

Bienvenue au Congrès du Centenaire

 #OTF2019

swagcard
Code : OTF2019

WIFI : OTF2019
MDP : congresOTF19



Cyrille de la Morinerie
Journaliste à Europe 1

Conférence d'ouverture



Vitalie Taittinger

Directrice marketing et communication
Maison de Champagne Taittinger



Maxime Toubart

Président du Syndicat
Général des Vignerons



Discours **inaugural**



Christian Mourisard

Président Offices de Tourisme de France ®

Fédération Nationale

swappcard

Code : OTF2019



Paul-Antoine Martel
Votre animateur



Il était **une fois...**



Séquence inspirante « EmOTions mon amour » : la transformation de la relation client



Guillaume Colombo

Directeur GVB,
culture et tourisme



Paul Fabing

Directeur du pôle
Qualité à resOT Alsace

SEQUENCE INSPIRANTE

ÉmOTions mon amour

Guillaume COLOMBO, GVB Culture & Tourisme

Marie-Flo GUY, OT Normandie

Jean SIEFERT-OSTERMANN, OTA Nérès-les-Bains

Paul FABING, Pôle Qualité de l'Accueil Alsace







1099

**Janice (30 ans),
Audrey (27 ans),
Chafia (53 ans),
Johanna (27 ans),
Monique (72 ans),
Mauricette (76 ans),
Aurélie (50 ans),
Salomé (21 ans),
Céline (41 ans)**

...

2262

231

Émotion

≠

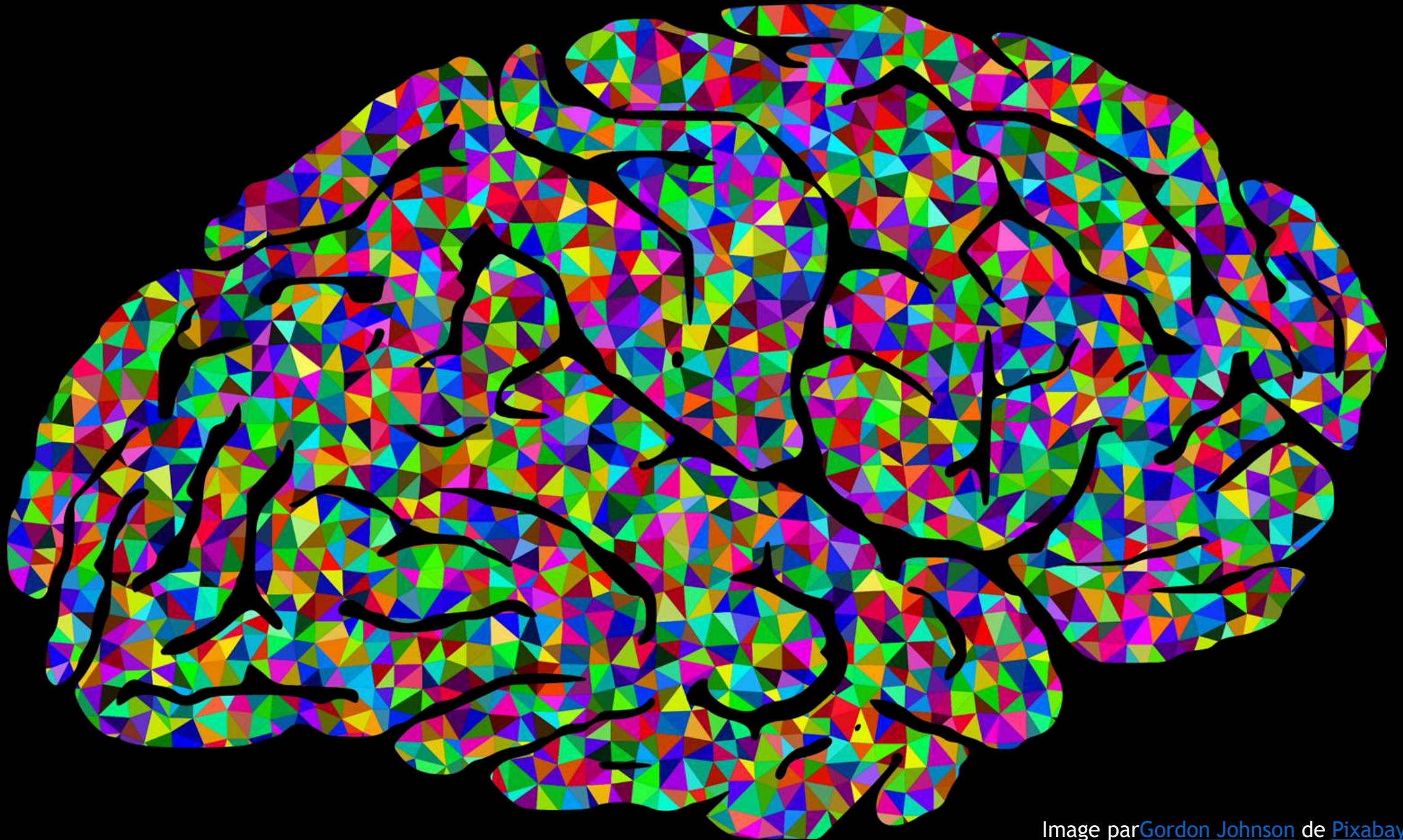
Sentiment



Image par [Robin Higgins](#) de [Pixabay](#)



**Les émotions peuvent
provoquer différents
sentiments...
positifs ou négatifs.**



**Le sentiment peut-être
centré sur soi
ou
impliquer l'autre...**

JOIE

→ **content**

→ **euphorique**

→ **heureux**

→ ...

→ **enthousiaste**

→ **amoureux**

→ **flatté**

→ ...

COLÈRE

→ **agacé**

→ **dégoûté**

→ **révolté**

→ ...

→ **coupable**

→ **envieux**

→ **jaloux**

→ ...

PEUR

- **effrayé**
- **surpris**
- **inquiet**
- ...

- **intimidé**
- **impressionné**
- **jaloux**
- ...

TRISTESSE

→ **abattu**

→ **mélancolique**

→ **indécis**

→ ...

→ **honteux**

→ **humilié**

→ **envieux**

→ ...

