

Focus Marketing Territorial





Jean-Patrick MANCINI
Directeur
@FROTSIPACA



j.patrick.mancini@gmail.com



06 66 50 94 11



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



<https://twitter.com/mancinijp>



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

Master en Management des Activités de Service (IAE d'Aix-en-Provence)

Master en Management International du Tourisme (DEFI Aix-en-Provence)

Directeur Fédération Régionale des Offices de Tourisme

- **Formateur en stratégie Etourisme**

Créateur & Associé de Marseille Provence Expériences (Agence événementielle sport & loisirs)

Assistant Direction Marketing Digital (Voyage Privé)

Chef de Projet Marketing (Terrou-Bi Resort 4* Luxe, Dakar)

Chef de Projet Communication (Agence de communication Signe des Temps)

D'OÙ VIENT-ON ?
OÙ VA-T-ON ?



Nouvelle organisation

1980



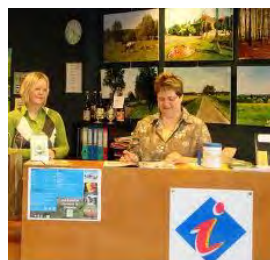
Affiches



Brochures



Développement



Accueil

...

2000



Internet

+

+

2019



Géolocalisation
services mobiles



Partage réseaux
sociaux



Maps



Les avis temps
réel



OTA



Bornes interactives

...



Le monde bouge vite



Le monde bouge
Les consommateurs changent



NE PLUS NIER L'ÉVIDENCE



45 % du Ecommerce
mondial est lié au tourisme

1^{er} secteur du E-commerce
dans le monde !!!

18 milliards d'euros de
facturation réalisés pour la seule
France en 2015 (~120 milliards dans
le monde)

Source : JDN

Chiffres clés et tendances

88,8% des français connectés à internet

- **79,5 %** via un ordinateur (41,7M)
- **67,9 %** via un mobile (35,6 M)
- **38,5%** via une tablette (20,2 M)

2/3 des Français se connectent tous les jours

38 minutes par jour sur un ordinateur

41 minutes sur un mobile

5,5 écrans par foyers
français



LA REVOLUTION MOBILE

A vibrant, low-angle shot of a large crowd at night, likely at a concert or festival. The scene is bathed in warm, golden-yellow light, possibly from stage lights. Numerous people are visible, many of whom are holding up their smartphones or cameras, capturing the moment. The background is filled with the silhouettes of other attendees and the bright, out-of-focus lights of the event, creating a sense of a large-scale gathering.

L'environnement touristique est MOBILE



LE MOBILE BOULEVERSE TOUT

Le rapport au web : fin du statut d'internaute, **état constant**
(un check toutes les 5mn en moyenne)

Le rapport au temps : disparition des temps d'attentes,
L'instantanéité devient évidente !

La consommation de contenus : 50% des contenus < 100
mots, les images sont incontournables, 8 sec. de concentration sur un contenu

La manière d'être inspiré : Facebook, YouTube & Instagram parmi les
premières sources digitales **déclenchant l'envie !**

L'environnement touristique est MOBILE



Au cours du second trimestre 2017

39% des réservations de voyages en ligne par
les français ont été réalisées via un appareil mobile

Jusqu'à 80% pour les réservations de dernières minutes

Le mobile est le **support numéro 1** sur l'audience des sites
Ecommerce « tourisme » !

Etude Criteo 2017

Chiffres clés et tendances

37,1 millions de mobinautes

54 % des Français utilisent le mobile au quotidien

44% l'ordinateur

23% la tablette

- **16 applications (mais 87% du temps)**
- **52 sites distincts** visités (2017)

8 secondes = Temps de concentration

Les **3/4 des actions réalisées** à la suite d'une **recherche sur mobile** se font **dans l'heure** suivant la recherche

