

FEDERATION REGIONALE DES OFFICES DE TOURISME
Provence-Alpes-Côte d'Azur

Dans le nuage

14 Avril 2020

Conf' Confinées #4

Continuer à faire du tourisme et du marketing en période de crise sanitaire



LA FR-OT SUD VOUS PRESENTE

LES CONF' CONFINÉES

DES RENDEZ-VOUS 100% EN LIGNE ET
100% GRATUITS

Infos et inscriptions : cutt.ly/9tlo8UUu





Jean-Patrick MANCINI

Directeur

@FROTSIPAC

A

MAIL

jpmancini@offices-tourisme-sud.fr

?

06 01 00 19

47

f

<https://www.facebook.com/jp.mancini.pr>

t

<https://twitter.com/mancinij>

in

<https://fr.linkedin.com/in/jpmancini1>



Fédération Régionale
Offices de Tourisme
Provence
Alpes
Côte d'Azur

Fédération Régionale des Offices de Tourisme
de Provence-Alpes-Côte d'Azur

300 avenue Giuseppe Verdi - BP 160
13 605 Aix-en-Provence Cédex 1

Tél : 04 42 16 80 10 / 06 82 67 68 57

@ : contact@offices-tourisme-sud.fr

Directeur (Fédération Régionale des Offices de Tourisme Région Sud)



Fédération Régionale
Offices de Tourisme
Provence
Alpes
Côte d'Azur



Benoit DUDRAGNE

Consultant indépendant



[Membre fondateur du groupement]



WEB

<http://bdc-etourisme.com>

MAIL

Benoit.dudragne@gmail.com



www.facebook.com/BDC.Conseil.Etourisme



<http://twitter.com/BenoitDudragne>

- ✓ Réflexion stratégique
- ✓ Gestion de projet
- ✓ Design d'expérience
- ✓ E-tourisme
- ✓ Stratégie de contenu
- ✓ Animation de socioprofessionnels



Sébastien Répéto

My Destination



<https://www.my-destination.fr/>



Julia BRILLARD

Directrice Communication
Vaucluse Provence Attractivité





Julien Veyssade

Hyères Tourisme



<https://www.hyeres-tourisme.com/hyeres-tourisme-a-la-maison/>



- Peut-on continuer à faire du marketing touristique en cette période ?
- Avec quelles clientèles ? Avec quelle ligne éditoriale ?
- Quels messages sur mon site web et mes réseaux sociaux ? En période de crise ? Au moment de la relance ?
- Comment promouvoir l'offre touristique, les prestataires, les activités ?



Oui, si on a des choses à dire !

Quelle est la principale raison d'abandon d'une marque ?
(source étude Gartner group)

- 1% la mort
- 3% le déménagement
- 7% la recherche d'une autre marque
- 9% l'adhésion à une offre concurrente
- 12% l'insatisfaction
- **68%** le manque de contact avec la marque !

Rester en contact
avec nos clients =
LA priorité en
fidélisation

Un client sans relation avec sa marque est un client déjà parti !



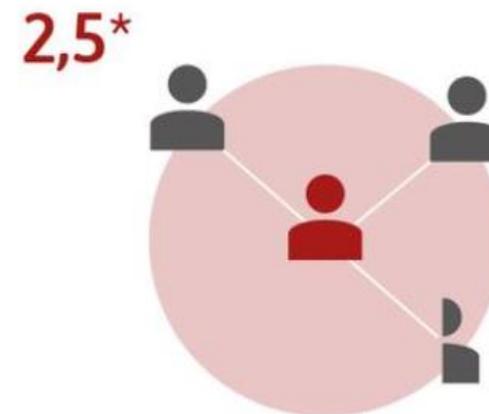
Bien comprendre le contexte avant d'agir

Le contexte : COVID et déconfinement



R^0 = Taux de reproduction du virus

R^0 = une personne contamine x personne(s)



Si $R^0 < 1$ = valeur «infra-épidémique» : Contagion contenue

Si $R^0 > 1$ = relance de l'épidémie = risque de **saturation des hôpitaux** si R^0 élevé

Objectif : contenir le taux de reproduction au-dessous de la valeur 1

Plusieurs leviers d'action à disposition qui nous concernent directement

1. Gestes « barrière » (masques, lavage des mains, serrage de mains, ...)
2. Distanciation sociale (collective ou personnalisée)

2 Types de distanciation

Le confinement : 4 mesures :

- Fermeture des écoles
- Restriction des rassemblements
- Limitation des mouvements de la population
- Cordons sanitaires (quarantaines)

Contraintes et conséquences fortes

- **Conséquences sanitaires** indirectes à moyens et longs termes **inconnues**
- **Approche autoritaire** plus ou moins tolérée dans le temps
- **Impact économique catastrophique**

Permet une gestion de la saturation des services de réanimation : pas d'engorgement

La distanciation personnalisée

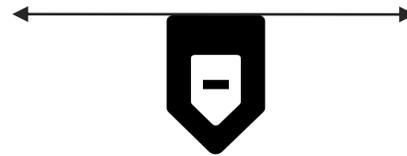
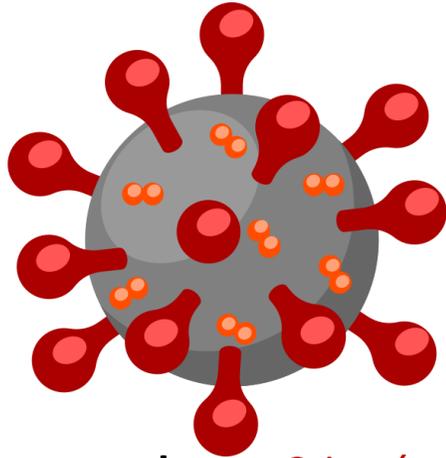
- **Tests généralisés & Tracking intensif** autour des personnes contaminées après série de tests (Singapour, Corée du sud, Taiwan, Suède...)

Contraintes

- **Fiabilité** des tests
- Attente des tests sérologiques habilités
- Très **strict** (attention données personnelles)
- Parfois **insuffisant** (Singapour...)

Permet de mesurer l'immunité de la population

La balance du choix politique « Cornélien »



Confinement total

Limiter la mortalité
Les hôpitaux saturés
Ethique

...

Crise économique

Crise sociale
Dépression
Tensions

...

Déconfinement

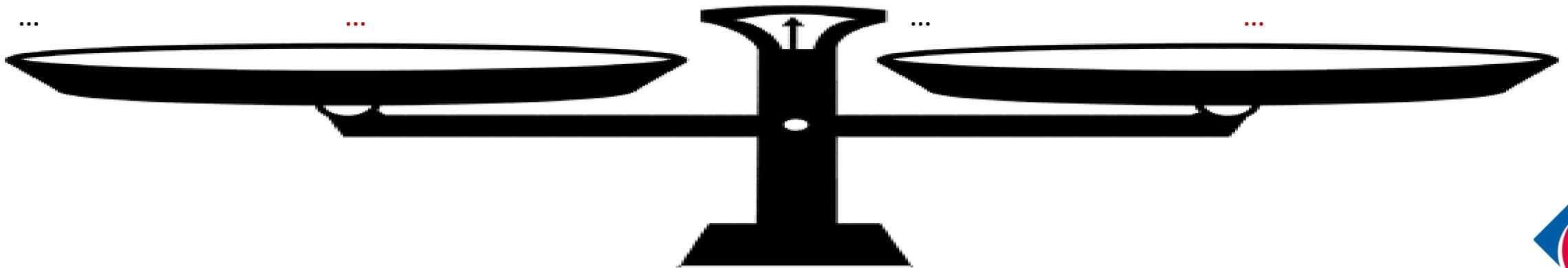
Reprise économique
Survie des entreprises
Santé mentale

...

2eme pic épidémique

Saturation réanimation
Mortalité forte
Pbme éthique

...