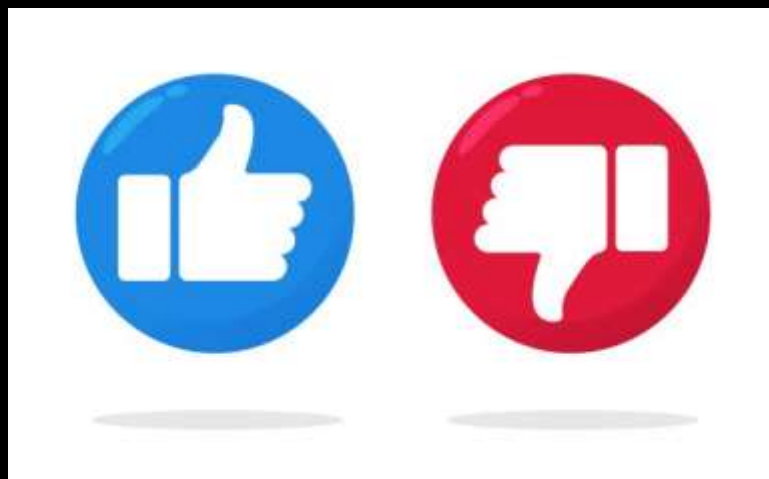
**Utiliser des émotions
pour provoquer des
sentiments... et
interagir !**

**Le voyage invite à la
découverte,
de soi, des autres...**





**Les émotions positives ou
négatives vont imprégner
le voyageur**



Les émotions participent au cycle de vie d'une expérience client



Améliorer l'expérience client grâce aux émotions





Pour une expérience client réussie

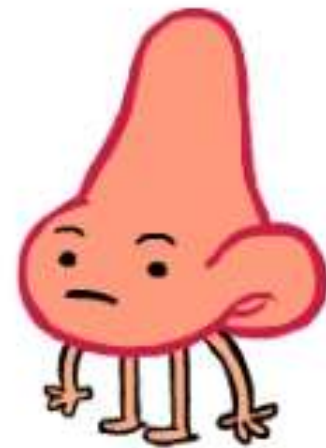
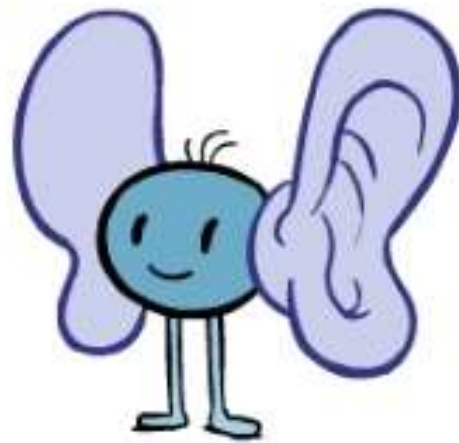
- Analyser l'offre et la demande
- Définir la cible
- Ajouter la conceptualisation du produit touristique
- Elaborer des partenariats
- Faire mijoter la tarification du produit touristique
- Définir le positionnement marketing
- Promouvoir le produit à 250 degrés !
- Commercialiser votre produit 1 année
- Analyser les ventes et lier le tout avec 2 cuillères à soupe d'émotions

- Performer votre produit pour N+1

**Un consommateur peut oublier ce
qu'une marque fait ou dit,
mais il n'oubliera jamais ce
qu'elle lui a fait ressentir.**

A méditer pour notre secteur d'activité ...

**Comment
provoquer les
émotions ?**





Valérie LALBIN
Directrice de l'Office de Tourisme
de Shawinigan - Québec





JE SUIS PAS SÛR
D'OUVRIER CET
EMAIL, C'EST PEUT
ÊTRE UN SPAM
OU UNE TENTATIVE
DE PHISHING ??



ROOOH
ENCORE UN MAIL
D'AUDREY ILLIS,
ELLE EN A
PAS MARRE ?



AH CHOUETTE !
DES NEWS SUR
VICE-VERSA,
J'AI TELLEMENT
HÂTE DE
LE VOIR !

ET PUIS D'ABORD
ON SAIT MÊME PAS
CE QU'EST SON NOM,
C'EST **AUDREY**
OU **ILLIS** ?



PFFF.....
LE 17 JUIN
C'EST DANS
TELLEMENT
LONGTEMPS

...



« Quand on vient au bureau, on laisse ses soucis à l'extérieur! »



Il était une fois

Le petit torrent de montagne à la fonte des neiges!



Comment gérer les émotions au quotidien

Ecoute active et Communication permanente

L'écoute active est une technique de communication qui consiste à utiliser le questionnement et la reformulation afin de s'assurer que l'on a compris au mieux le message de son interlocuteur et de le lui démontrer.



Les six interactions pour mieux comprendre son interlocuteur

- Le langage du corps, ou communication non verbale
- L'écoute active et l'empathie
- Ne pas interrompre son interlocuteur
- Utiliser la force du silence
- Poser des questions ouvertes
- la reformulation

LA JOIE

Choisir sa destination

Carte

Nos engagements



UNE PIÈCE MONTEE
AVEC MES
PETITS CHOUX !



Choisir :



Mer



Nature



Montagne



Ville

Dans quelle région ?



Dans quel département ?



Dans quelle destination ?





Choisir sa destination



Carte



Nos engagements



SAFARI CULTUREL
AVEC MES PETITS FAUVES !



Choisir :



Mer



Nature



Montagne



Ville

Dans quelle région ?



Dans quel département ?



Dans quelle destination ?





Choisir sa destination



Carte



Nos engagements



UN ROYAUME POUR
MES PETITS PRINCES !



Choisir :



Mer



Nature



Montagne



Ville

Dans quelle région ?



Dans quel département ?



Dans quelle destination ?



LA PEUR

La peur & le tourisme : Les parcs d'attractions



La peur & le tourisme : Les sensations fortes



3/3



La peur & le tourisme : Les zombies walk / run



L'association C'Party et LA Vie en Bleu vous présentent
LE 31 octobre à partir de 20 h
LA NUIT DE L'HORREUR
RDV Route de la Collie à Lignères 93
(entré éimntière)



VISITE EN EXTÉRIEUR
PRÉVOIR TENUE ADAPTEE ET JARPE THERME
VENIR TOUTES LES 10 MINUTES PAR GROSSES DE 10 HEURES JACQUES MIGNOT

TARIF 7 EUROS PAR PERSONNE

Buvette et candy shop sur place

Entrée libre - 18 ans minimum - personnes handicapées
Les places sont limitées - réservation obligatoire
Plus d'infos sur www.cparty.com ou au 01 47 47 47 47



LA TRISTESSE





James D. Gierke
KRIS ROMEO BISHUNDAT
MARCHA D. RATCHFORD
KEVIN IV
MICHAEL J. PYSICIOR

EGLISE D'ORADOUR SUR GLANE

SILENCE

ICI DES CERTAINES DE FEMMES ET D'ENFANTS
FURENT MASSACRÉS PAR LES NAZIS
VOUS QUI PASSEZ SOYEZ RECUEILLIS
SI VOUS CROYEZ FAITES UNE PRIERE

SOUVIENS-TOI

REMEMBER

Office de Tourisme à

17 avis

N° 5 sur 7 choses à voir/à faire à

1 Place France

Est-ce votre établissement?

