT)

Les écrans : Ulys

Présentation

Les écrans affichent de manière continue et dynamique des contenus scénarisés par SitLor, afin d'assurer la continuité des missions d'information de l'office de tourisme pendant et en dehors des horaires d'ouverture.

Ce sont des vitrines numériques connectés qui valorisent et promeuvent la destination.

Points forts :

- Le touriste dirige l'écran à l'aide de son smartphone
- Identification de la langue
- Permet d'enregistrer les fiches pour une consultation hors-ligne
- Donne des itinéraires
- Permet de créer un carnet de voyage
- Les slides sont faites en fonction de la charte graphique de l'office de tourisme, nous pouvons choisir les couleurs, mettre le logo de l'office de tourisme.

Ce système est mis en place par l'agence Thuria, celle-ci s'occupe du logiciel mais aussi de « nous mettre à disposition des écrans adapté à ce système c'est-à-dire qui sont allumé 24h/24h ».

Ces écrans sont des vecteurs d'image pour les touristes, les écrans sont mis à jour tous les jours en fonction de la météo, ce qui séduira le touriste.

Planning

- Signature du contrat
- Deux semaines plus tard : livraison
- 48 à 72 heures mis en place du logiciel
- Formation

Le logiciel se met à jour automatiquement avec SitLor toutes les 15min.
Le système est garanti 3 ans.

Matériel nécessaire

Le matériel nécessaire pour mettre en place ce dispositif est un écran, avec une connexion à Internet ou un ordinateur connecté à l'écran.

Coût

Ecran : 400€ / par écran

Logiciel : 590€ / 5 écrans soit 118€ / écran

Formation : 420€ / pour autant de personnel que l'on souhaite.

Une cotisation pourra être demandé aux sites abritant les écrans afin d'améliorer le coût.

Les services en plus

Le wifi gratuit et sécurisé pour les touristes.

Une prise de courant, pour que les touristes puissent brancher leur appareil.

Un espace détente pour qu'ils puissent s'asseoir et consulter la documentation.



Proposition n° 1

Proposition n° 2

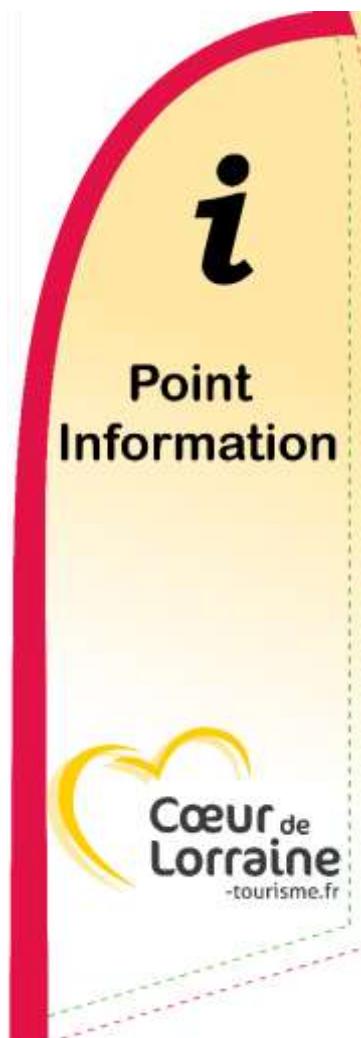


Proposition n° 3

Proposition n° 4



Flamme



Vitrophanie



SECRETARIAT D'ETAT AUX ANCIENS COMBATTANTS

SAINT-MIHIEL

EUROPOLE NATIONALE

LES BATAILLES DES HAUTS DE MEUSE 1914-1918



Après la bataille de Verdun le 21 septembre 1916, la 7^{ème} armée allemande s'apprête à reprendre le nord de la France, elle se concentre dans le secteur de Saint-Mihiel. Le 15 octobre 1916, l'armée allemande lance l'offensive de Saint-Mihiel et prend possession de la région de Saint-Mihiel. Le 23 octobre, elle est repoussée à l'ouest de la Meuse.

Le 15 octobre 1916, l'armée allemande lance l'offensive de Saint-Mihiel. Elle prend possession de la région de Saint-Mihiel. Le 23 octobre, elle est repoussée à l'ouest de la Meuse.