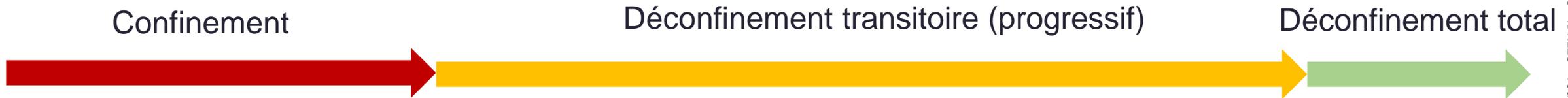
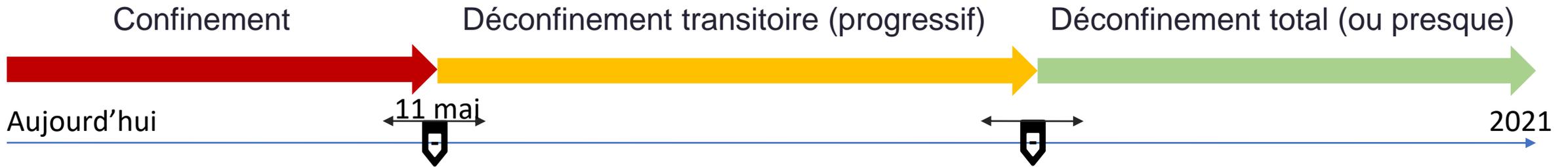




- Réaction du virus à la saisonnalité disparition ou diminution significative du virus avec l'été
- Traitements thérapeutiques plus ou moins efficaces, « acceptables »
 - Chloroquine
 - Ivermectine
 - Autres Antiviraux
 - Plasma
 - ...
- Vaccin (12 à 18 mois)

Ils peuvent impacter
 soudainement l'évolution de la
 crise...

3 phases dans cette crise



© Copyright BDC - IDREZO - Tous droits de reproduction réservés 2020

3 phases dans cette crise



Confinement fort

Aujourd'hui

11 Mai 2020

Attitudes et comportements

- Stupéfaction
- **Peur** sanitaire
- **Craintes financières**
- Menace médiatisée (vue à distance)
- Sentiment d'**isolement**
- **Choc émotionnel** : du calme à l'**anxiété**
- **Connection++** réseaux numériques et tel (2/3)
- Attentisme
- **Ennui**
- Tensions familiales
- **Détresse** psychologique (1/3)
- Sortie de crise fin d'été
- **Manque d'affectif** / amis – famille
- ...



Approche marketing

- Empathie forte
- Maintien du lien avec les clients fidèles
- Pas de prospection mal placée
- Pas d'angles business
- Revoir son positionnement marketing
- Valeurs prépondérantes
 - Solidarité
 - Humilité
 - Authenticité
 - Joie (simple)
 - Vérité

3 phases dans cette crise



Confinement fort

Aujourd'hui

11 Mai 2020

Actions Offices

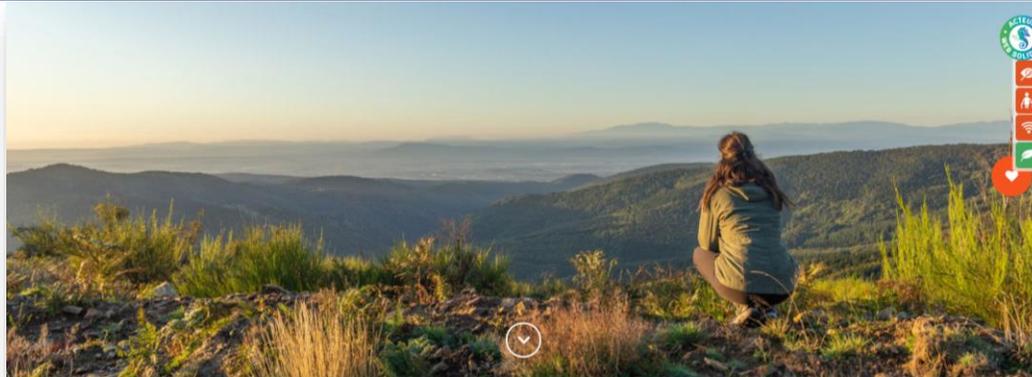
Front office numérique

Gestion de la phases actuelle

- Relais info pour soutenir les pros
- Maintien du lien avec les communautés acquises
- Diffusion contenus empathiques
- Mobilisation des pros pour adaptation de leur offre
- ...



Le bon discours au bon moment



Article publié le 18 mars 2020 - [Actualité Provence](#)

18 mars 2020. Nous sommes tous confinés mais nous continuons de rêver. Les mots bienveillants et belles images nous permettent de continuer à prendre soin de nous et des autres, à voyager, à s'évader. Bientôt reviendront les escapades dans la nature, les week-ends en amoureux, les sorties en famille, les apéros-concerts entre amis...

10 phrases qui font du bien

Une posture

Une anticipation





Le rôle des réseaux sociaux durant cette période de confinement

- Diffusion de l'information et lutte contre la désinformation
- L'entraide et la solidarité
- Les liens sociaux
- Divertissement



Une évolution de notre méthodologie de travail

- Réorganisation interne (télétravail, astreinte modération, ...)
- Changement de temporalité dans nos réflexions
- Points réguliers avec nos clients (leur nouvelle organisation, des consignes internes, idées actions, imaginer la sortie de la crise) pour voir comment les réseaux sociaux peuvent intervenir



Quel objectif pour les destinations sur les réseaux sociaux en ce moment ?

- Engager des **discussions** et garder un **lien social virtuel** afin d'aider à **accompagner** les gens dans un **quotidien anxiogène** et préparer le terrain pour une meilleure reprise à la fin du confinement.



Quelle approche en CM ?

- Engager 1ere étape : informer les communautés :
 - BIT sont fermés nous répondons à vos interrogations en MP
 - Mise à jour des outils (horaires d'ouverture, des messages d'absence et questions automatiques sur Messenger,...)

L'approche de my destination



Bourgogne Tourisme
19 mars, 09:36 · 🌐

Un seul mot d'ordre par ici : la solidarité ! ❤️
On va avoir besoin de vous pour nous aider à choisir notre nouvelle photo de couverture (et rêver un peu en attendant de repartir explorer notre beau territoire), et de notre côté on vous prépare plein de jeux, activités et belles vidéos pour vous occuper pendant les prochains jours. Deal ? 🤝
Prenez soin de vous et de vos proches : restez à la maison. Toute l'équipe de Designed by Bourgogne est là pour répondre à vos questions par message privé !

1 

2 

3 

👍❤️ 846 736 commentaires 141 partages

Bastides Vignoble du Gaillac
18 mars, 14:32 · 🌐

Bonjour à toutes et à tous, ☀️

Suite aux directives du gouvernement, les points d'accueil au public présents sur notre territoire sont désormais fermés jusqu'à nouvel ordre.

Nos équipes restent à votre disposition par message privé, mail entre 9h et 17h ou par téléphone au 0 805 400 828 tous les jours de 14h à 17h pour répondre à toutes vos questions (hors week-end) ! 🙋

Dans les prochains jours, nous allons continuer à vous partager des publications pour vous :

- emmener visiter nos villages depuis votre canapé 🏠
- donner des idées d'occupation 100% made in Tarn
- apprendre histoires et anecdotes sur les Bastides et Vignoble du Gaillac 😊

Prenez soin de vous et de vos proches et si vous avez des suggestions de choses que vous aimeriez qu'on partage sur cette page, écrivez nous en commentaire. 📩

Amicalement, l'équipe des Bastides et Vignoble du Gaillac.