Ressources touristiques, Offices de tourisme

Enregistrer



triste

Avis sur Office de Tourisme à

17 avis
Avis publié : 18 mai 2019

z, 10/11

8 9

Ville avec de très beau bâtiments mais super triste.ou sont les fleurs qui pourraient un peu égayer.
..?? Dommage nous nous sommes sentis oprèsses

Date de l'expérience : mai 2019

Poser une question à à propos de Office de Tourisme à

Merci

Cet avis est l'opinion subjective d'un membre de TripAdvisor et non de TripAdvisor LLC.

[Voir tous les avis](#)

LA COLÈRE



Alison Teal, *Time Magazine's* female Indiana Jones, is on a quest to reveal the plastic waste dooming our planet





Tourisme Shawinigan @TourismeShawinigan

Accueil

Services

Avis

Photos

Vidéos

Publications

Évènements

À propos

Communauté

Site Internet

Iconosquare

Achat de billets



J'aime S'abonner Partager

Nous contacter Envoyer un message

Écrivez une publication...

Photo/Vidéo Identifier des... Je suis là

Services



Expériences

Fan d'une activité en particulier? Nous pouvons vous proposer plusie...

4,7 4,7 sur 5 · Selon l'avis de 15 personnes



Bienvenue à Shawinigan !

Les gens d'ici ils disent Shawi Ici vous

Discussion instantané

**La joie est le passage
de l'Homme d'une
moindre à une plus
grande perfection.**

Baruch Spinoza, L'Ethique

**Merci pour votre attention et...
que vivent les émotions !**



De la confédération à une fédération unique



Marie-Reine Fischer

Présidente de Destination Régions ®



Christian Mourisard

Président Offices de Tourisme de
France ® Fédération Nationale



Stéphane Villain

Président de Tourisme et Territoires ®

Conférence **Grand Angle**

Les Folies Gruss... Ce n'est pas un nom, pas un lieu,
c'est un état d'esprit.



Firmin Gruss

swappcard

Code : OTF2019

Séquence **inspirante**

« **Ils se sont transformés !** » : 8 Offices de Tourisme qui ont osé le changement



Jean-Luc Boulin

**Responsable de la commission Prospective d'OTF
et directeur de la Mona, RT Nouvelle Aquitaine**

swappcard

Code : OTF2019

Chambéry 2017

L'office de
tourisme
du futur





A QUOI SERT UN OFFICE DE TOURISME EN 2017 ?

862 répondants

Enquête en ligne (diffusion réseaux sociaux)
Diffusion du 4 au 23 Mai 2017 (2 phases de relance)

Un site Internet dédié : officedetourismedufutur.fr

Les Histoires



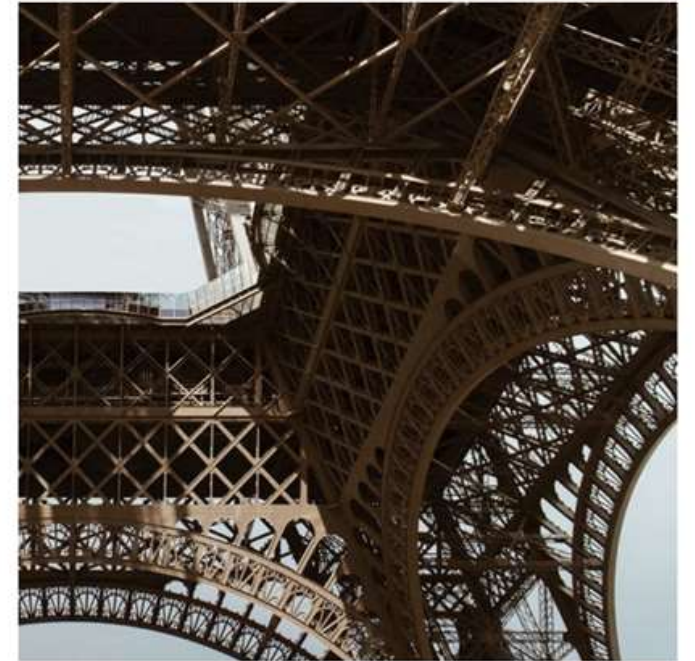
NOUV'OT



Le LAB R&D



Le TOTEM



**A NOUS DE LES
CONSTRUIRE**

NOS FUTURS!





Notre projet 2017-2019

S'appuyer sur nos
dix histoires

Mais aussi apporter des
clés et des outils au réseau
pour réussir le changement



Etape 1 : le congrès de Reims

- Huit expériences de changement d'offices de tourisme réussies
- Décrypter les clés de la réussite de ces offices de tourisme

Etape 2 : 2019-2021

Des outils innovants pour l'office de tourisme du futur

- Par exemple :
- Nos nouveaux indicateurs de performance
- Notre référentiel métiers du futur

Nos choix :

- Un lien avec les histoires de l'office de tourisme du futur
- Tailles diverses
- Environnements divers
- « ça peut arriver à tout le monde »...