Le 15 octobre 1916, l'armée allemande lance l'offensive de Saint-Mihiel. Elle prend possession de la région de Saint-Mihiel. Le 23 octobre, elle est repoussée à l'ouest de la Meuse.

Le 15 octobre 1916, l'armée allemande lance l'offensive de Saint-Mihiel. Elle prend possession de la région de Saint-Mihiel. Le 23 octobre, elle est repoussée à l'ouest de la Meuse.

Le 15 octobre 1916, l'armée allemande lance l'offensive de Saint-Mihiel. Elle prend possession de la région de Saint-Mihiel. Le 23 octobre, elle est repoussée à l'ouest de la Meuse.

Le 15 octobre 1916, l'armée allemande lance l'offensive de Saint-Mihiel. Elle prend possession de la région de Saint-Mihiel. Le 23 octobre, elle est repoussée à l'ouest de la Meuse.

Le 15 octobre 1916, l'armée allemande lance l'offensive de Saint-Mihiel. Elle prend possession de la région de Saint-Mihiel. Le 23 octobre, elle est repoussée à l'ouest de la Meuse.



LES NÉCROPOLES



CIMETIÈRES NATIONAUX			
Nom	Coordonnées	Superficie	Statut
1			
2			
3			
4			
5			
6			
7			
8			
9			
10			
11			
12			
13			
14			
15			
16			
17			
18			
19			
20			
21			
22			
23			
24			
25			
26			
27			
28			
29			
30			
31			
32			
33			
34			
35			
36			
37			
38			
39			
40			
41			
42			
43			
44			
45			
46			
47			
48			
49			
50			



Point
information
touristique à
l'extérieur

Présentoir extérieur

Les points information touristique extérieurs seront implantés sur les aires de stationnement camping-cars, les ports de plaisance, aires de pique-nique (à recenser) et autres lieux le justifiant.



*Présentoir en illustration : présentoir utilisé sur le Territoire du Pays du Vuache, réalisé par la société Pic-Bois
A partir de 5 242.93 € TTC*

Ce présentoir bénéficie de 2 flancs :

1^{er} Flanc avec la carte de la destination qui, elle, sera mise de façon durable

2^{ème} flanc :

☒ Un cadre clic où l'on pourra y insérer la liste des hébergements, le QR code pour la web application, la liste des restaurants...

☒ Des portes brochures qui se ferme pour protéger des intempéries (voir photo ci-dessous) pour y mettre la documentation de l'office de tourisme et du secteur.

Avant de mettre en place c'est panneaux, il faut recenser tous les panneaux existant.



Ecran connecté extérieur

Tout comme à l'intérieur, nous pouvons mettre en place les écrans connectés à l'extérieur sur des bornes comme celle-ci :