L'avènement du mobile



The background is a detailed, blue-tinted image of a printed circuit board (PCB). Overlaid on this is a white network graph consisting of numerous circular nodes of varying sizes, connected by thin white lines. The nodes are distributed across the frame, with a higher concentration in the upper-left and lower-right areas. The PCB itself features various components, including integrated circuits, capacitors, and resistors, with labels such as 'R724', 'R722', 'R702', 'R700', 'R623', 'R624', 'R616', 'R615', 'R611', 'R610', 'R609', 'R604', 'R603', 'R602', 'R601', 'R600', 'R599', 'R598', 'R597', 'R596', 'R595', 'R594', 'R593', 'R592', 'R591', 'R590', 'R589', 'R588', 'R587', 'R586', 'R585', 'R584', 'R583', 'R582', 'R581', 'R580', 'R579', 'R578', 'R577', 'R576', 'R575', 'R574', 'R573', 'R572', 'R571', 'R570', 'R569', 'R568', 'R567', 'R566', 'R565', 'R564', 'R563', 'R562', 'R561', 'R560', 'R559', 'R558', 'R557', 'R556', 'R555', 'R554', 'R553', 'R552', 'R551', 'R550', 'R549', 'R548', 'R547', 'R546', 'R545', 'R544', 'R543', 'R542', 'R541', 'R540', 'R539', 'R538', 'R537', 'R536', 'R535', 'R534', 'R533', 'R532', 'R531', 'R530', 'R529', 'R528', 'R527', 'R526', 'R525', 'R524', 'R523', 'R522', 'R521', 'R520', 'R519', 'R518', 'R517', 'R516', 'R515', 'R514', 'R513', 'R512', 'R511', 'R510', 'R509', 'R508', 'R507', 'R506', 'R505', 'R504', 'R503', 'R502', 'R501', 'R500', 'R499', 'R498', 'R497', 'R496', 'R495', 'R494', 'R493', 'R492', 'R491', 'R490', 'R489', 'R488', 'R487', 'R486', 'R485', 'R484', 'R483', 'R482', 'R481', 'R480', 'R479', 'R478', 'R477', 'R476', 'R475', 'R474', 'R473', 'R472', 'R471', 'R470', 'R469', 'R468', 'R467', 'R466', 'R465', 'R464', 'R463', 'R462', 'R461', 'R460', 'R459', 'R458', 'R457', 'R456', 'R455', 'R454', 'R453', 'R452', 'R451', 'R450', 'R449', 'R448', 'R447', 'R446', 'R445', 'R444', 'R443', 'R442', 'R441', 'R440', 'R439', 'R438', 'R437', 'R436', 'R435', 'R434', 'R433', 'R432', 'R431', 'R430', 'R429', 'R428', 'R427', 'R426', 'R425', 'R424', 'R423', 'R422', 'R421', 'R420', 'R419', 'R418', 'R417', 'R416', 'R415', 'R414', 'R413', 'R412', 'R411', 'R410', 'R409', 'R408', 'R407', 'R406', 'R405', 'R404', 'R403', 'R402', 'R401', 'R400', 'R399', 'R398', 'R397', 'R396', 'R395', 'R394', 'R393', 'R392', 'R391', 'R390', 'R389', 'R388', 'R387', 'R386', 'R385', 'R384', 'R383', 'R382', 'R381', 'R380', 'R379', 'R378', 'R377', 'R376', 'R375', 'R374', 'R373', 'R372', 'R371', 'R370', 'R369', 'R368', 'R367', 'R366', 'R365', 'R364', 'R363', 'R362', 'R361', 'R360', 'R359', 'R358', 'R357', 'R356', 'R355', 'R354', 'R353', 'R352', 'R351', 'R350', 'R349', 'R348', 'R347', 'R346', 'R345', 'R344', 'R343', 'R342', 'R341', 'R340', 'R339', 'R338', 'R337', 'R336', 'R335', 'R334', 'R333', 'R332', 'R331', 'R330', 'R329', 'R328', 'R327', 'R326', 'R325', 'R324', 'R323', 'R322', 'R321', 'R320', 'R319', 'R318', 'R317', 'R316', 'R315', 'R314', 'R313', 'R312', 'R311', 'R310', 'R309', 'R308', 'R307', 'R306', 'R305', 'R304', 'R303', 'R302', 'R301', 'R300', 'R299', 'R298', 'R297', 'R296', 'R295', 'R294', 'R293', 'R292', 'R291', 'R290', 'R289', 'R288', 'R287', 'R286', 'R285', 'R284', 'R283', 'R282', 'R281', 'R280', 'R279', 'R278', 'R277', 'R276', 'R275', 'R274', 'R273', 'R272', 'R271', 'R270', 'R269', 'R268', 'R267', 'R266', 'R265', 'R264', 'R263', 'R262', 'R261', 'R260', 'R259', 'R258', 'R257', 'R256', 'R255', 'R254', 'R253', 'R252', 'R251', 'R250', 'R249', 'R248', 'R247', 'R246', 'R245', 'R244', 'R243', 'R242', 'R241', 'R240', 'R239', 'R238', 'R237', 'R236', 'R235', 'R234', 'R233', 'R232', 'R231', 'R230', 'R229', 'R228', 'R227', 'R226', 'R225', 'R224', 'R223', 'R222', 'R221', 'R220', 'R219', 'R218', 'R217', 'R216', 'R215', 'R214', 'R213', 'R212', 'R211', 'R210', 'R209', 'R208', 'R207', 'R206', 'R205', 'R204', 'R203', 'R202', 'R201', 'R200', 'R199', 'R198', 'R197', 'R196', 'R195', 'R194', 'R193', 'R192', 'R191', 'R190', 'R189', 'R188', 'R187', 'R186', 'R185', 'R184', 'R183', 'R182', 'R181', 'R180', 'R179', 'R178', 'R177', 'R176', 'R175', 'R174', 'R173', 'R172', 'R171', 'R170', 'R169', 'R168', 'R167', 'R166', 'R165', 'R164', 'R163', 'R162', 'R161', 'R160', 'R159', 'R158', 'R157', 'R156', 'R155', 'R154', 'R153', 'R152', 'R151', 'R150', 'R149', 'R148', 'R147', 'R146', 'R145', 'R144', 'R143', 'R142', 'R141', 'R140', 'R139', 'R138', 'R137', 'R136', 'R135', 'R134', 'R133', 'R132', 'R131', 'R130', 'R129', 'R128', 'R127', 'R126', 'R125', 'R124', 'R123', 'R122', 'R121', 'R120', 'R119', 'R118', 'R117', 'R116', 'R115', 'R114', 'R113', 'R112', 'R111', 'R110', 'R109', 'R108', 'R107', 'R106', 'R105', 'R104', 'R103', 'R102', 'R101', 'R100', 'R99', 'R98', 'R97', 'R96', 'R95', 'R94', 'R93', 'R92', 'R91', 'R90', 'R89', 'R88', 'R87', 'R86', 'R85', 'R84', 'R83', 'R82', 'R81', 'R80', 'R79', 'R78', 'R77', 'R76', 'R75', 'R74', 'R73', 'R72', 'R71', 'R70', 'R69', 'R68', 'R67', 'R66', 'R65', 'R64', 'R63', 'R62', 'R61', 'R60', 'R59', 'R58', 'R57', 'R56', 'R55', 'R54', 'R53', 'R52', 'R51', 'R50', 'R49', 'R48', 'R47', 'R46', 'R45', 'R44', 'R43', 'R42', 'R41', 'R40', 'R39', 'R38', 'R37', 'R36', 'R35', 'R34', 'R33', 'R32', 'R31', 'R30', 'R29', 'R28', 'R27', 'R26', 'R25', 'R24', 'R23', 'R22', 'R21', 'R20', 'R19', 'R18', 'R17', 'R16', 'R15', 'R14', 'R13', 'R12', 'R11', 'R10', 'R9', 'R8', 'R7', 'R6', 'R5', 'R4', 'R3', 'R2', 'R1', 'R0'.