LE TOUR DE FRANCE DES BELLES HISTOIRES

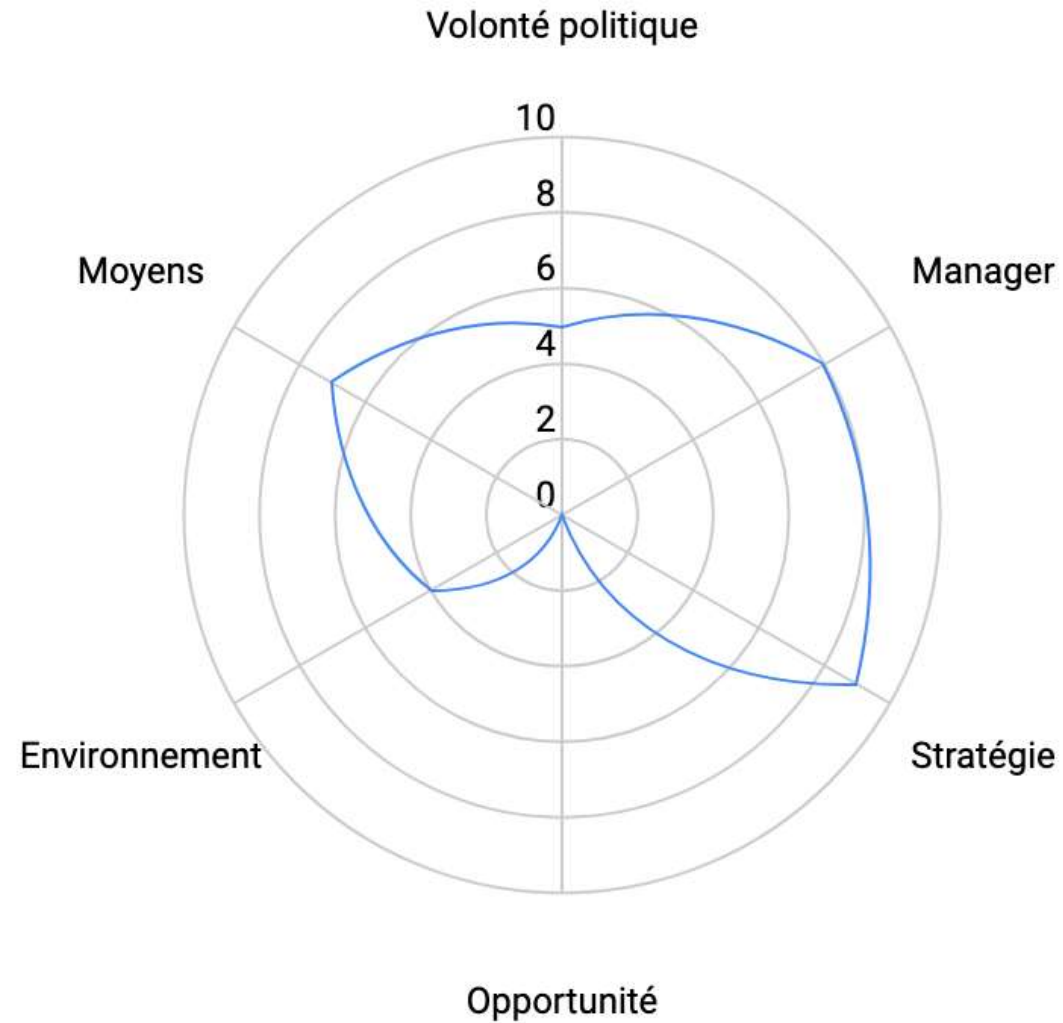


Béthune

Témoin : Fabien

La
grille

Béthune



Béthune

Les mots

clés

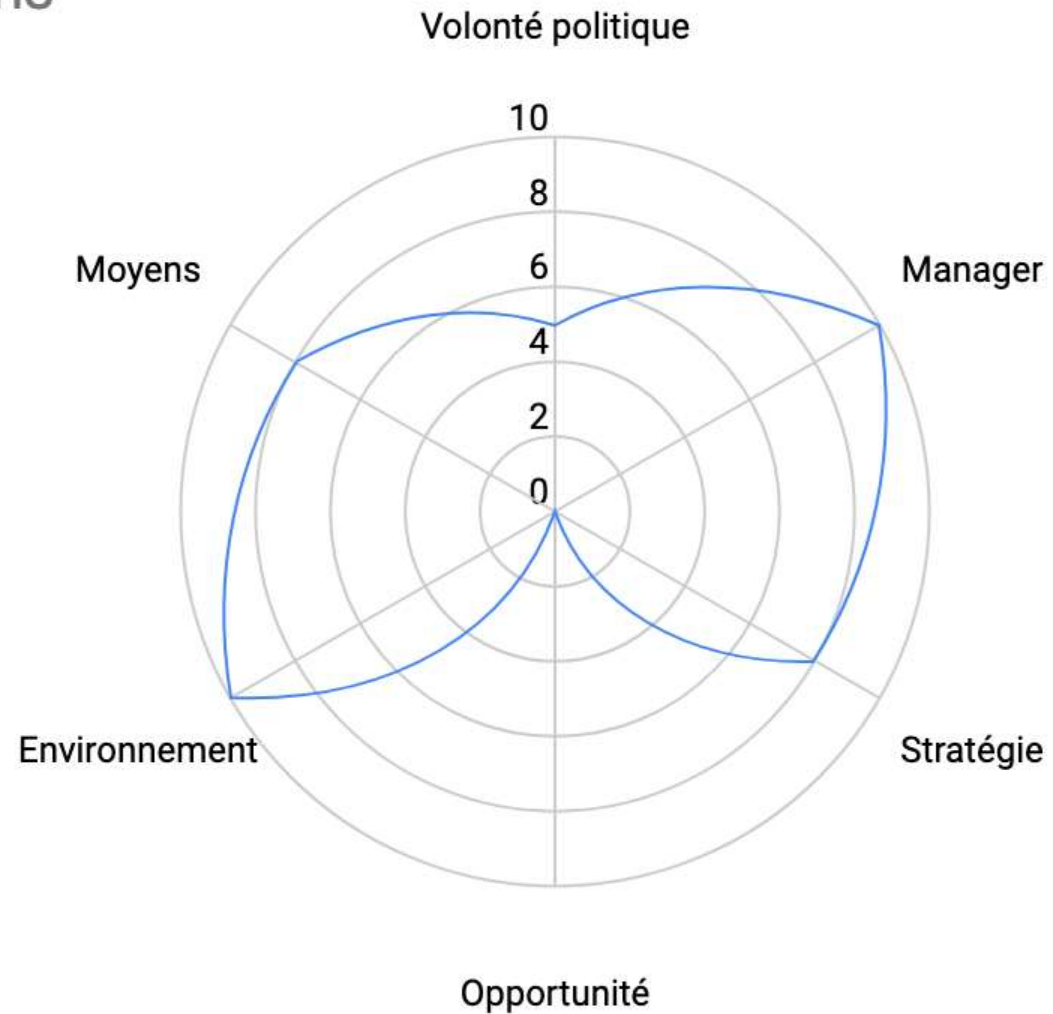
VALEURS
ACCOMPAGNEMENT
HUMAIN
STRATÉGIE
AMBASSADEURS
ENGAGEMENT
MARQUE
PRESTATAIRES