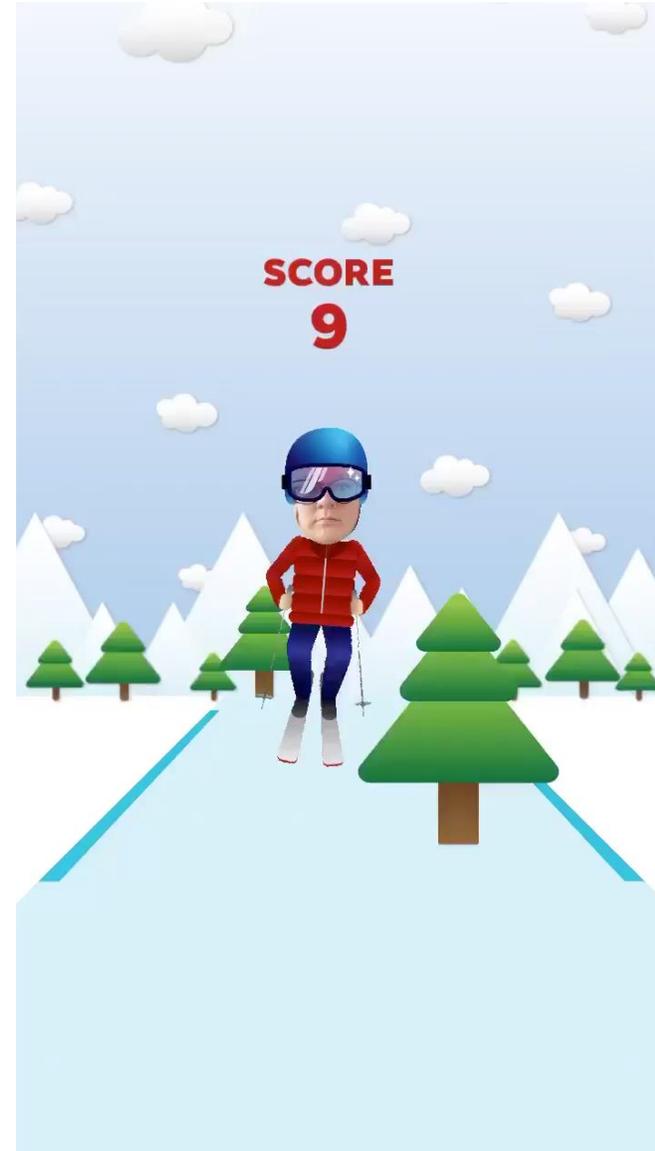
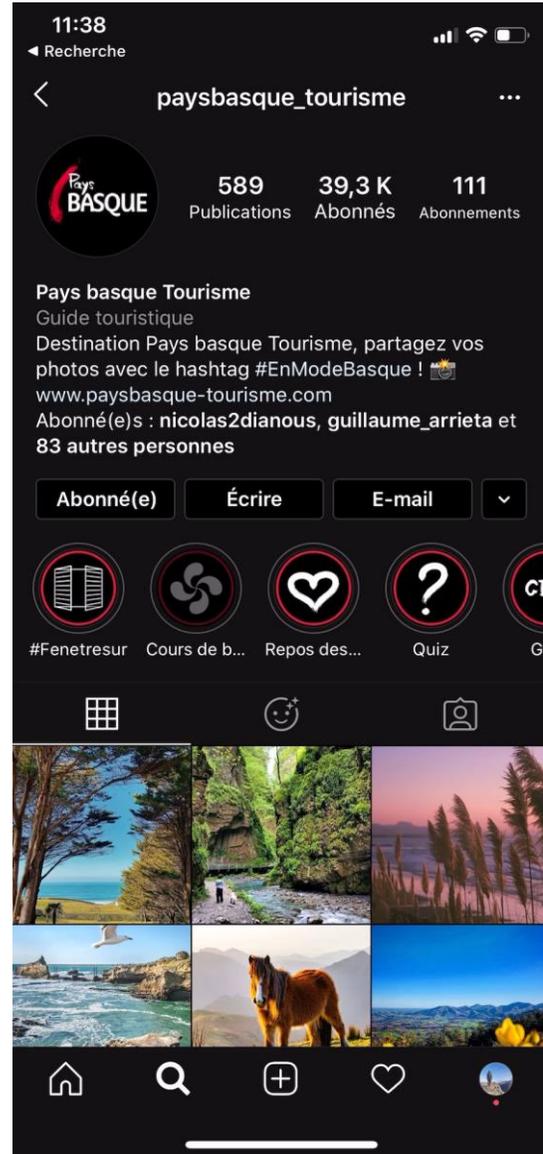
Quelle approche en CM ?

- 2ème étape : Discussions sur l'évolution des lignes éditoriales par territoire
 - Community management d'empathie / de quoi aimeriez-vous qu'on vous parle ?
 - Favoriser le divertissement

L'approche de my destination



Jeux en stories



L'approche de my destination

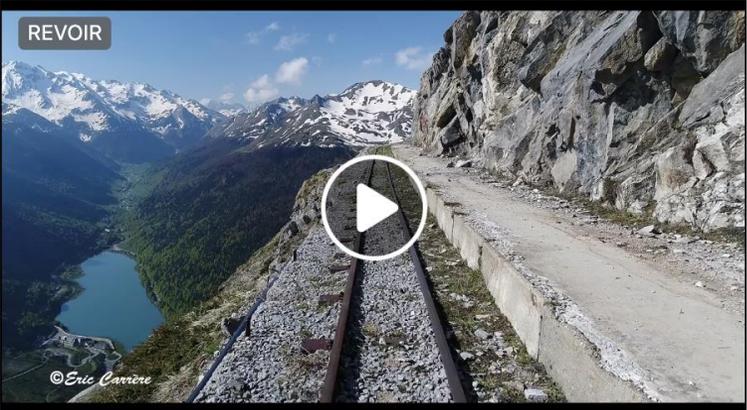


Séances vidéo

 **Béarn Pyrénées Tourisme** a organisé une séance vidéo. ...
2 avril, 17:00 · 🌐

De la Vallée d'Ossau à la Vallée d'Aspe en passant par la Vallée de Barétous 🏞️, on vous donne rendez-vous à 17h pour prendre l'air en chanson avec une séance vidéo 🎥 béarnaise ! 🎵

REVOIR



© Eric Carrère

📺 SÉANCE VIDÉO

 **La petit train magique du Bé...**
Eric Carrère Exclusiv Photos
1 / 5 vidéos 📺 Créer une séance vidéo

👍❤️ 439 79 commentaires 185 partages

👍 J'aime 💬 Commenter ➦ Partager 📁 Buffer 🌐

Les plus pertinents ▾

 Votre commentaire... 😊 📷 GIF 🗨️

 💎 Super fan
Nelly Euskal Merci beaucoup 😊❤️
J'aime · Répondre · 1 sem 👍 1

 ✍️ Auteur

L'approche de my destination

Raconter de longues histoires sur des anecdotes du territoire

Montagnes du Jura
6 avril, 15:44 · 🌐

👤 Il était une fois... une légende des Montagnes du Jura 🌿

" La Vouivre porte sur ses cheveux un diadème orné d'un gros rubis, si pur que tout l'or du monde suffirait à peine à en payer le prix. Ce trésor, la Vouivre ne s'en sépare jamais que pendant le temps de ses ablutions. Avant d'entrer dans l'eau, elle ôte son diadème et l'abandonne avec sa robe sur le rivage. C'est l'instant que choisissent les audacieux pour tenter de s'emparer du joyau, mais l'entreprise est presque sûrement vouée à l'échec. A peine le ravisseur a-t-il pris la fuite que des milliers de serpents, surgis de toutes parts, se mettent à ses trousses et la seule chance qu'il ait alors de sauver sa peau est de se défaire du rubis en jetant loin de lui le diadème de la Vouivre."

📖 Savez-vous quel célèbre écrivain s'est inspiré de cette légende pour écrire un roman fantastique en 1943 ?