La dictature des algorithmes

Visibilité : la dictature des algorithmes



PLAIRE AUX ALGORITHMES DE GOOGLE

- ✓ 90% des recherches sur Internet passent par le moteur de recherche Google.
- ✓ Google utilise **plus de 200 critères** pour classer les résultats de recherche en fonction des requêtes tapées par les Internauts.
- ✓ Seuls les premiers résultats comptent : **91 % des clics sont fait sur la 1^{ère} page de résultats.**

Visibilité : la dictature des algorithmes

PLAIRE AUX ALGORITHMES DE GOOGLE

Données structurées
(Rich Snippets)

Google agenda Toulouse

Tous Actualités Shopping Vidéos Maps Plus Paramètres Outils

SEOquake

Toulouse : Événements à venir

sam 7 janv.	CHANTAL GOYA Casino Barrière	ven 6 janv.	FULL METAL MOLIERE La Comédie De Toulouse	mer 11 janv. 20:00	Aria Ly Salle Neugais	sam 7 janv. 20:30
jeu 5 janv. 20:00	Un crime Farpaï Les 3T café-théâtre	dim 8 janv.	TOULOUSE FC/OLYM Stadium Municipal	mer 11 janv. 20:30	Trio d'empire Le Rex de Toulouse	mer 4 janv. 11:00
mer 11 janv.	LE SYNDROME DE L'... Casino Barrière	ven 6 janv.	Adshatz / Adieu Théâtre Garonne	jeu 5 janv. 21:00	Familles recomposées Café-Théâtre Les Minimes	mar 10 janv.
ven 6 janv. 21:00	sans titre Les 3T café-théâtre	jeu 12 janv.	SINCLAIR Casino Barrière	sam 7 janv. 19:00	Une semaine pas plus Les 3T café-théâtre	dim 8 janv. 16:00

Sortir à Toulouse : Agenda et Idées de sortie pour vos soirées ...
www.toulouse-tourisme.com/Envie-de/Sorties ...
Concerts, expositions, spectacles ... Programmez vos soirées grâce à nos idées de sortie (musique, danse, humour) en découvrant l'agenda des nuits ...

Agenda - Office de Tourisme de Toulouse
www.toulouse-tourisme.com/Envie-de/Sorties/Agenda ...
Concerts, expositions, théâtres, soirées clubbing ... retrouvez tous les spectacles et manifestations avec l'agenda des sorties. Des bars musicaux à ...

Aujourd'hui : l'agenda culturel - Tourisme à Toulouse - Tourisme à ...
www.toulouse-tourisme.com/offre/recherche/Envie-de/.../Agenda/Agenda/.../page-1 ...
Concerts, expositions, théâtres, soirées clubbing ... retrouvez tous les spectacles et manifestations avec l'agenda des sorties. Des bars musicaux à ...

Agenda - Toulouse cultures

Toulouse

Commune en France

Toulouse est une commune du Sud-Ouest et du Midi de la France. Capitale pendant près de 100 ans du royaume wisigoth et capitale historique du Languedoc, elle est aujourd'hui le chef-lieu de la région ... Wikipédia

Extrait optimisé
(Featured Snippets)

Google location de vacances aveyron

Tous Maps Actualités Shopping Images Plus Paramètres Outils

SEOquake

Environ 488 000 résultats (0,70 secondes)

Location de vacances Aveyron - Gîtes de France®
Prenez une **location de vacances en Aveyron**, à Conques ou à la Couvertoirade ; les Gîtes de France vous feront vivre un séjour de qualité. Maison avec piscine, maison ancienne de charme, **vacances** à la ferme, choisissez le gîte qui vous ressemble.

Location de vacances Aveyron - Gîtes de France®
<https://www.gites-de-france.com/recherche/location-vacances-aveyron-12.html>

À propos de ce résultat • Commentaires

Gîtes et locations - Tourisme Aveyron
www.tourisme-aveyron.com/fr/dormir/gites-locations.php ...
3 étoiles. Gîte tout confort 4 personnes entièrement climatisé avec accès internet dans un ancien corps de ferme. **Location de vacances M et Mme Araujo N°1**

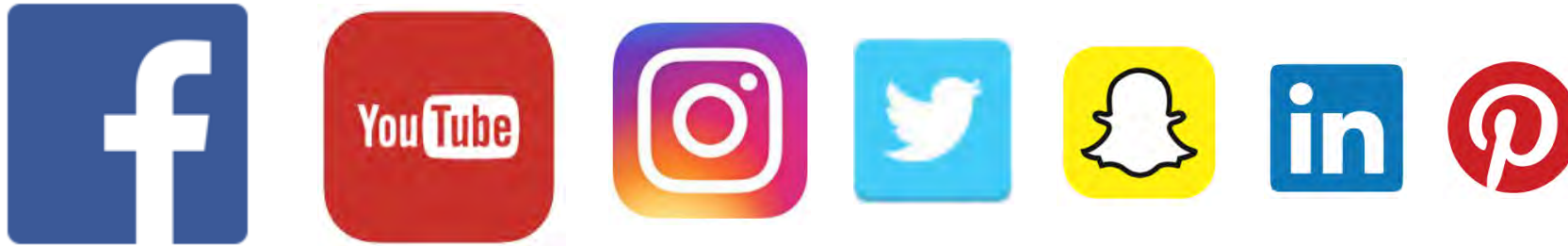
Location vacances dans l' Aveyron : toutes les locations - Abritel
<https://www.abritel.fr/Monde/France/Midi-Pyrenees> ...
Réservez votre **location** dans l' **Aveyron** sur Abritel à partir de 30 € la nuit parmi 696 hébergements.

locations vacances Aveyron - annonces de location ... - Amivac
www.amivac.com/Midi-Pyrenees ...
locations vacances Aveyron, annonces de **location vacances Aveyron**, location villa et maison Aveyron, location appartement Aveyron, location chambre d'hôtes ...

Location de vacances Aveyron - Clévacances
www.clevacances.com/fr/locationvacances/midi-pyrenees/aveyron ...
Vous recherchez une **location de vacances** en département **Aveyron** ? Passez vos meilleures **vacances** dans l'une de nos **locations** en département **Aveyron**.

Et il n'y a pas que Google...

Le tourisme est le secteur qui génère le plus d'engagement sur les réseaux sociaux !



Selon une étude « Share This » réalisée entre juin et septembre 2017, sur 52 millions d'internautes américains.

Chaque contenu touristique publié sur les réseaux sociaux génère 18 interactions en moyenne, soit 40% de plus que les publications portant sur d'autres sujets !

La déferlante des réseaux sociaux

Active Users
Worldwide (2010 - 2015)



Visibilité : la dictature des algorithmes

L'algorithme du fil d'actualité détermine ce qui apparaît ou pas... dans les fils d'actualités des utilisateurs.

La visibilité naturelle des publications de Page ne cesse de diminuer...