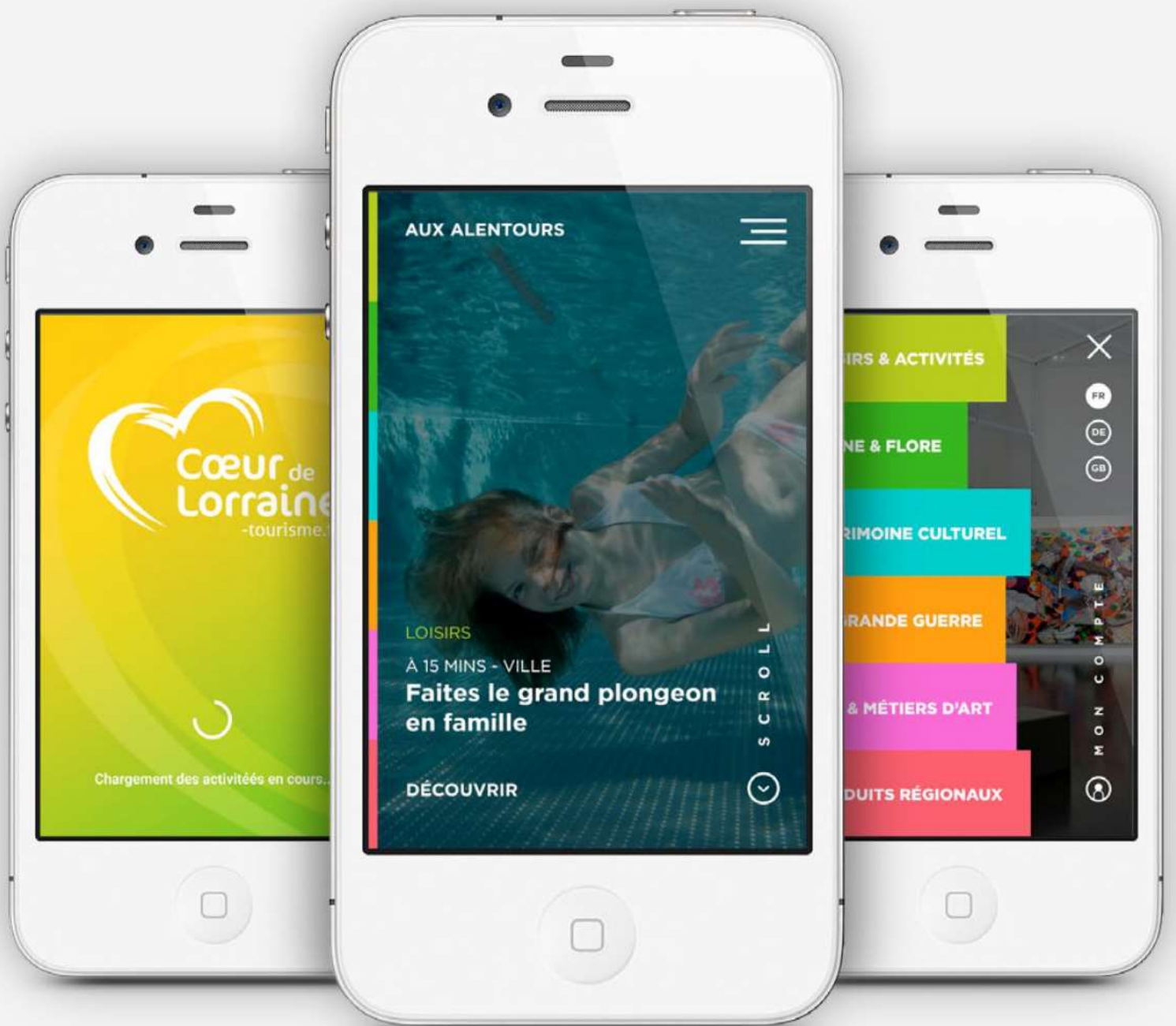


(Ecran en illustration : Ecran tactile dans les rues de Biscarrosse
Coût : 10 000€)

Cet écran est accessible aux personnes à mobilité réduite ainsi qu'aux enfants.

Il est connecté à Sitlor avec une diffusion de l'information 24h/24, 7j/7.





Web Application

La Web-application

Présentation

L'objectif de la web application est de donner une information personnalisée à toute heure et en tous lieux.

Cette application ne remplace pas le contact des conseillers en séjour à l'office de tourisme. Il apporte un service complémentaire et permet aux touristes d'accéder à une information pratique en situation de mobilité, 24heures sur 24.