👍❤️ 1 K

93 commentaires 222 partages

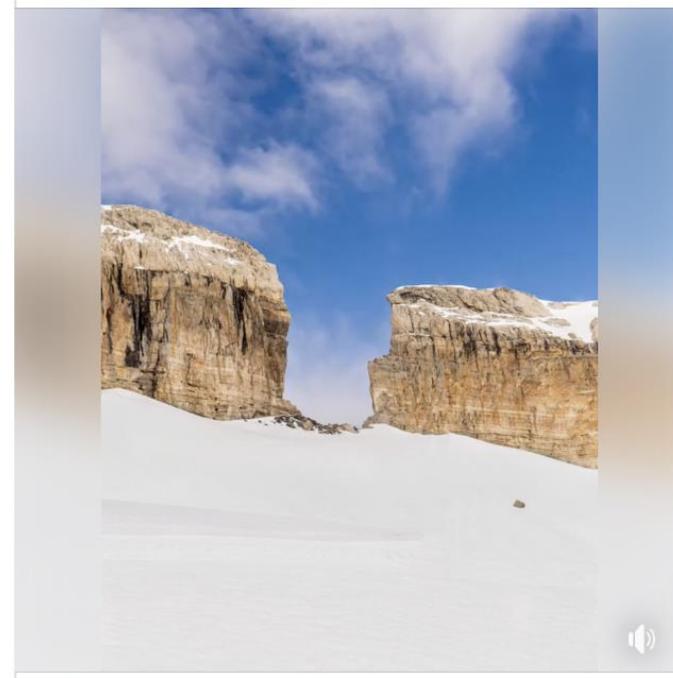
Hautes Pyrénées
8 avril, 11:56 · Gavarnie · 🌐

Fabuleuse frontière naturelle entre la France et l'Espagne, la Brèche de Roland est un véritable symbole des Pyrénées. 🌍 Depuis longtemps, elle retient l'attention des voyageurs qui la franchissent et nombreuses sont les histoires autour de ce lieu mythique. 🗡️

En voici l'une des plus célèbres :

📍 La légende de Durandal veut que la brèche ait été ouverte par Roland, le neveu de Charlemagne. Après avoir été blessé au combat, Roland tenta de briser son épée contre la roche pour qu'elle ne puisse pas être volée par les ennemis. Mais la lame flamboyante resta intacte, éclata les rochers et scinda la falaise en deux, créant ainsi : la Brèche de Roland. ❤️

📷: Anthony Bonal Photography / archive : mai 2018



👍❤️ 1,3 K

176 commentaires 439 partages



Recettes de cuisine illustrées

 Pays basque Tourisme
21 mars, 10:30 · 🌐

Pour réchauffer les ❤️ et faire voyager vos papilles au Pays basque 😊, on vous dévoile notre recette de l'axoa ! Enfilez votre tablier 👩🍳, c'est parti pour un cours de cuisine basque. On a hâte de voir les photos de vos plats en commentaire ! 📷



L'axoa
(personnes)

 1kg épaule de veau	 2 poivrons verts	 2 poivrons rouges	 2 oignons	 1 gousse d'ail	 huile d'olive
 herbes aromatiques	 200g jambon de Bayonne	 1 cas maizena	 2 cas concentré de tomate	 1 piment d'Espelette	 sel

La farce
Couper le veau en morceaux.
Émincer l'oignon et hacher l'ail.
Découper les poivrons en lanières.

La préparation
Faire revenir les oignons et les poivrons puis le veau.
Baisser le veau.
Ajouter le jambon coupé en dés aux poivrons
à mi cuisson des poivrons.
Lorsque les poivrons sont bien tendres,
ajouter le veau et laisser mijoter une vingtaine
de minutes.
Saler, poivrer, saupoudrer de poudre de piment
d'Espelette.
Savourez ce bon plat basque !

  471

128 commentaires 246 partages

Quelques bons exemples



The screenshot shows a Facebook group interface. At the top is a large landscape photo of a mountain valley with the text "Dehors est Dedans" overlaid. Below the photo are interaction buttons: "Membre", "Notifications", "Partager", and "Plus".

The main content area includes a "Message" button, a "Photo/Vidéo" button, a "Vidéo en direct" button, and a "Plus" button. Below this is a section for "Exprimez-vous" with a profile picture and a "Photo/Vidéo" button, a "Séance vidéo" button, and an "Identifier de..." button.

On the right side, there is a "GROUPE GÉRÉ PAR" section for "Haute-Garonne Tourisme" with 66,298 likes. Below that is an "INVITER DES MEMBRES" section with a search bar. The "MEMBRES" section shows 1,511 members with several profile pictures. The "MEMBRES SUGGÉRÉS" section shows "Amis" with a profile picture of Camille Bourguet Repeto.

At the bottom left, a post by "Loïc Bel" is visible, stating "Un dépaysement à quelques pas, dans le jardin, des paysages étranges, j'espère que cela vous plaira."

Quelques bons exemples

Retrouvez les contacts des restaurants, producteurs et commerces du Pays Basque au près de chez vous et leurs infos sur cette carte :

Conseil de navigation : le menu situé sur la gauche permet d'afficher la liste des prestataires selon le type d'activité

Les marqueurs en forme d'épingle indique que le prestataire propose un service de livraison

Cette carte est continuellement mise à jour en fonction des nouvelles informations que nous recevons.

À propos Fermer

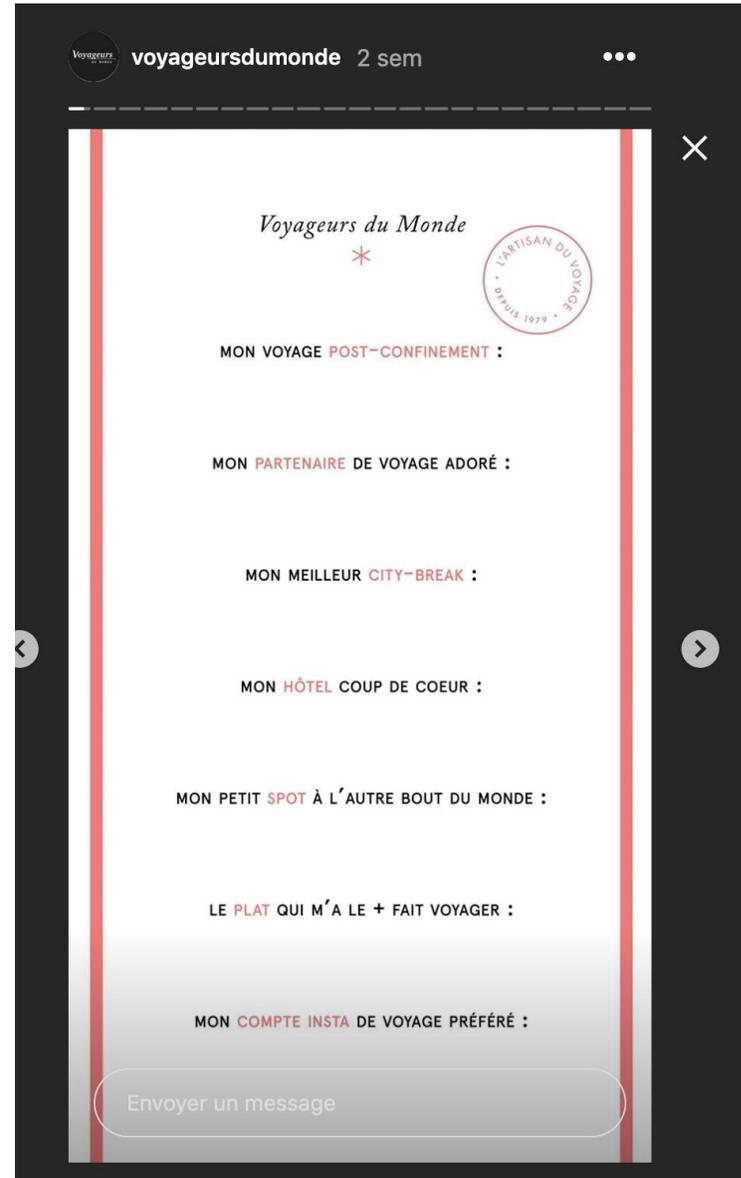
#solidaritéproducteurs #Covid19#elkartasuna

Filter...

Restaurants (plats à emporter) - Jatetxeak (eramateko janaria)

- AB L'Atelier
- Auberge Chez Maite
- Basculinair
- Chez Zéli
- Ferme Auberge Auzkia
- Ferme auberge Komeiteko Borda
- Ferme Lizarraga
- Getaria
- Gozo Gose
- Hôtel Restaurant du Chêne

Quelques bons exemples



Les attentes envers les marques



L'institut Kantar a interrogé 25 000 consommateurs dans 30 pays (dont la France) sur leurs attentes envers les entreprises et les annonceurs durant la période de crise sanitaire et économique actuelle. ([source](#))

"Parler de l'utilité de la marque dans la nouvelle vie quotidienne" : 67 % en France contre 77 % à l'international.