Average Organic Reach of Content Published on Brand Facebook Pages



social@Ogilvy
Analysis of 100+ Facebook Brand Pages around the world with more than 48 million total fans conducted by Social@Ogilvy in February 2014. Please see our report, "Facebook Zero" at <http://social.ogilvy.com> for details.

Visibilité : la dictature des algorithmes

Plaire aux
algorithmes Google
et Facebook



Être visible

2 objectifs :

Plaire à vos
touristes/Clients
potentiels



Les séduire
Les intéresser
Les convaincre

Être pertinent



Open Travel Agency



Distribution : nouveaux modèles et acteurs surpuissants

Près de 50 % des ventes en ligne dans le tourisme passent par quelques intermédiaires*

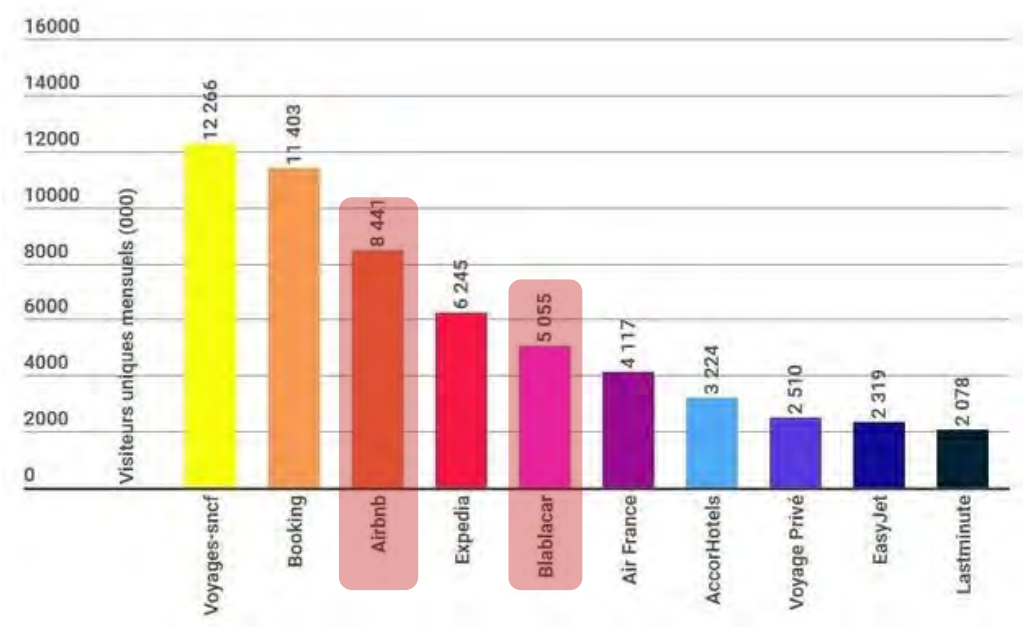


(*Source : [Phocuswright](#))

Distribution : nouveaux modèles et acteurs surpuissants

L'économie « collaborative » n'est pas un mouvement à la marge !

Le top 10 des sites marchands de tourisme (au 3ième Trimestre 2017)



24% of travel bookers have visited **Blablacar** site before visiting a ground transportation site (bus or car hire), 15% before a rail site

25% of travel bookers have visited **Airbnb** site before visiting a hotel site

60 % des e-acheteurs ont eu recours aux sites collaboratifs en 2016

60 % projettent d'y recourir en 2017



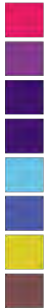
source : Baromètre Fevad/CSA - Janvier 2017.



Comment émerger ?



INFOBESITÉ



Quelle solution
?