Mode d'emploi

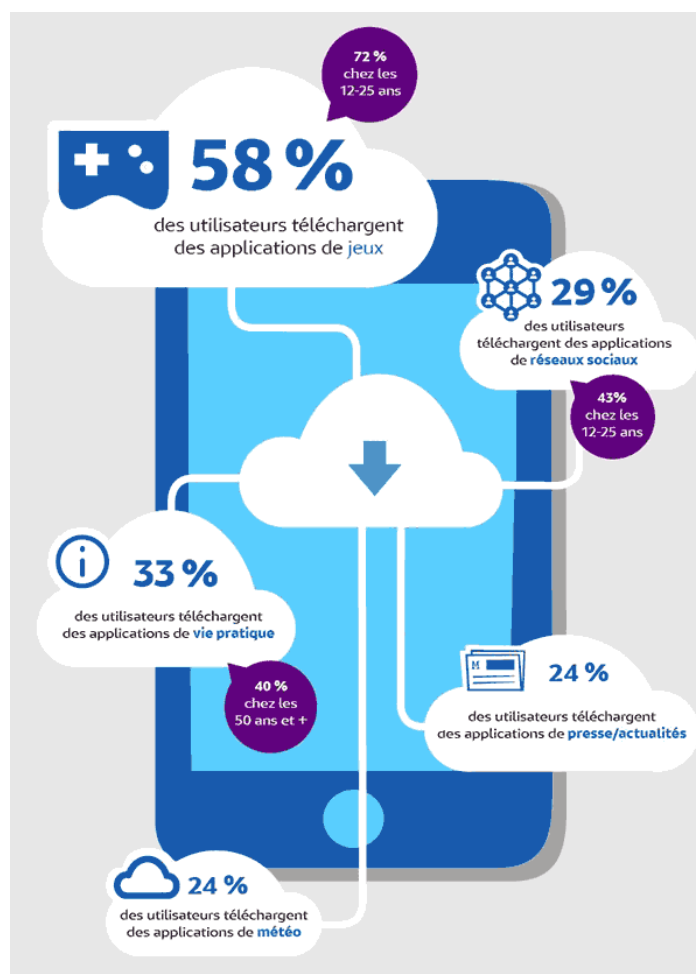
Lorsque le touriste se trouve sur le territoire et qu'il se connecte soit en saisissant l'adresse soit via le flash code, l'application le géolocalise. Elle lui liste ce qu'il y a à voir et à faire à proximité. L'application donne aussi les hébergeurs disponibles.

Vous trouverez en pièce jointe les dossiers de présentation pour l'office de tourisme de l'agence Thuria et le dossier de l'agence Tactyl. Ainsi que les devis proposés par les deux agences.

Quelques chiffres représentatifs

77% des Français ne sortent jamais sans leur Smartphone !

85% des recherches concernent des recherches d'infos locales



96%

des internautes prêtent attention aux notes et avis et 89% les jugent comme utiles dans leur processus de décision. ¹

¹ Etude menée par le laboratoire SENSE des Orange Labs en novembre 2013 en collaboration avec Médiamétrie auprès d'un échantillon représentatif de près de 2600 internautes âgés de 15 ans et plus.

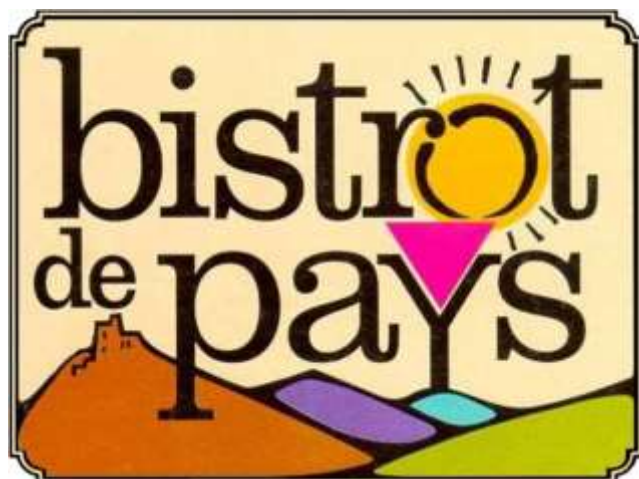


Autres

Bistrot Pays

Le label qualité Bistrot de Pays rassemble des cafés restaurants multiservices de villages de moins de 2 000 habitants en réseaux, sur un territoire et autour d'une charte qui entend répondre à 3 problématiques :

- L'information touristique de proximité
- La valorisation des produits du terroir
- L'animation festive et culturelle



Le Bistrot de Pays a pour but, à travers un réseau local d'animation, de contribuer à la conservation et à l'animation du tissu économique et social en milieu rural par le maintien - ou la re-crédation - du café de village multiservices de proximité.

La marque Bistrot de Pays s'adresse à des établissements existants, des cafés ou cafés-restaurants possédant une licence IV et respectant les règles de la charte. Les murs peuvent être privés ou communaux et le type de gestion est libre. Un Bistrot de Pays peut gérer de l'hébergement à condition que l'établissement ne soit pas affilié à une autre marque comme Logis de France.

Ce label est gratuit.

Quelques chiffres :

- 250 établissements labellisés **Bistrot de Pays**
- Répartis sur 9 régions, 23 départements
- Plus de 750 animations festives et culturelles organisées par an dans les **Bistrots de Pays**
- Chiffre d'affaire global du réseau évalué à 25 millions d'euros
- 700 emplois directs sans compter les emplois saisonniers.