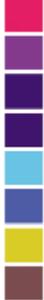
"Informer sur ses efforts pour faire face à la situation" : 62 % en France contre 75 % à l'international.

"Adopter un ton rassurant" : 59 % en France contre 70 % à l'international.

"Communiquer sur les valeurs de la marque " : 46 % en France contre 61 % à l'international.

"Ne doit pas exploiter la situation du coronavirus pour promouvoir la marque" : 68 % en France contre 75 % à l'international.

"Doit éviter les tons humoristiques" : 28 % en France contre 40 % à l'international.



Stratégie : ne poster que des photos faites à la maison, avec les moyens du bord, sur des sujets aussi vastes que variés

Avec le stock de photos dans le smartphone, faire un QCM chaque jour de 10 questions

Reposter en story les photos d'internautes, les opérations de l'ADT etc.

Inciter les pros et les internautes à nous envoyer des photos, participer voire faire de même.



hyerestourisme
Pesquiers



hyerestourisme

★ JOUR 8 ★ de confinement ! 💪 Ce matin (virtuellement bien sûr) nous étions au Salin des Pesquiers (#LaCapte) pour observer les oiseaux avec la @lpo.paca et le maître des lieux, passionné et passionnant ; @marc6mo 😊 Il n'avait pas vu que nous filmions et est un peu passé devant la caméra 📹 Beaucoup d'oiseaux ont été aperçus



2 206 vues

24 MARS

Ajouter un commentaire...

Publier



hyerestourisme

Plage De L'Almanarre à Hyeres



hyerestourisme

★ JOUR 1 3 ★ Youpi ! Avec le changement d'heure, on peut regarder un peu plus tard les #webcams de #hyeres ! Elles sont en direct et on y retrouve une nature sans bipèdes ! L'Almanarre, les Estagnets, le port de Hyères et la Madrague s'offrent à vous si vous êtes en manque ❤️💜❤️ Nous on les diffuse sur la TV via la #chromecast (et on a l'impression d'y



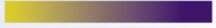
2 762 vues

29 MARS

Ajouter un commentaire...

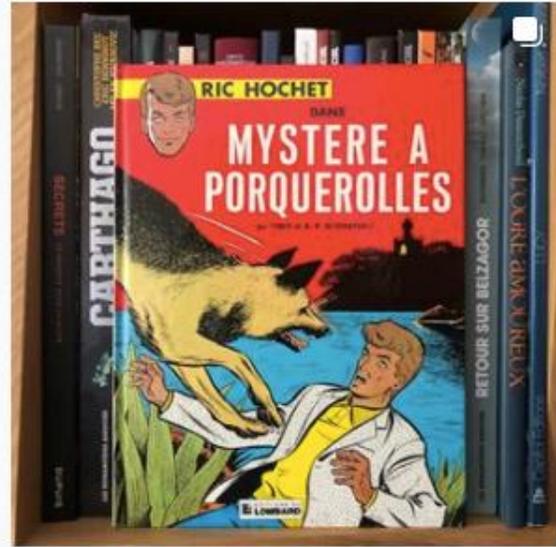
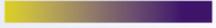
Publier





Fédération Régionale
Offices de Tourisme
Provence
Alpes
Côte d'Azur







10 questions par jour depuis le 1^{er} jour
improvisation au jour le jour
Ton totalement décalé et inhabituel

**Coucou mes p'tits
confi(nés) de
canard !**



Ah ah ! Ça commence fort !



Vue par 1374 personnes

**Juste pour voir si vous ne
perdez pas la boule...**



NOUS SOMMES...



(A) Samedi

(B) Dimanche

(C) Je saute sur un chat, mange
un aspirateur et...KAMOULOX

Vue par 1194 personnes



Fédération Régionale
Offices de Tourisme
Provence
Alpes
Côte d'Azur

Avant de commencer
le QCM du dimanche...

Je sais... on se répète mais ...



C'est verry important les amis !

Vue par 1253 personnes



Ça y est ! On l'a perdu !

D'OÙ QU' C'EST DONC T-IL ?

A Le Mourillon

B Brégançon

C La Tour Fondue

Vue par 1112 personnes



Fédération Régionale
Offices de Tourisme
Provence
Alpes
Côte d'Azur



CE BUREAU DE TRAVAIL EST À ...

- (A)** La plage d'argent
- (B)** La Badine
- (C)** La Courtade



Vue par 1047 personnes

Si si, c'est un vrai bureau de travail !

Question facultative...

Est-ce que même en période de confinement, ceci est autorisé ?

JA VOLL ! 😂

NO WAY ! 🙄



Vue par 1048 personnes



- Sur 15 000 followers, entre 1000 et 1500 vues pour les QCM avec entre 300 et 800 participants
- Quand on pose des questions ouvertes sur l'après COVID, beaucoup de réponses intéressantes sur des tendances à court terme
- Orientation des audiences très locale voire départementale
- Un réel dialogue, parfois très personnel, avec certains abonnés
- Besoin de rigoler, de se réassurer.
- Création d'un vrai rituel du soir
- Avec les photos, c'est un moyen d'engager pros et internautes
- La presse locale s'intéresse à la chose

- En général, ça plait vraiment ! Et à nous aussi finalement.





Des figurines pour retracer des scènes de vie, hors virus

Des épisodes de la vie quotidienne dans la cité, en photo et vidéo, avec des figurines pour personnages. C'est le pari tenu de Hyères tourisme. Le confinement développe l'imagination !

Depuis le début du confinement, l'office de tourisme d'Hyères relève un défi au quotidien : partager des photos et des vidéos de vacances sans quitter la maison et les diffuser sur son compte officiel Instagram.

Confinée mais pas à court d'idées, l'équipe de l'office de tourisme n'avait absolument pas l'intention depuis le début du confinement de délaisser leur compte Instagram qui, tout au long de l'année, régale depuis cinq ans les yeux de leurs 14 500 abonnés. S'il n'était pas question d'enfreindre les règles, Julien, l'astucieux community manager – « vous savez, celui qui poste et répond aux commentaires sur les réseaux sociaux » –, a trouvé une option alternative.

Lui, habitué, à capter de splendides vues de la cité des palmiers au grand air, des images idylliques captée entre Giens, le cœur de ville ou Porquerolles, a revu ses plans. Pas de sorties mais toujours des photographies en lien avec Hyères avec le système débrouille.

Place à ce qu'il y a chez soi

Alimenter une plateforme de photographies sans mettre un pied dehors tout en parlant

d'Hyères, pour Julien, « le défi était de taille ». Alors, il prend tout ce qui lui passe sous la main. Enfin plutôt sous le téléphone. À la maison, c'est grand rassemblement de figurines. Entre Playmobil et Lego, les acteurs sont prêts à rejoindre dans leurs scènes de vie hyéroise, les 2 400 photos de paysages déjà postées. « Ne vous étonnez donc pas de voir atterrir un avion Playmobil sur un aéroport d'ardoises ou des Lego jouant au beach-volley à l'Almanarre en StopMotion. Tout est normal. Tout est sous contrôle... ou presque », livre-t-il.

Un quiz sur la ville aussi

Des publications décalées mais pas que. « On a ajouté des quiz quotidiens sur la ville et les environs ! ». Chaque soir, ce sont dix questions diffusées en story sur le compte Instagram hyerestourisme qui sont proposées. C'est alors l'occasion pour le community manager (CM pour les intimes) de piocher dans les quelque 20 000 photos stockées dans son smartphone. Oui, Julien aime sa ville et il ne compte pas.