VISER LA
PERFORMANCE MARKETING

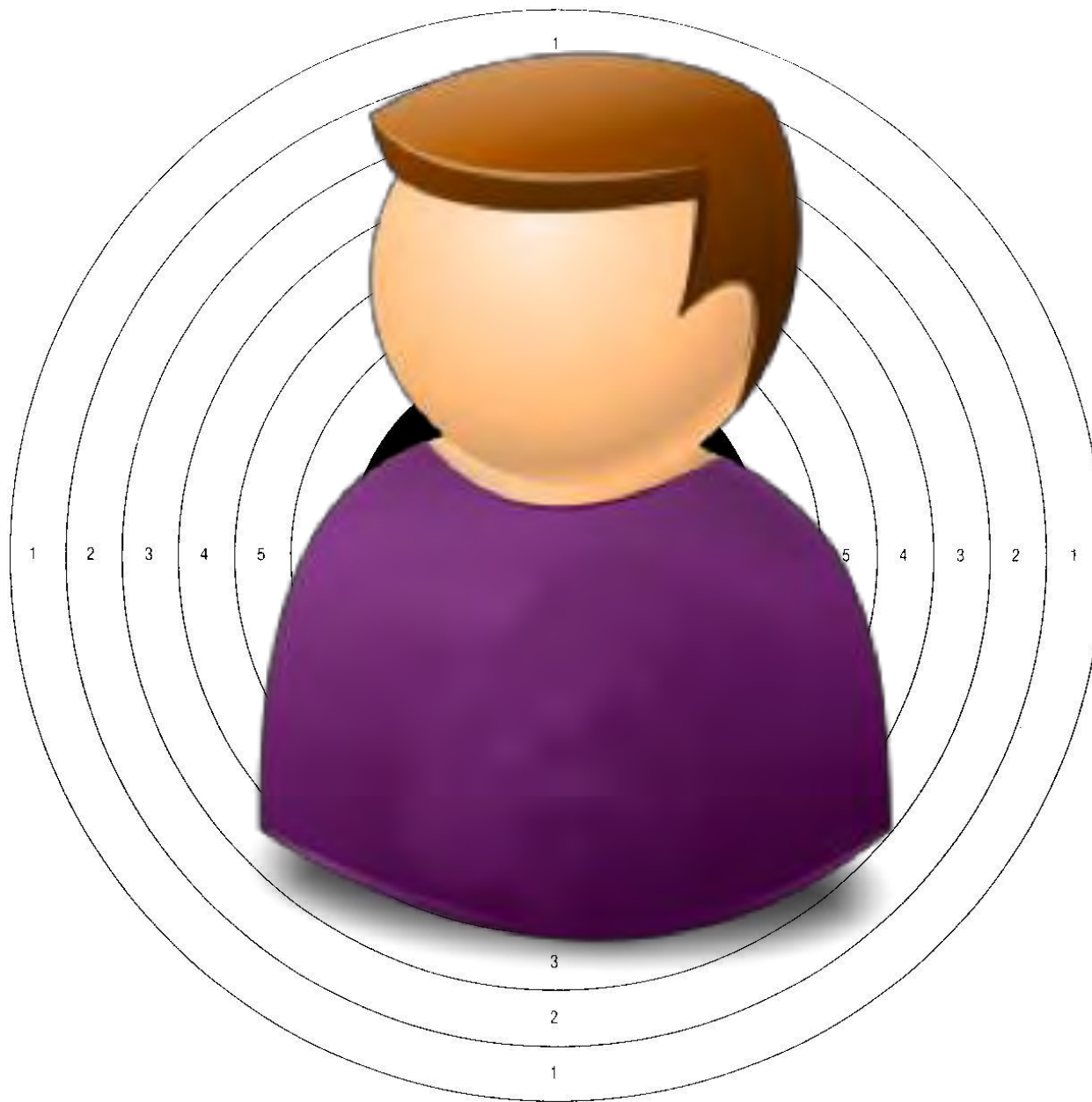
3 constats importants

1. La technologie ne fait pas le tourisme !
(mais le rend transparent)

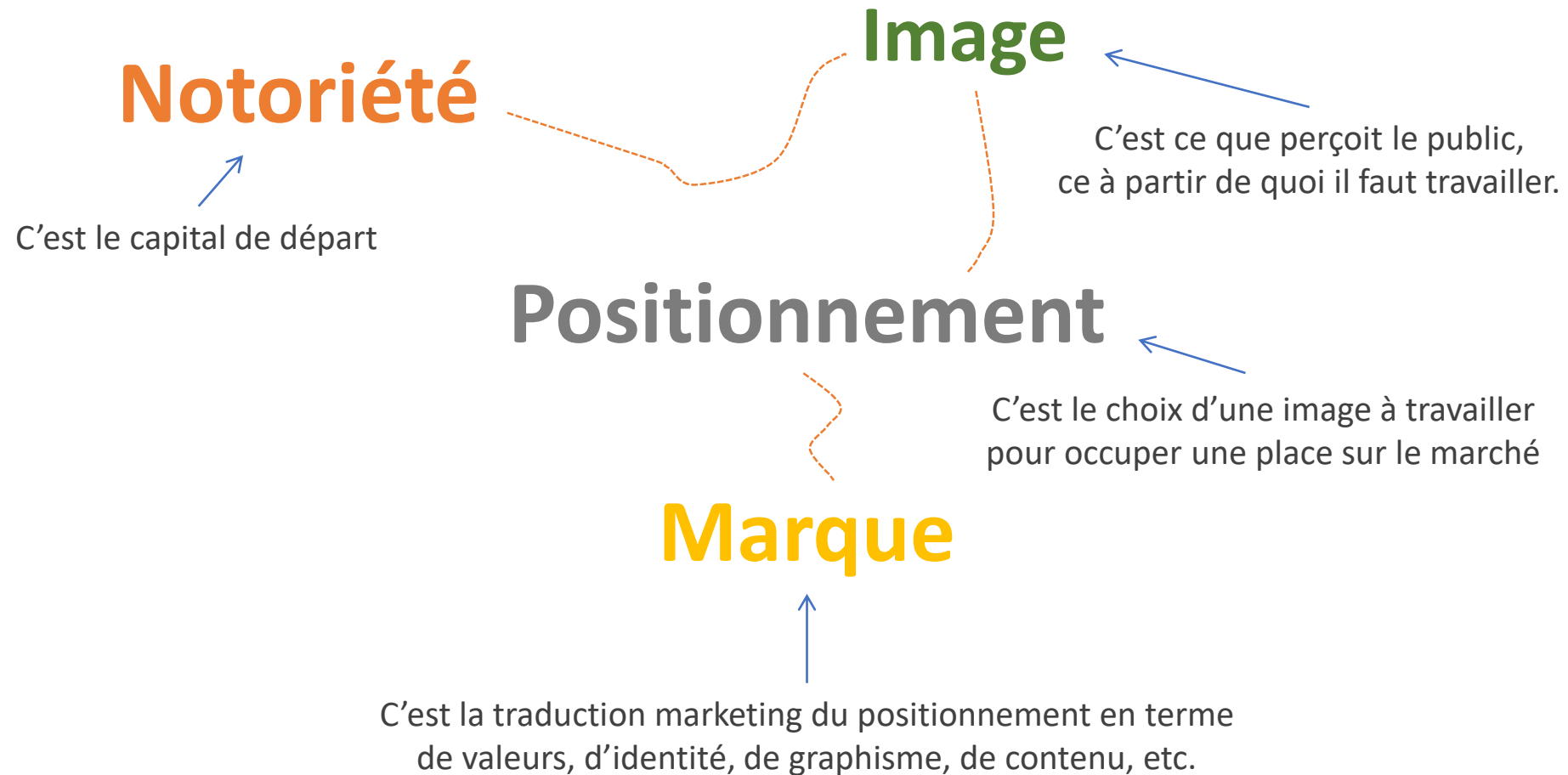
2. Aujourd'hui
Le numérique ramène à l'essence du tourisme

3. Ne pas vouloir tout faire !
(faire des choix)

Le touriste au centre



La FORCE de la Marque



Un positionnement Marketing Affirmé

Un positionnement Marketing Affirmé



Positionnement stratégique

L'image de mon territoire

Comment la travailler ?

✓ **Positionnement réaliste**

Avantages objectifs en termes de produits et services → destination idéal famille

✓ **Promesse**

Ce qui va entraîner l'adhésion des touristes à la destination → ici plein d'activités pour les petits

✓ **Bénéfices**

Les bénéfices liés à la promesse → je vais m'éclater avec mes enfants

✓ **Justifications**

Les preuves de la promesse → photos famille heureuse, label famille plus...