En Lorraine seulement 4 établissements ont obtenu le label Bistrot de Pays dans les villages vosgiens suivants :

- Arrentès de Cortieux : commune de 173 habitants
- Ban sur Meurthe-Clefcy : commune de 956 habitants
- Raon-l'étape : commune de 6 478 habitants
- Vexaincourt : commune de 178 habitants

Présence dans les campings et ponctuelle sur la destination

Le projet serait de mettre en place un personnel qui serait en charge de promouvoir la destination dans les lieux suivants :

- Les 8 campings (2heures par camping)
- Les 3 plages (1 à 2 heures par plage)
- Les 6 ports/écluses (30min par port ou écluse)
- Les 12 aires de camping-cars (30min par aire)

Cette présence supplémentaire devra être prise en compte dans l'effectif du personnel saisonnier.

Cette présence pourrait se faire soit avec

◆ Un stand

Outils à utiliser :

- Une Flamme
- Une table
- Une chaise
- Présentoirs de documentations
- Une tonnelle (ou abri)

Points forts:

- Durable dans le temps
- Réutilisable en salon

Point faible :

- Lourd et encombrant : présence uniquement dans les campings
- Perte de temps lors de la mise en place



◆ Un vélo

Le vélo serait mis au couleur de l'office de tourisme. On pourrait y stocker la documentation à diffuser aux touristes.

Coût : 5 990€ HT avec 12 mois d'ancienneté

Points forts:

- Il peut tourner dans les villes et autour du lac
- Facile d'accès et de déplacement

Point faible :

- Le saisonnier doit être sportif
- Déplacement plus long



◆ Une camionnette

La camionnette serait aménagée de façon à avoir un desk et les documents en présentation.

Points forts:

- Rapidité de se déplacer d'un camping à un port par exemple
- Aménagement possible pour plus de confort

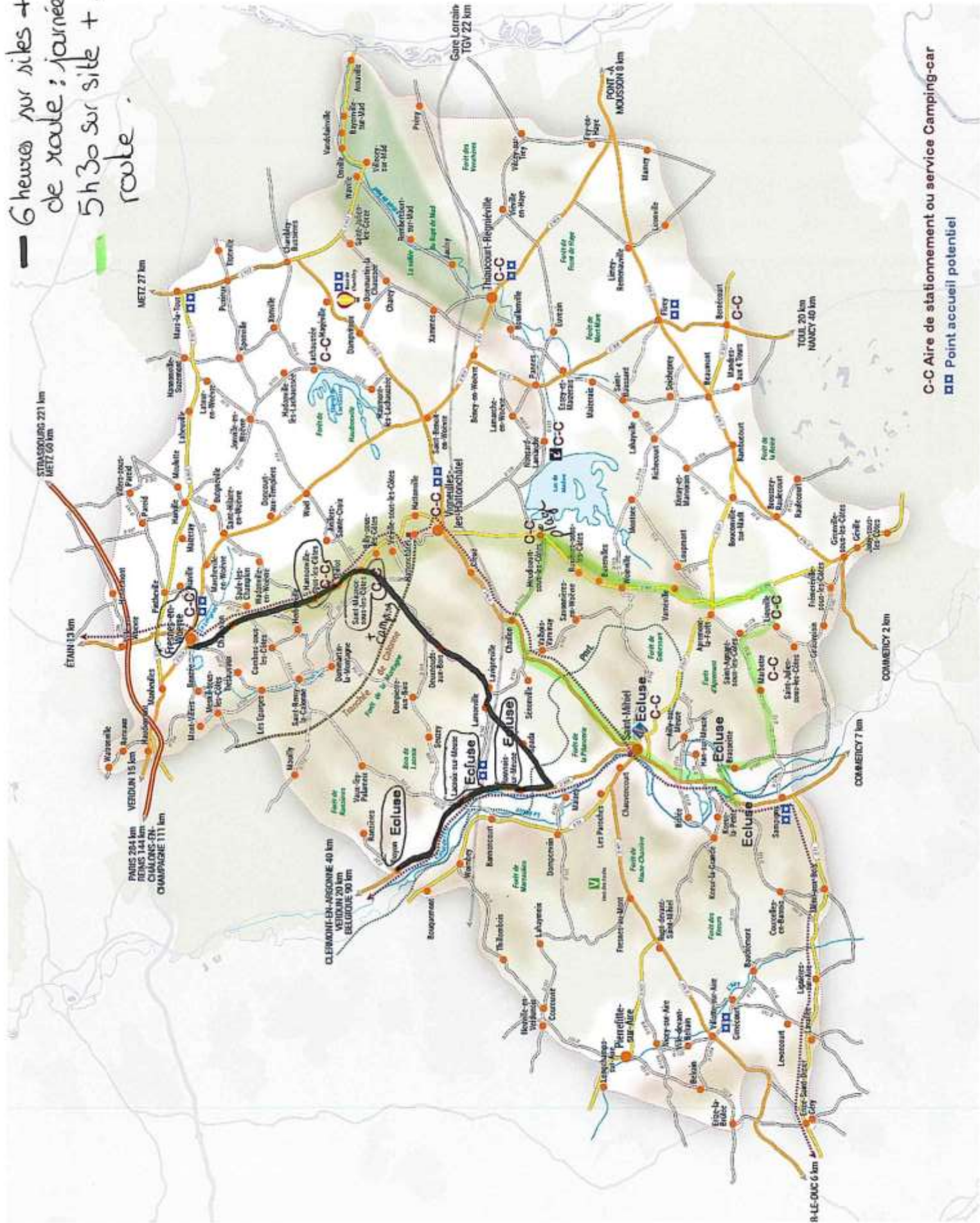
Point faible :