Aix les Bains

Témoin : Marie

La grille

Aix les Bains



Aix Les Bains

Les mots

clés



Evreux

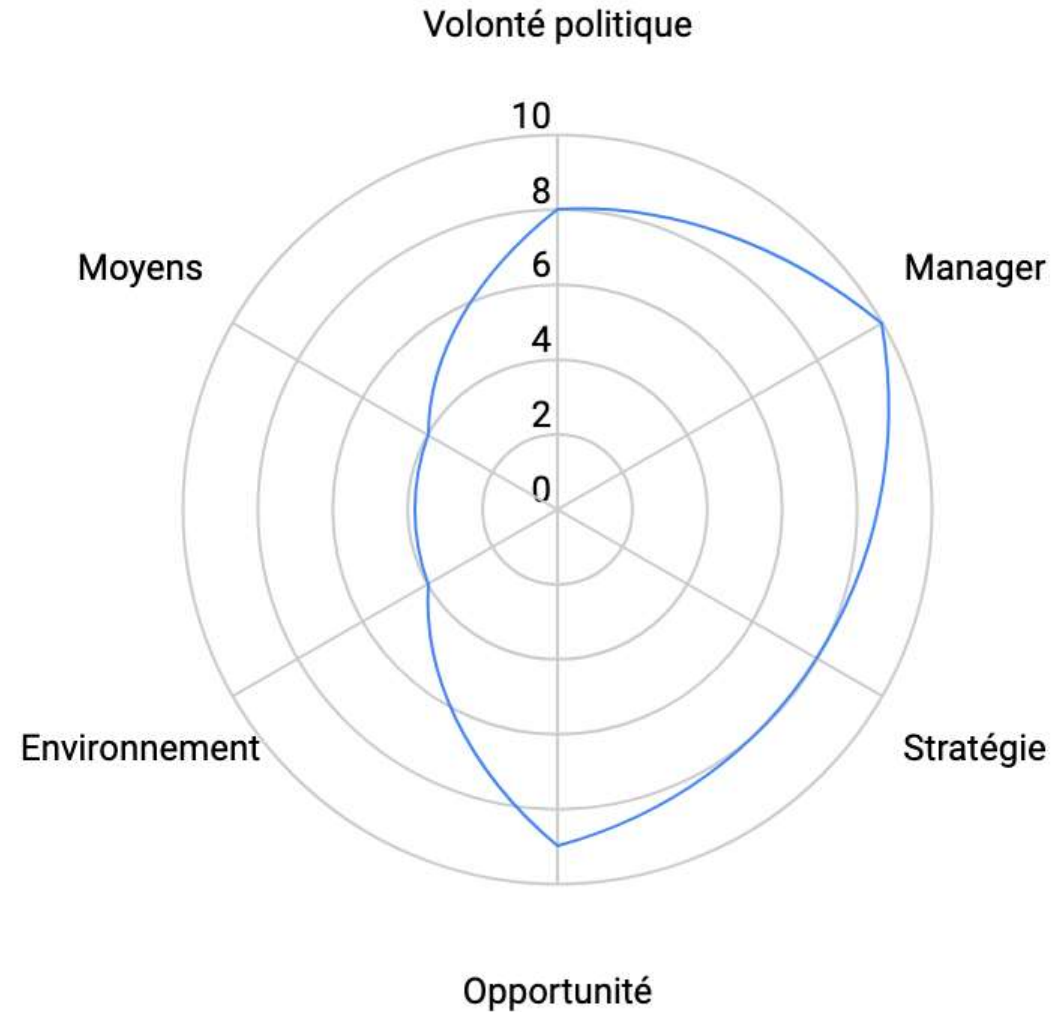
Témoignage : Marie-Flo

La

grille

Evreux

Saint Omer



Evreux

Les mots

clés

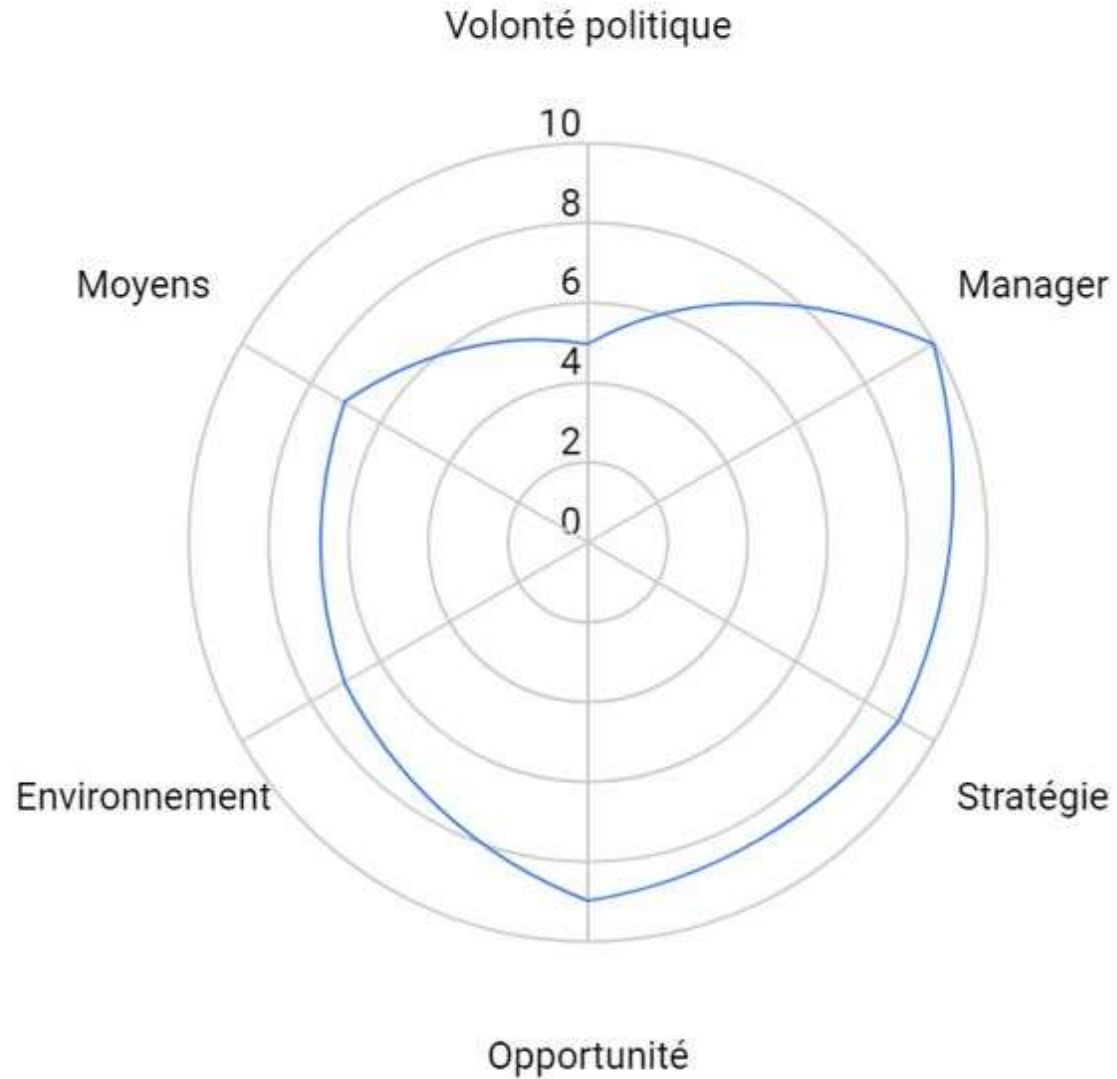


Ancenis

Témoin : Dominique

La
grille

Ancenis



Ancenis

Les mots

clés



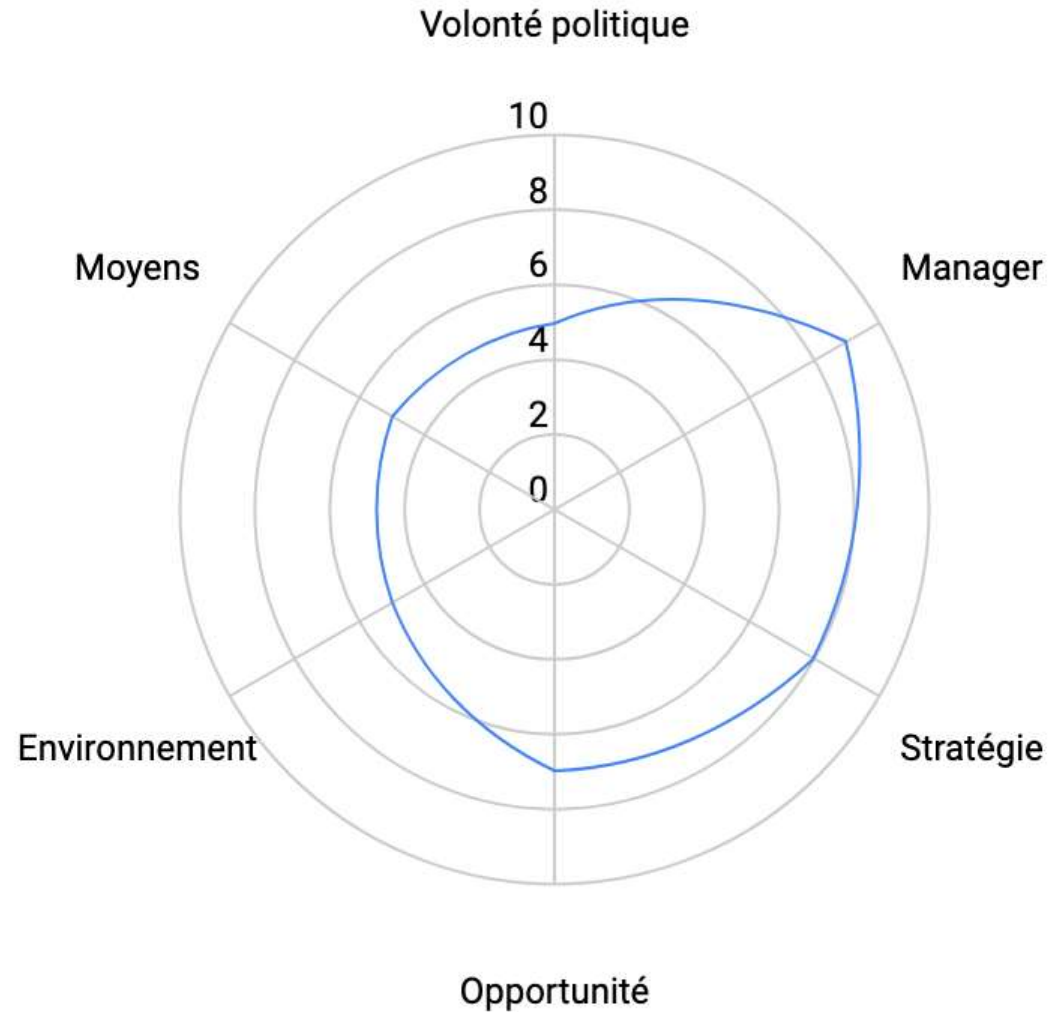
A word cloud of key concepts in various colors and orientations. The words are: Echanges (red), Changement permanent (purple), Partenaires (green), Agilité (purple), Manager (orange), Autonomie (orange), Comme chez soi (cyan), Vision managériale (cyan), Partage (green), Confiance (orange), Equipe (red), and Créativité (red). A vertical purple line with an arrow at the top and a wavy bottom runs through the center, passing through the words 'Partenaires', 'Agilité', and 'Autonomie'.