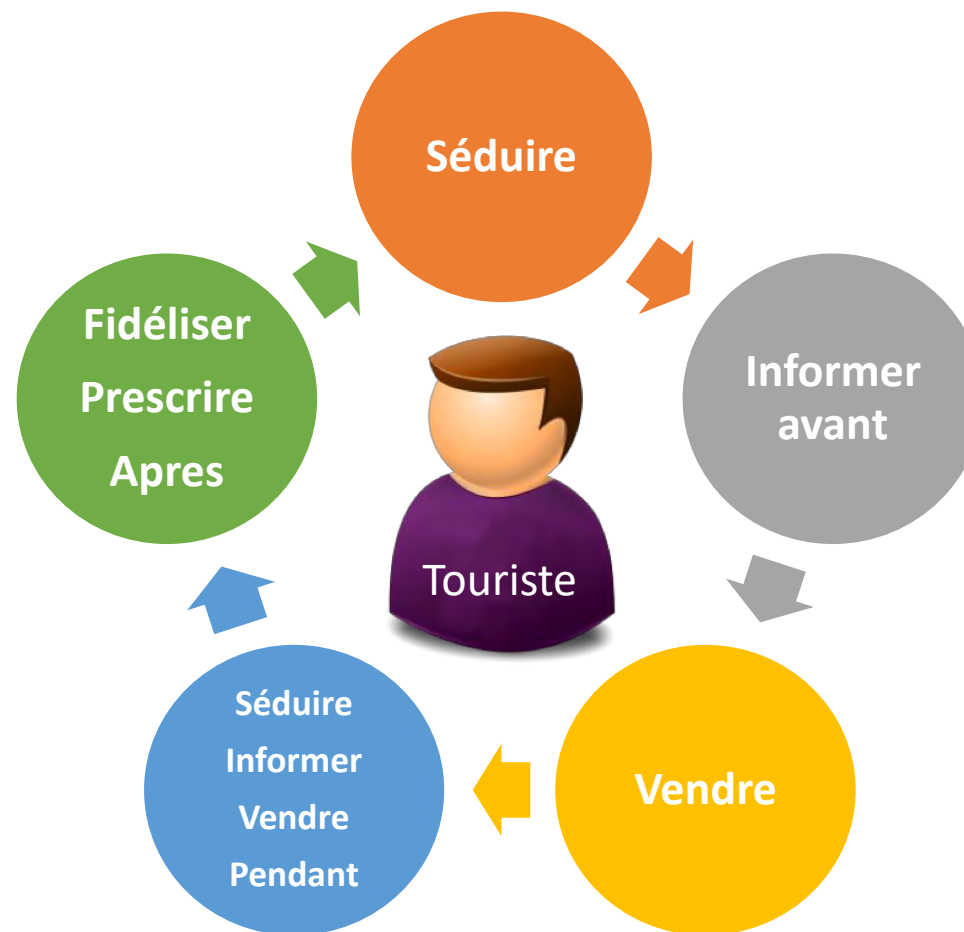
✓ **Personnalité**

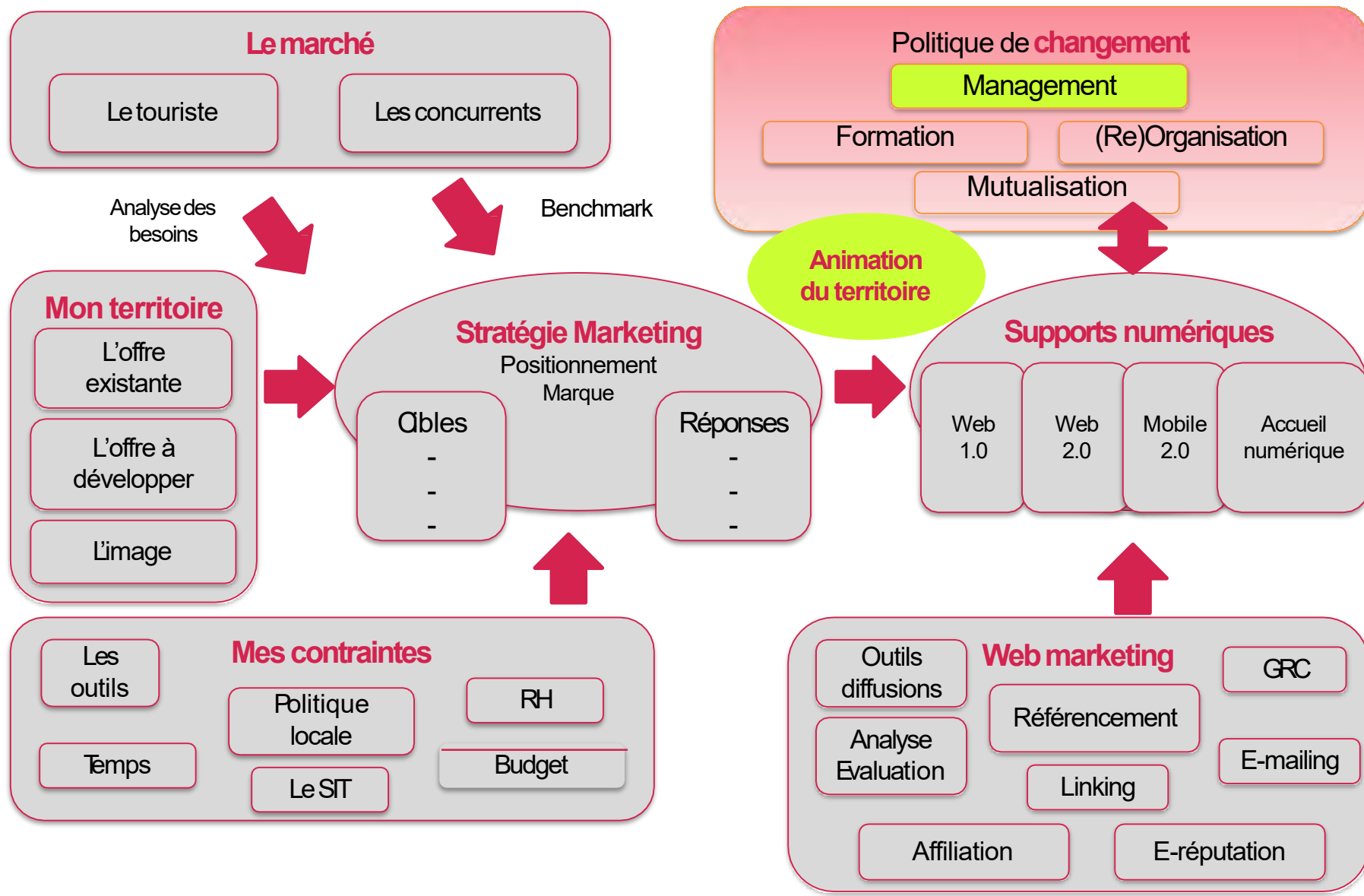
Le ton et le style de la communication → directe rassurante complice

Décliner le marketing dans l'ensemble du cycle du voyageur :

Comment répondre à ses besoins aux différentes étapes ?