- le camion ne doit pas être vétuste
- frais d'essence en plus
- entretien



Exemple de circuit en camionnette

6 heures sur sites + 4h min de route : journée de 7H.
5h30 sur site + 1H de route.



C-C Aire de stationnement ou service Camping-car
□ Point accueil potentiel



La convention de partenariat

ENTRE :

La Commune de Lacroix sur Meuse, située rue du Général De Gaulle – 55 300 Lacroix sur Meuse, représentée par M. Régis Mesot, agissant en qualité de Maire de la dite Commune.

Agissant à l'effet des présentes en vertu de la délibération municipale n°2013_053 du mercredi 05 juin 2013, ci-après dénommée « la Commune »,

ET :

L'association « Office de Tourisme Cœur de Lorraine », dont le siège se situe Rue du Palais de Justice – 55300 SAINT MIHIEL, représentée par M. Laurent Palin, son Président, autorisé aux fins des présentes par décision du Conseil d'Administration en date du 26 juin 2014, ci-après dénommée « l'association » ou « l'Office de Tourisme ».

I. Le concept :

Le Point information touristique est déployé par l'Office de Tourisme sur son territoire.

Il permet à l'office de tourisme de diffuser de l'information touristique.

Il peut être déployé dans les locaux de l'Office de Tourisme, mais aussi et surtout dans un réseau de partenaires de l'Office de Tourisme : lieux publics, etc.

Le Point information touristique dispose d'une signalétique qui lui est propre et qui permettra une identification facile par le visiteur.

II. Les caractéristiques du Point information touristique :

- il est situé dans un lieu où l'on peut s'asseoir confortablement
- il est libre d'accès (son utilisation peut être liée à un acte commercial selon le lieu où il est installé - café, par exemple)
- il dispose d'une connexion WiFi gratuite et sécurisée
- il dispose de prises 220 volts aux normes en nombre suffisants au regard de sa capacité
- il dispose d'un système d'informations touristiques, régulièrement mis à jour par l'Office de Tourisme, qui sera au minimum, et par ordre prioritaire :
 - ✓ un présentoir de brochures
 - ✓ une (ou plusieurs) tablette(s), borne(s), ou écran(s) connecté(s) à Internet et diffusant les informations de l'office de tourisme. Ce dispositif notamment sous forme d'écran peut permettre un décrochage local pour diffuser de l'information propre au lieu où est implanté le point information touristique
- il dispose d'une signalétique produite par l'offices de Tourisme qui se compose au minimum de :
 - ✓ A l'extérieur du Point information touristique : une affiche de présentation des services du point (plaque PVC, autocollant, vitrophanie...)
 - ✓ Dans la zone où est installé le Point information touristique :
- Un présentoir de table rappelant la présentation des services du Point