Clairac

Témoignage : Mathieu

La grille

Clairac



Clairac

Les mots

clés

Implication
Volonté
Tiers-Lieu
Accueil Mixité
Habitants
Proximité
Rural

Serre-Ponçon

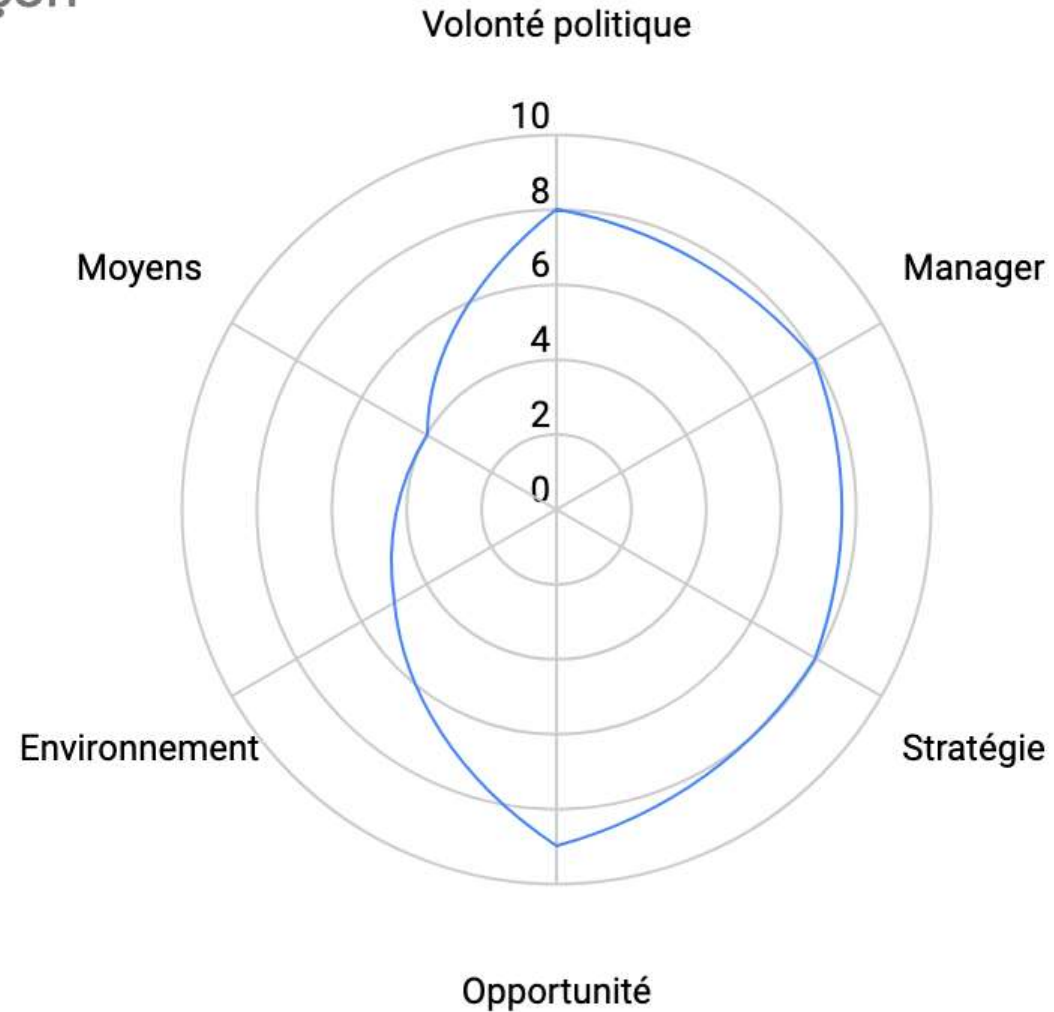
Témoin : Jean-Patrick

La

grille

Serre Ponçon

Saint Omer



Serre-Ponçon

Les mots

clés



fait sur

<https://www.nua.gesdemots.fr>

Kochersberg

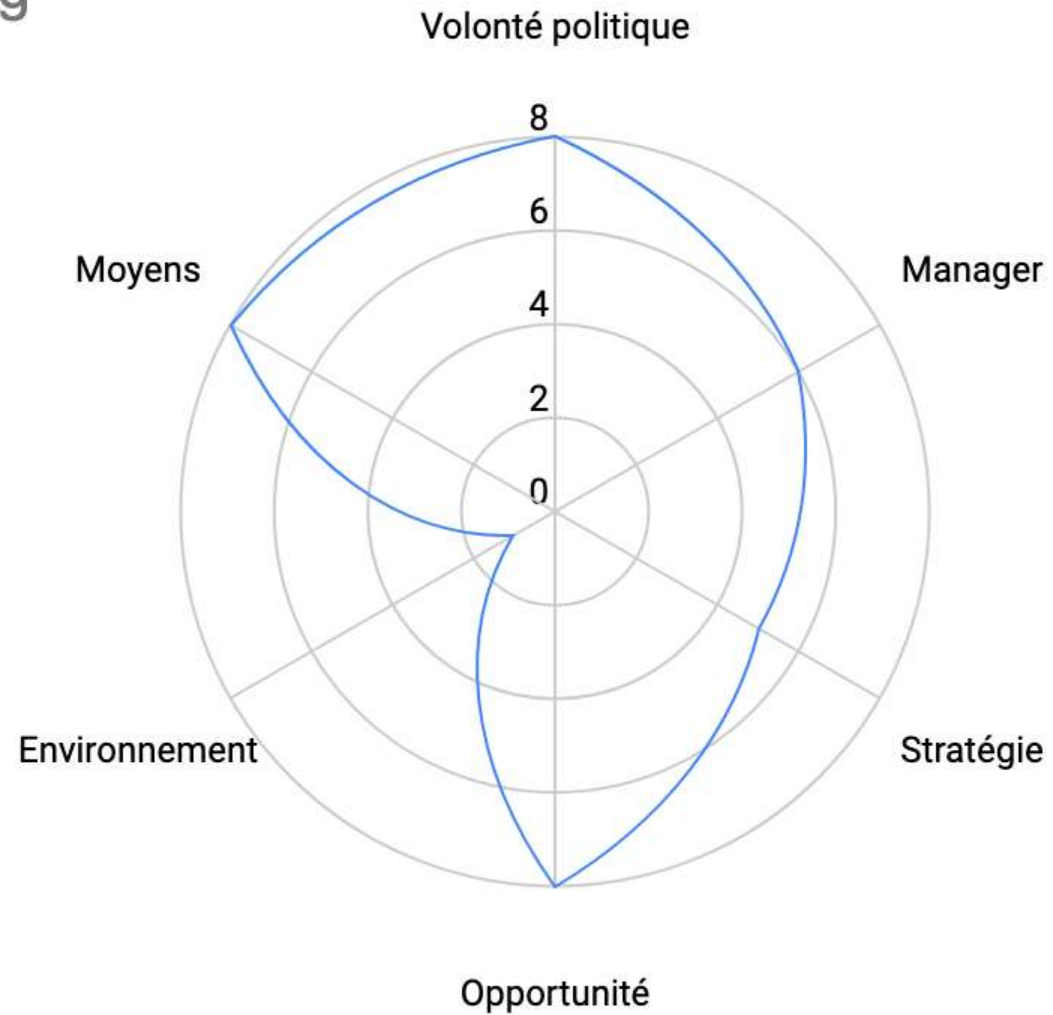
Témoignage : Line

La

grille

Kochesberg

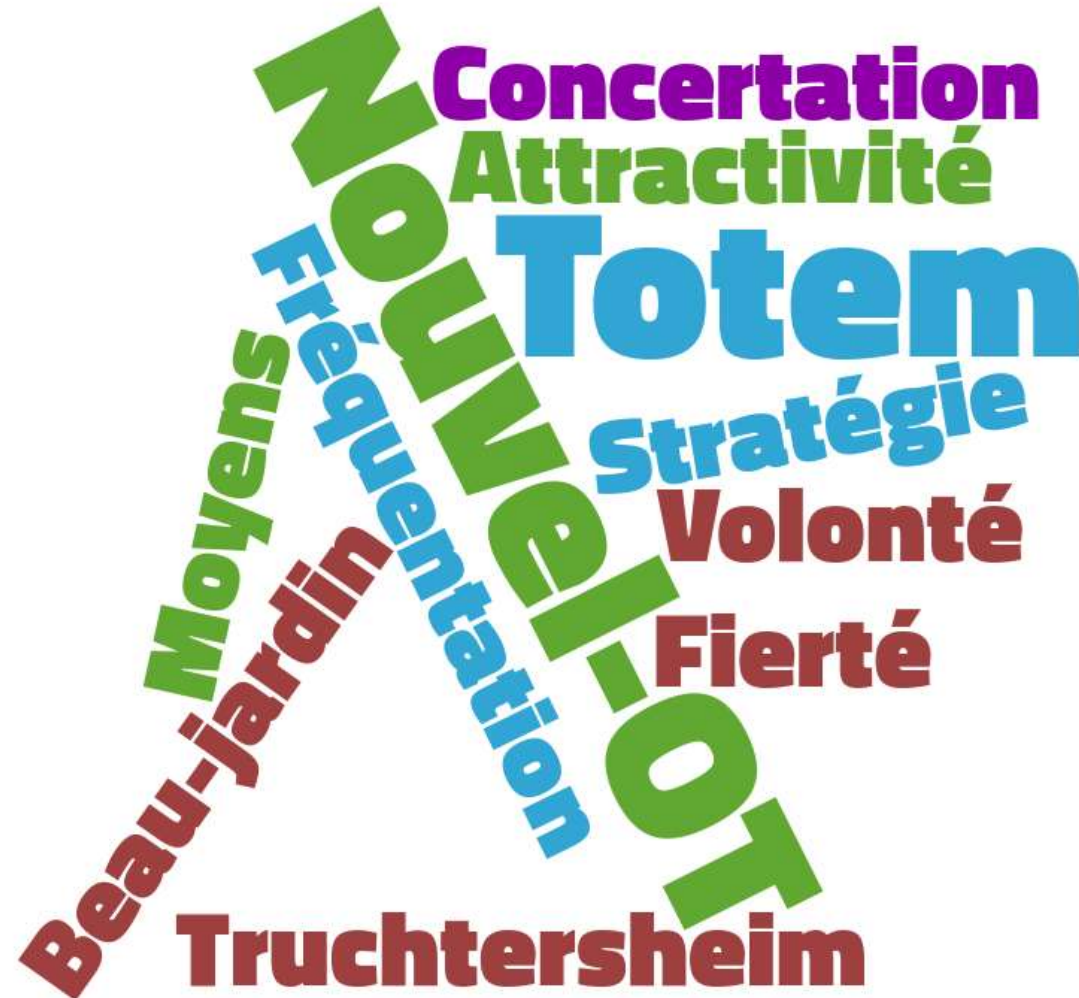
Saint Omer



Kochesberg

Les mots

clés



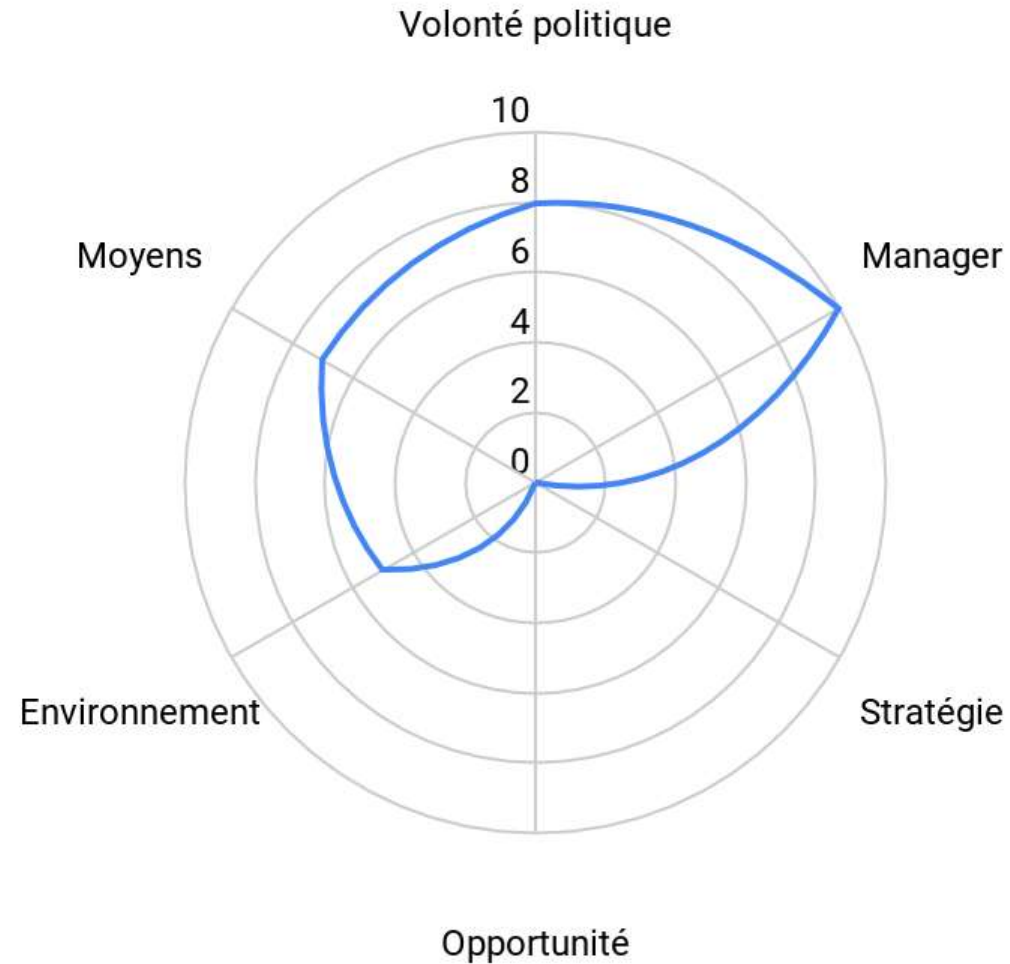
A word cloud graphic with various words in different colors and orientations. The words include: **Concertation** (purple), **Attractivité** (green), **Totem** (blue), **Stratégie** (blue), **Volonté** (red), **Fierté** (red), **Truchtersheim** (red), **Moyens** (green), **Fréquentation** (blue), **Beau-jardin** (red), and **TOT** (green).

Saint-Omer

Témoignage : Paul

La
grille

Saint Omer



Saint-Omer

Les mots

clés



Manager
Habitants
Projets
Histoires
Réinventer
Parc-attractions
Magnifique
Mise-en-scène

Conclusion :

Il n'y a pas de modèle !

Rendez-vous demain

pour en discuter

Merci à Julien, Laurie, Philippe, Sophie,
Alexis, Florence, Christophe, Marie-Hélène
et à leurs équipes pour ces belles
séquences inspirantes....