P. POLETTO

Retrouvez les scènes de la vie quotidienne de Hyères Tourisme sur <https://www.instagram.com/hyerestourisme/>



Julien retrace, depuis chez lui, des scènes de la vie quotidienne à Hyères. Ici un atterrissage à l'aéroport. (Photo DR)



1^{er} jour du printemps - – Taux d'engagement : 3.22%



Vaucluse Tourisme en Provence

Publié par Vaucluse Provence Attractivité 171 · 20 mars, 09:35 · 🌐

En ce 1er jour de printemps, quelques paysages fleuris de notre Provence, pour mettre du baume au cœur 🌸🌺🌻🌷🌹🍀

Un plaisir à consommer avec les yeux : prenez soin de vous et #restezchezvous ❤️

👤 Alain Hocquel



Performances de votre publication

130 087 Personnes touchées

11 633 Réactions, commentaires et partages 📊

6 893 👍 J'aime	3 313 Sur la publication	3 580 Sur les partages
1 959 ❤️ J'adore	964 Sur la publication	995 Sur les partages
6 😂 Haha	4 Sur la publication	2 Sur les partages
99 😲 Wouah	41 Sur la publication	58 Sur les partages
11 😞 Triste	3 Sur la publication	8 Sur les partages
1 😡 Grrr	0 Sur la publication	1 Sur les partages
835 Commentaires	255 Sur la publication	580 Sur les partages
1 831 Partages	1 831 Sur la publication	0 Sur les partages

7 133 Clics sur la publication

1 932 Affichages de photos	1 Clics sur un lien 📄	5 200 Autres clics 📄
-------------------------------	--------------------------	-------------------------



Fédération Régionale
Offices de Tourisme
Provence
Alpes
Côte d'Azur

Cabanons – Engagement : 1.92%

 **Vaucluse Tourisme en Provence**
Publié par Vaucluse Provence Attractivité [?] · 24 mars, 17:43 · 🌐

Allez hop, on met du rêve et de la fantaisie 🌈 Imaginez-vous dans un de ces cabanons, au 🌻...
Et prenez soin de vous, #restezchezvous 😊

👤 Alain Hocquel



Commentaires divers

 **Mélusine Desbois** Ça me fait un bien fou de voir vos photos ensoleillées. Je vis en Belgique et pas du tout le même climat. Prenez soin de vous 😊

J'aime · Répondre · Contacter · 2 sem 👍 5

 **Sandrine Lorentz** Merci de ce doux partage qui fait tant de bien en ces temps compliqués prenez soin de vous surtout la région PACA ici en Alsace c'est terrible !

J'aime · Répondre · Contacter · 2 sem 👍 1

 **Joëlle Germeau** Que c'est beau.... Profitez bien de votre chance de voir cette belle nature. C'est dans des moments comme ceux que nous passons que certains réalisent que les plaisirs simples sont très importants.... Bisous de loin 🙌

J'aime · Répondre · Contacter · 2 sem 👍 2

 **Marie Gianelli Agnese** Que ces photos font du bien !!! MERCI BEAUCOUP 🍀 🍷 🍷 🍀 🍷 🍷

J'aime · Répondre · Contacter · 2 sem 👍 1



Oppède –Engagement : 3.13%

Performances de votre publication

9 844 Personnes touchées

1 741 Réactions, commentaires et partages ⓘ

764 👍 J'aime	764 Sur la publication	0 Sur les partages
943 ❤️ J'adore	887 Sur la publication	56 Sur les partages
2 😲 Wouah	2 Sur la publication	0 Sur les partages
1 😞 Triste	0 Sur la publication	1 Sur les partages
25 Commentaires	22 Sur la publication	3 Sur les partages
63 Partages	63 Sur la publication	0 Sur les partages

446 Clics sur la publication

67 Affichages de photos	0 Clics sur un lien ⓘ	379 Autres clics ⓘ
-----------------------------------	---------------------------------	------------------------------



Vaucluse Tourisme
@ProvenceGuide

#confinementjour18 On en profite pour re(découvrir) le Vaucluse depuis son canapé 😊 Aujourd'hui, direction Lourmarin et ses alentours pour une balade dans le pays si cher à Albert Camus et Henri Bosco
cc @LuberonProvence
📷 @Bestjobsers youtu.be/oz9v3L1ufBI



9:00 AM · 3 avr. 2020 · [AgoraPulse Manager](#)

|| Voir l'activité sur Twitter

12 Retweets 51 J'aime



Fresnel Aline @FresnelAline · 3 avr.
En réponse à @ProvenceGuide @LuberonProvence et @Bestjobsers
MAGNIFIQUE 🤩🤩🤩🤩

3 phases dans cette crise



Confinement fort

Aujourd'hui

11 Mai 2020

Actions Offices

Back office numérique

Ecoute du marché / veille décryptage :

- Comprendre pour réagir vite
- S'inspirer des autres
- Se former
- ...



© Copyright BDC - IDREZO - Tous droits de reproduction réservés 2020

3 phases dans cette crise



Confinement fort

Aujourd'hui

11 Mai 2020

Actions Offices

Back office numérique

Gestion des phases à venir...

Stratégie

- Repositionnement marketing / à la situation et aux phases
- Révision de sa ligne éditoriale
- Elaboration de scénarios déconfinement
- Travail sur les contenus
 - Expériences
 - Campagnes
 - FAQ
 - Rubriques Covid dédiées

Repenser vos promesses (et surtout prouvez-les) :

[par phase / par métier / par zones] = par client

- Des risques sanitaires maîtrisés ou limités
- L'aventure est à 2 pas de chez vous
- Chez nous c'est l'endroit idéal pour se ressourcer
- Chez nous, une multitude d'opportunités pour se retrouver
- Et même du privatisé pour les plus flippés
- Des tarifs doux et respectueux
- L'humain au centre de nos préoccupations (comment?)
- ...

Réviser votre ligne éditoriale



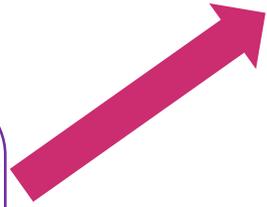
Réviser :
Votre image de marque
Votre offre
Vos avantages concurrentiels de destination

Attitudes
Comportements
Besoins
de vos clients
en fonction des 3 phases



Réfléchissez
à vos **cibles prioritaires**
en fonction
de la phase 1 ou 2 ou 3

- ~~Cible 1 : Etrangers~~
- Cible 2 : Ma région
- Cible 3 : Les Jeunes
- Cible 4 : Les familles
- ~~Cible 5 : retraités~~



Vos cibles
prioritaires
du moment

Positionnement

- Chez nous ...
- Des expériences sympas et sans risques à proximité
 - Une garantie sanitaire chez mes pros sélectionnés
 - Du cocooning en famille
 - Des valeurs fortes
 - ...

Style / ton

Humilité, rassurant, empathique, peps...

Formats éditoriaux
Rubriques

Photos : nature et affectives
Jeux pédagogiques /destination
Témoignages de solidarité
Brèves, articles blog, FAQ