III. Les engagements du partenaire :

- Il met à disposition de façon gratuite le lieu où est installé le Point information touristique
- Il met à disposition des usagers des prestations gratuites : accès wifi sécurisé, présentoir, prises électriques et peut proposer des prestations complémentaires payantes (fourniture de boissons, par exemple)
- Il prend en charge l'installation de la signalétique dédiée dans son établissement, ainsi que les frais inhérents
- Il s'engage à faire suivre à son personnel les formations proposées par l'office de tourisme concernant le Point information touristique
- Il s'engage à jouer un rôle d'ambassadeur du territoire auprès des visiteurs
- Il s'engage à respecter les critères qualité annexés à la présente charte
- Il s'engage à signaler tout problème technique à l'Office de Tourisme
- Il s'engage à une utilisation loyale du Point information touristique et à ce que le Point information touristique qu'il héberge soit en conformité en tout point avec les caractéristiques ci-dessus détaillées.

IV. Les engagements de l'Office de Tourisme

L'Office de Tourisme garantit la fourniture de la signalétique prévue au point II de la présente convention et autorise l'utilisation de la signalétique « Point information touristique » au partenaire.

L'Office de Tourisme prend en charge les frais inhérents à la diffusion de l'information touristique, ainsi que son approvisionnement régulier.

V. Les responsabilités du partenaire

- Il est responsable du matériel nécessaire à la mise en place du Point information touristique
- Il est responsable de tout dommage, quelle qu'en soit la nature, qui pourrait survenir dans l'espace dédié au Point information touristique
- Il est responsable de la sécurisation du réseau wifi qu'il met à la disposition des usagers du Point information touristique
- Il garantit l'Office de Tourisme contre toute utilisation frauduleuse du WiFi mis à disposition des usagers du Point information touristique

VI. Cession du Contrat

Le partenaire n'est pas autorisé à céder ou concéder le contrat, en tout ou partie, à un tiers au contrat.

VII. Mise en demeure et suspension de l'autorisation de l'utilisation du concept déposé Point information touristique

En cas de manquement du partenaire à l'une de ses obligations issues du Contrat, l'Office de Tourisme peut, par lettre recommandée avec accusé de réception, mettre en demeure le partenaire de remédier au dit manquement dans un délai de quinze (15) jours à compter de la réception de la dite mise en demeure.

Si, à l'expiration de ce délai, le partenaire n'a pas agi ou remédié au manquement, l'Office de Tourisme se réserve le droit de suspendre, immédiatement et à titre conservatoire, la mise à disposition du Point information touristique

VIII. Résiliation

L'Office de Tourisme peut suspendre ou mettre fin au contrat, à la demande motivée et justifiée du partenaire.

La résiliation du contrat peut également intervenir :

- de plein droit, en cas de force majeure ou de changement de circonstance ou de réglementation ayant pour effet de modifier l'équilibre économique, juridique ou financier du contrat et de rendre les obligations contractuelles réciproques inexécutables par l'une ou l'autre des parties, sous réserve d'un préavis de trois (3) mois qui peut être réduit en cas d'urgence.
- pour motif d'intérêt général, sous réserve d'un préavis de trois (3) mois qui peut être réduit en cas d'urgence.
- en cas de manquements du partenaire à ses obligations, la résiliation est notifiée au prestataire après mise en demeure délivrée dans les conditions définies à l'article VII.

IX. Effet de la cessation du Contrat

En cas de cessation du présent contrat pour quelle que cause que ce soit, le partenaire ne pourra pas continuer à utiliser la signalétique du Point information touristique et devra restituer le matériel de signalétique mis à disposition par l'Office de Tourisme dans le cadre du présent contrat.

X. Règlement des litiges

Le contrat est exclusivement régi par la loi française.

Pour tout litige ou différend qui s'élèverait à propos de l'interprétation, de l'exécution ou de la validité du contrat, les parties s'engagent à rechercher une solution amiable.