Et globalement..., se concentrer là où il y a de la plus-value :





Sport

Profitez des activités hivernales

Les stations à proximité

Réserver en ligne

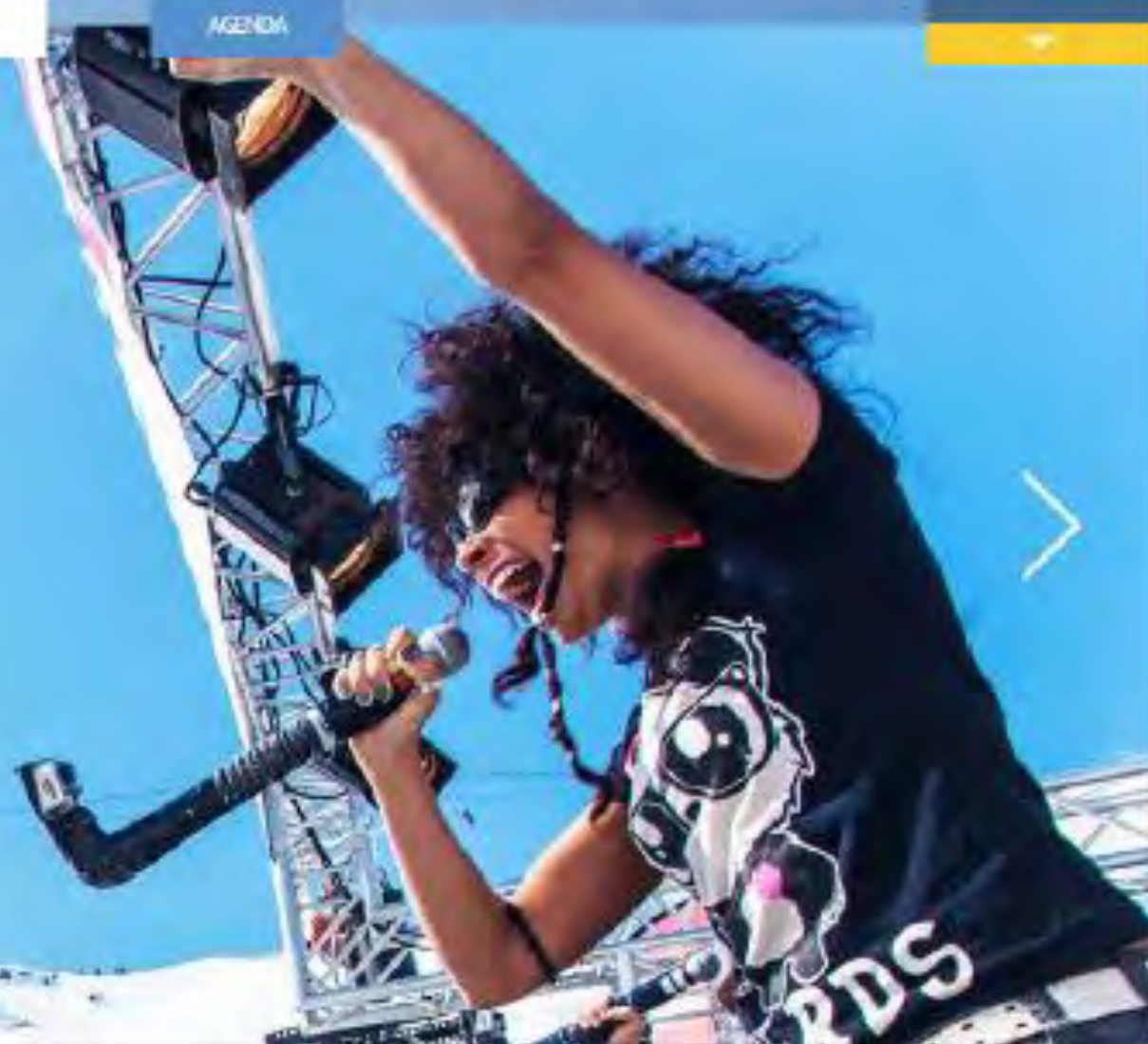
Hébergement

Visite guidée



Dé Chambery aux neiges de
Savoie Grand Revard
À partir de 209€

SKI & MUSIC WORLD





Management et Stratégie

Revoir sa façon...

de penser
de manager
de travailler !





COMMUNAUTÉ DE COMMUNES



ALPES
PROVENCE
VERDON

Sources de lumière

Val d'Allos

Des valeurs, un positionnement, des ambassadeurs
Un **projet partagé**, fédérateur dans **l'intelligence collective**!



OFFICE DE TOURISME INTERCOMMUNAL
Rue nationale, 04120 CASTELLANE ☎ +33 (0)4 92 83 61 14

contact@verdontourisme.com
VERDONTOURISME.COM



Le design thinking est une approche de l'innovation et de son management qui se veut une synthèse entre la pensée analytique et la pensée intuitive. Il fait partie d'une démarche plus globale appelée design collaboratif. Il s'appuie en grande partie sur un processus de co-créativité impliquant des retours de l'utilisateur final.