Supports

Pages FB, Instagram,
Landing Page dédiée

Rédacteurs

Alex, pays art et histoire
Blogueur John

Définir votre cadre de la publication
curation
ou
crowdsourcing

© Copyright BDC – IDREZO - Tous droits de reproduction réservés 2020



Balayer l'arborescence de votre site web

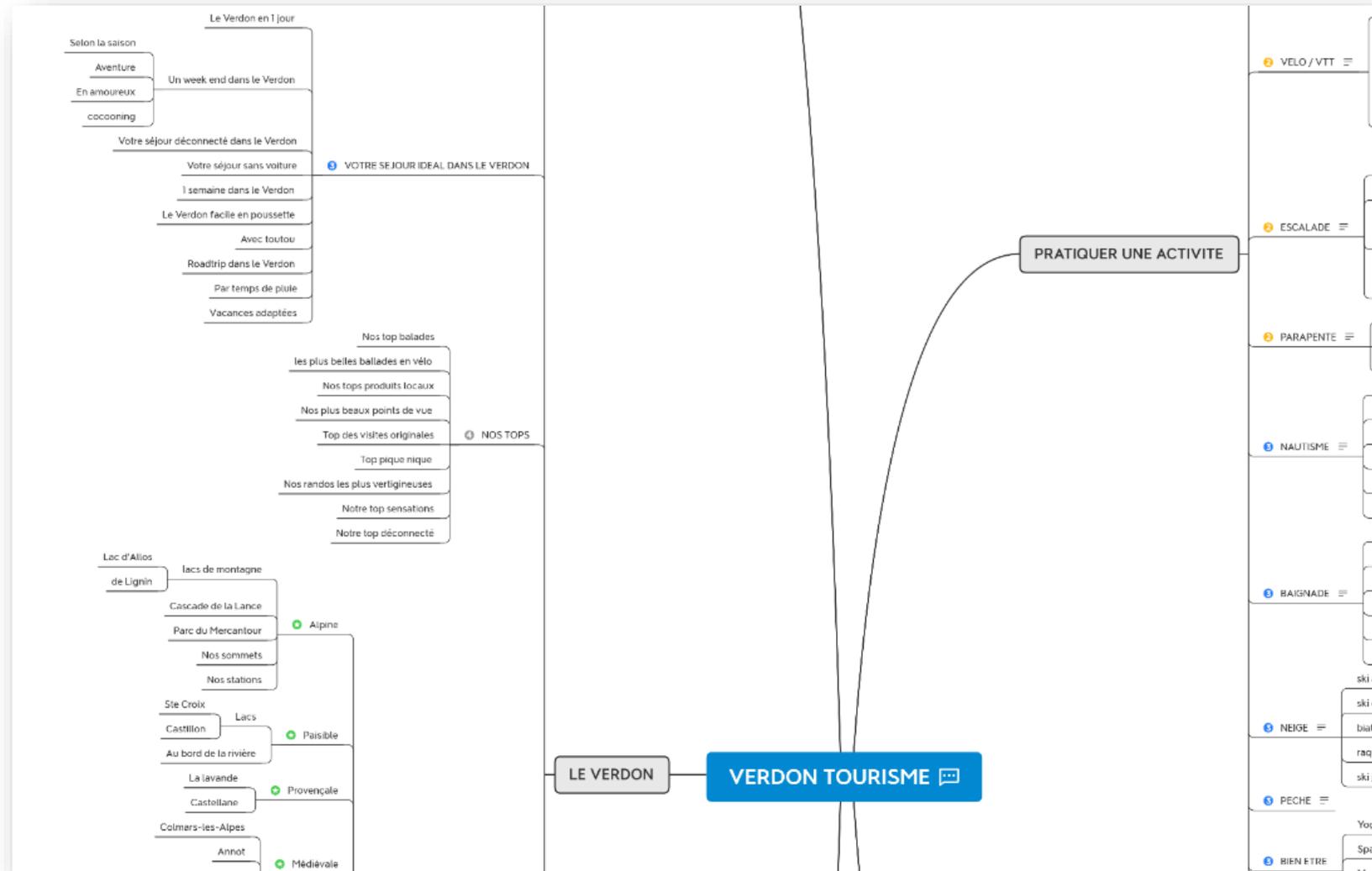


Où créer des pages dédiées au Covid?

Lesquelles devez vous enrichir ?

- Dans vos Tops
- Vos sélections
- Vos critères de choix
- Des paragraphes dédiés
- Des micros contenus
- ...

**En tant qu'expert:
Recommandez votre destination pour la crise!**



3 phases dans cette crise



Confinement fort

Aujourd'hui

11 Mai 2020

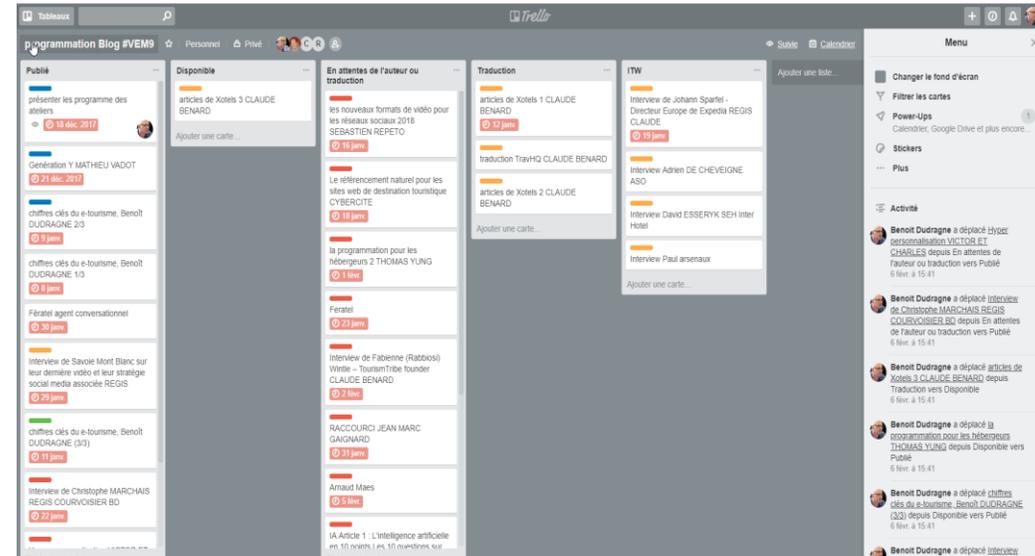
Actions Offices

Back office numérique

Gestion de la phases actuelle

Opérationnel

- Mobilisation des pros :
 - Mesures sanitaires garanties
 - Expériences attendues
 - Offres adaptées ...
- Formation du personnel
- Calendrier de publication
- Création de contenu
- Diffusion du contenu



3 phases dans cette crise



Déconfinement transitoire (progressif)

11 mai 2020

2021

Attitudes et comportements

- Doute / angoisse croissante
- Détresse économique
- Grosse **Crainte financière**
- Besoin de **sécurité** fort
- Besoin **d'espace**
- Besoin de vert, de **nature**
- Besoin de se rassurer en visant une destination connue
- Besoin d'affectif, de **se retrouver**
- Besoin de **valeurs** essentielles
- Eviter la foule
- Responsabilisation dans l'attitude
- Altruisme
- **Digitalisation**
- Apprentissage à la vigilance



Approche marketing

- Garanties sanitaires rassurantes
- Circuits courts : expériences de proximité pour retrouvailles "cocooning"
- Marketing gradué
- Réactivité et Agilité face aux annonces & réglementation
- Com et campagnes hyper ciblées & rassurantes
- Les valeurs mises en avant
- Séjours repensés
- Prix doux maîtrisés (non bradés)
- Décryptage de l'offre adapté au virus
- Vigilance vis-à-vis des gaspillages budgétaire sur des campagnes inadaptés
- Partenariats forts (PQR, Assos, sanitaire...)



Exemple de scénario (*totalelement fictif*)

Scénario X : Le déconfinement « cocktail »

- Masque obligatoire
- Déconfinement total des - 50ans
- Déconfinement partiel des 50/65ans avec conditions restrictives (comorbidité)
- Confinement prolongé des + 65ans (personnes à risque)
- Déconfinement des personnes testées et immunisées de tout âge
- Déconfinement des **régions Sud et Occitanie** avec interdiction de déplacement hors de sa commune ou de sa région
- Fermeture des frontières jusqu'en septembre
- ...