Fait à Saint-Mihiel en 2 exemplaires originaux, le

Le Président de l'Office de Tourisme
Cœur de Lorraine,
Monsieur Laurent PALIN

Le Maire de la Commune de
Lacroix sur Meuse,
Monsieur Régis MESOT



Pour
valoriser ces
dispositifs

Communication média

Presse

L'office peut envisager de faire un article dans l'Est Républicain/Républicain Lorrain pour présenter son office de tourisme hors-murs et donc de le faire connaître aux touristes locaux.

Encarts Promotionnels

Des encarts seront placés dans les brochures de l'office de tourisme ainsi que dans les brochures de Madine, le PNRL...

Communication hors-média

Affiches

Des affiches seront créées pour valoriser nos points information touristique. Elles seront distribuées sur tout le territoire et mise dans les points d'information touristique.

Plusieurs types d'affiches seront créés :

- Affiche pour promouvoir la web application
 - Dans les hébergements, site touristique, restaurant...
- Affiche pour promouvoir les permanences de l'office dans les campings
 - Dans les campings
- Affiche pour promouvoir le point d'info dans le village
 - Dans le village et sites à proximité.

Sets de table

Des sets de table seront à disposition de tous les lieux de restauration et établissement proposant le couvert. S'ils acceptent ce partenariat, il y aura un travail collaboratif pour créer les sets.

Flyers

Un document général avec tous les différents points information touristique indiquant les horaires d'ouverture et la carte avec les points. Dans les sites touristiques, hébergements, restaurants, commerces...

Tee-shirts

Des tee-shirts gris avec le logo de l'OT en jaune devant et le QR code pour accéder à la web application au dos, seront mis en place et porter par l'ensemble des agents d'accueil.

Internet

Une page sera créée sur notre site internet pour promouvoir nos points information touristique. Un encart sera mis sur les sites partenaires.

Proposition d'un plan de développement

Phase 1 : 2016

Les points information touristique à l'intérieur
La web application
L'accueil dans les campings, ports, plages...

Phase 2 : 2017

Point information touristique à l'extérieur



Identifier les
points

Les Points par Communauté de commune

Codecom entre Aire et Meuse

	A l'intérieur	A l'extérieur
Fresnes-au-Mont	Accueil VdF	
Villote sur Aire	Codecom	

Codecom Côtes de Meuse-Woëvre

	A l'intérieur	A l'extérieur
Heudicourt sous les côtes	base de loisirs de Madine	aire de camping-cars
Lachaussée		Aires de camping-car
Nonsard Lamarche	base de loisirs de Madine	aire de camping-cars
Vigneulles les Hattonchâtel	Colruyt et à la codecom	

Codecom du Samiellois

	A l'intérieur	A l'extérieur
Han sur Meuse		écluse
Koeur la Petite		Ecluse
Lacroix sur Meuse	La poste communale	le port de plaisance
Saint-Mihiel		Port de plaisance et aire de camping-cars
Sampigny		La poste communale.
Troyon	Codecom	écluse

Codecom du Chardon Lorrain

	A l'intérieur	A l'extérieur
Bernécourt		Aire de camping-cars
Hagéville	Base de Chambley et au musée	
Mars la Tour	Pharmacie	
Thiaucourt Regnéville	la codecom	Aire de camping-cars

Codecom du canton de Fresnes en Woëvre

	A l'intérieur	A l'extérieur
Bonzée	base de loisirs	
Fresnes en Woëvre	La Poste, codecom	Aire de camping-cars
Hannonville sous les côtes		Aire de camping-cars

Soit 29 points information touristique
15 intérieurs et 14 extérieurs



C-C Aire de stationnement ou service Camping-car
 ■ Point accueil potentiel

PARIS 204 km
 REIMS 144 km
 CHALONS-EN-CHAMPAGNE 111 km

CLERMONT-EN-ARGONNE 40 km
 VERDUN 20 km
 BELSIEUX 90 km

Gare Lorraine
 TGV 22 km

PONT-A-MOUSSON 8 km

TOUL 20 km
 NANCY 40 km

COMMERCY 2 km

COMMERCY 7 km

BAR-LE-DUC 6 km

OFFICE DE TOURISME CŒUR DE LORRAINE
Rue du palais de justice - 55300 Saint-Mihiel
03 29 86 06 47
accueil@coeurde lorraine-tourisme.fr
www.coeurdelorraine-tourisme.fr