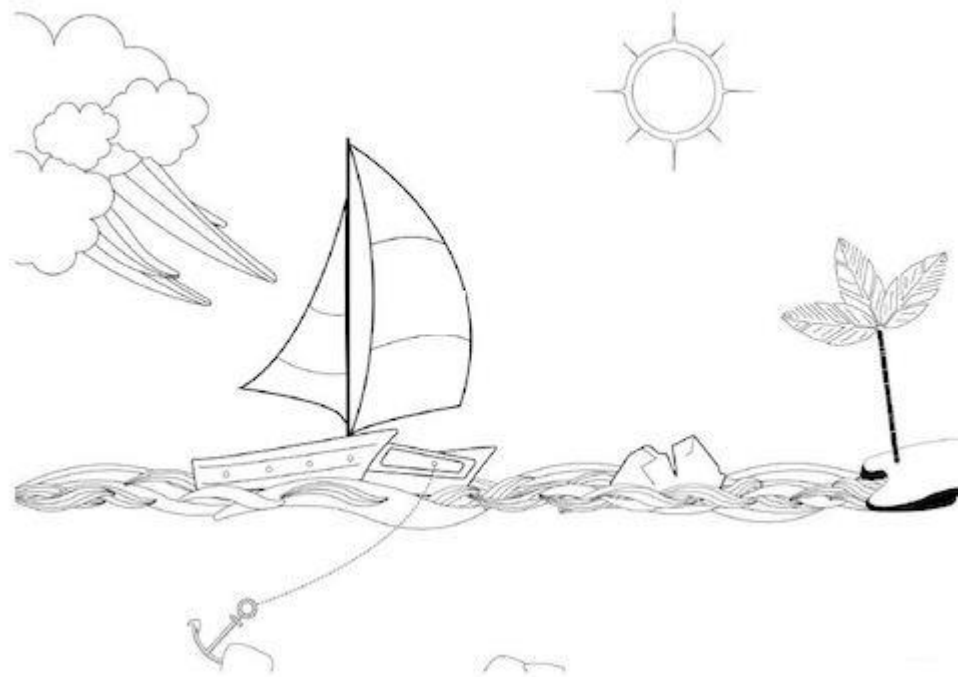
Un portrait chinois est un jeu littéraire, de type questionnaire de Proust, où il s'agit de déceler certains aspects de la personnalité d'un individu ou d'identifier des goûts ou des préférences personnelles, au travers d'un questionnaire basé sur l'identification à des personnes, des objets ou des éléments divers.



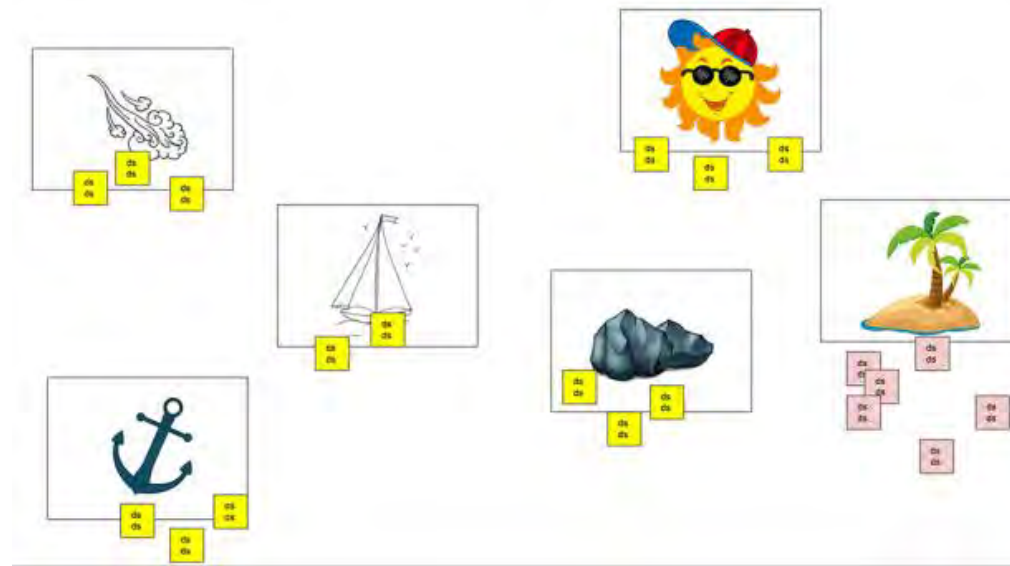
Répondre à la question
« Si le territoire était.... Ce serait... »

- 15 minutes de réponse autonome au questionnaire
- 15 minutes de mise en commun
- 3 x 5 minutes de présentation

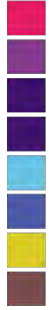
LE SPEED BOAT



Le speed boat est un exercice ludique destiné à inciter les membres de chaque groupe à participer. Il est particulièrement efficace car il est très visuel et imagé.



- **Le voilier** représente les forces vives du territoire (ses atouts)
- **Le vent** représente tous les éléments qui ont fait ou qui pourraient faire avancer le territoire
- **Les ancres** représentent les facteurs qui ralentissent le territoire ou diminuent sa capacité économique.
- **L'île** représente les objectifs à atteindre
- **Le soleil** représente ce que les acteurs ont aimé, les actions ou les attitudes qui méritent des remerciements.
- **Les récifs** représentent les futurs obstacles identifiés, et que le territoire risque de rencontrer dans les prochaines phases de développement



Chaque participant dispose d'un paquet de post-it.

L'exercice commence par la définition des objectifs de chacun. Chaque membre de l'équipe écrit ses objectifs au sein du projet sur ses post-it.

Chacun vient ensuite à son tour coller ses post-it sur le dessin de l'île.

L'opération est répétée pour tous les éléments.

Les post-it représentant les éléments positifs sont collés sur le vent qui gonfle les voiles et les éléments négatifs sont collés sur les ancres (et plus l'ancre s'enfonce profondément dans l'eau et plus l'impact est négatif).

Les post-it représentant les obstacles sont regroupés sur les récifs et les remerciements sur le soleil.



La carte d'expérience est un moyen de se mettre à la place de l'utilisateur et de ses expériences. Il s'agit d'une représentation graphique et holistique des actions, pensées et émotions des utilisateurs durant la réalisation d'une tâche, ou pour atteindre un objectif. L'Experience Map est souvent utilisée pour « donner vie » à un potentiel touriste cible, l'incarner de manière dynamique.



Pour commencer, on dessine sur un mur avec des feuilles de papiers un tableau à double entrée :

- En colonne : les phases de séjour dans une logique Avant, Pendant, Après
- En ligne : les actions à accentuer, celles à démarrer et celles à arrêter

Chaque participant dispose d'un paquet de post-it. L'exercice consiste pour le participant à remplir chaque case du tableau et donc à s'interroger sur l'ensemble des phases du parcours du voyageur.

Chaque participant indique ainsi aux organisateurs quelles sont selon lui les actions que le territoire doit amplifier, interrompre ou commencer (si ce n'était pas fait jusque-là).