Se préparer aux différentes éventualités : privilégier la proximité

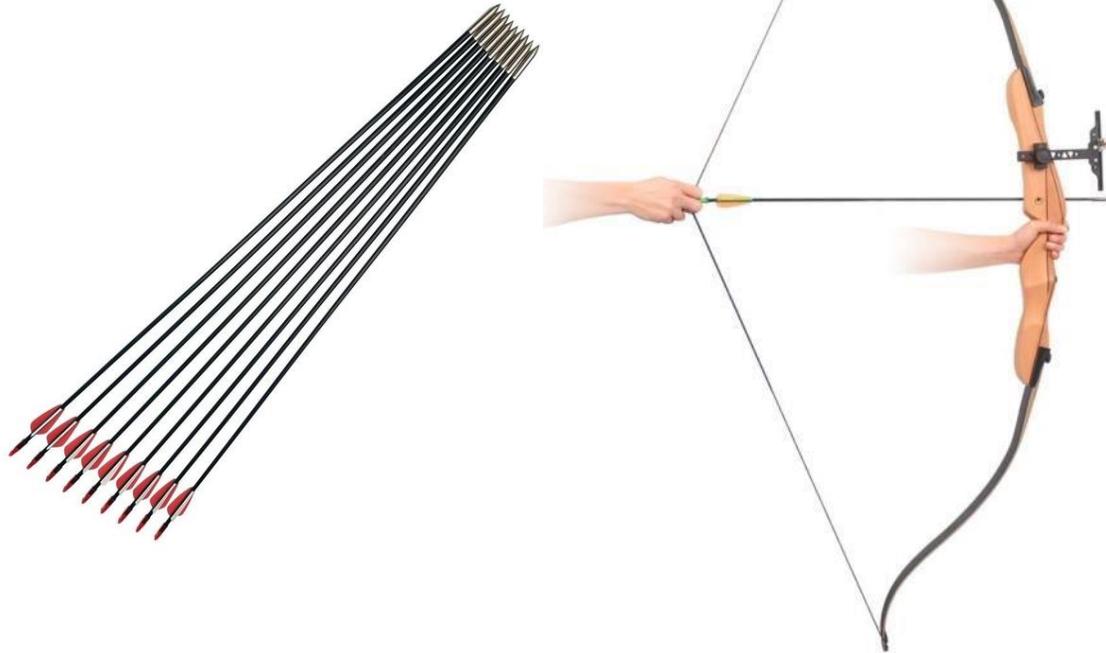
Ajuster le tir en fonction des annonces



Si mesures A+ B+ C ... alors lancement des actions touristiques 1, 2, 3 et ...

Scénario 2 : déconfinement « cocktail »

Préparer et choisir
les bonnes flèches



- Mon masque aux couleurs de la destination
- Une sélection d'expériences adaptées pour les jeunes - 50 ans
- Les hébergements isolés avec des garantis sanitaires élevées pour les 50/65 ans (Label SG Clean)
- Offre de bienvenue aux personnes immunisées de tout âge (attention à la ségrégation)
- Préparation phase 3 : sortie de crise des +65ans (personnes à risque)
- Campagne ciblée **région Sud**
- Annulation des campagnes à l'étranger
- Réduction campagne « France » « entretien notoriété + renforcement de l'image destination « campagne »
- ...

**Synergie d'actions entre
strates OT ADT CRT**

3 phases dans cette crise



Déconfinement total

2021

Attitudes et comportements

- Sentiment de liberté totale
- Besoin de profiter... libéré
- Évasion lointaine
- Recentrage sur les valeurs essentielles, l'humain
- Rééquilibrage psychologique
- Résilience
- Préservation des bonnes pratiques
- Remonter la pente économique
- Eviter de sombrer
- Prudence et vigilance
- Retour des voyages lointain



Approche marketing

- Concurrence très forte
- Cacophonie par l'infobésité numérique
- Révision positionnement et ligne éditoriale en fonction traumatisme, état d'esprit du « Après »
- Des produits insolites, verts, responsables... en phase avec la conscience collective post confinement
- Jouer sur les valeurs, le vrai et le retour à l'essentiel
- Valoriser fortement les expériences dans les dimensions émotionnelles
- Arguments & accroches très affutées
- Budget importants sur campagnes
 - Image et notoriété
 - Très ciblées (sinon dispersion)
 - Préserver ses ressources des phases précédentes en évitant les gaspillages



CONF' CONFINEE

2^{ème} cycle

La Fédération Régionale des Offices de Tourisme de la Région Sud prolonge les Conf' Confinées et vous invite à un deuxième cycle :

Au programme (en cours de finalisation) :

- **Créer de la valeur touristique avec la data pour redévelopper son activité et sa destination après la crise** (vendredi 17 avril 14h30)
- **Comment adapter ses outils et stratégies de GRC (Gestion de la Relation Client) aux nouvelles exigences imposées par la crise sanitaire** (date à venir)



WEBINAR FORMATION POUR LES PRESTATAIRES DE L'ECONOMIE MARCHANDE

La Fédération Régionale des Offices de Tourisme de la Région Sud finalise avec les partenaires, deux cycles de webinar à destination des prestataires du tourisme afin de soutenir leur relance :

- Premier cycle de webinar sur les aspects « tourisme »
- Deuxième cycle de webinar sur les aspects « exploitation »



Formation :

Office de Tourisme : Comment être en appui de ses prestataires dans ce contexte de crise ?

La situation actuelle liée à la pandémie du COVID 19 a de lourdes conséquences sur le secteur du tourisme. Les entreprises du secteur, par qui le tourisme fonctionne, sont à l'arrêt. Elles font face à une réalité économique violente avec des perspectives de sortie de crise qui demeurent encore très floues et incertaines.

Les OT, interlocuteurs privilégiés des professionnels, sont face à un défi double, d'une part, celui de trouver une posture légitime d'appui à leurs prestataires dans ce contexte et d'autre part, celui de poursuivre, mieux que jamais, leurs missions pour concourir aux meilleures conditions de reprise d'activité dans un contexte non-maîtrisé.

Cette formation a été conçue autour de 2 axes forts, 2 axes qui peuvent structurer l'action d'un office de tourisme vis-à-vis de ses prestataires dans la période trouble que nous traversons :

- L'office de tourisme, tiers de confiance, facilitateur d'intelligence collective et de professionnalisation.
- L'office de tourisme organisateur d'une stratégie de contenu partagée, au service de ses prestataires et au bénéfice de son marketing.



Formation :

Office de Tourisme : Comment être en appui de ses prestataires dans ce contexte de crise ?

Durée :

21h en 8 séquences de 2 à 3 h.

Public :

Directeurs

Chargés de mission, responsable communication, responsable réservation.

Responsable accueil et conseiller en séjour.

Démarrage :

Semaine du 04 Mai 2020



Formation :

Office de Tourisme : Comment être en appui de ses prestataires dans ce contexte de crise ?

SÉQUENCE 1 : RÔLE DE L'OFFICE DE TOURISME DANS CE CONTEXTE DE CRISE VIS À VIS DE SES PRESTATAIRES ? (2H – À DISTANCE)

SÉQUENCE 2 : CULTURE D'ENTREPRISE - #1 DIMENSION STRATÉGIQUE (3H – À DISTANCE)

SÉQUENCE 3 : CULTURE D'ENTREPRISE - #2 DIMENSION OPÉRATIONNELLE (3H – À DISTANCE)

SÉQUENCE 4 : ÊTRE TIERS DE CONFIANCE, FACILITATEUR D'INTELLIGENCE COLLECTIVE - (3H – À DISTANCE)

SÉQUENCE 5 : METTRE EN RÉSEAU CES PRESTATAIRES, LES RECETTES QUI FONCTIONNENT - (2H – À DISTANCE)

SÉQUENCE 6 : REPENSER SA STRATÉGIE DE CONTENU EN PRENANT EN CONSIDÉRATION LES IMPACTS DE LA CRISE - (3H – À DISTANCE)

SÉQUENCE 7 : DÉPLACER LE CONSEIL EN SÉJOUR SUR LE WEB ET LE METTRE AU SERVICE DE SES PRESTATAIRES - (3H – À DISTANCE)

SÉQUENCE 8 : LA RÉDACTION DE CONTENU EXPÉRIENTIEL POUR LE WEB - (2H – À DISTANCE)



Formation :

Office de Tourisme : Comment être en appui de ses prestataires dans ce contexte de crise ?

TARIFS :

NB PARTICIPANTS	8	10	12	14	16
TARIF	610€	487€	406€	390€	342€

Finançable sur les fonds de formation de la structure



TOUS NOS PROGRAMMES ET NOS FORMATIONS SUR :

SITE INTERNET DE LA FÉDÉRATION RÉGIONALE – RUBRIQUE ACTUALITÉ :

<https://frotsi-paca.fr/actualites/>

CATALOGUE EN LIGNE :

<https://catalogue-frotsi-paca.dendreo.com/>