

Segmentation et argumentaires – Metteur en scène de territoire

Les élus des Collectivités Locales

Segmentation	Profil	Sa vision actuelle du tourisme et de l'OT	Objectifs de la communication	Messages	Moyens	Identification de la cible : localisation, taille de la cibles, noms ?
Leader impulseur	Elu à forte influence en territoire rural ou pas. Maire, Président CdC, CG ou CR, Député	Le tourisme est un véritable enjeu économique pour son territoire. Il perçoit très nettement le lien entre tourisme, cadre de vie et démographie (fixation des populations). L'Office de Tourisme est le bras armé de la collectivité locale.	Viser à ce qu'il devienne l'ambassadeur des OT au niveau local, départemental et régional. Faire monter en impulseur les élus actuels.	Pour porter ses fruits, la dynamique touristique doit être sur des territoires élargis (régionale). L'Office de Tourisme est un outil professionnel au service de la politique touristique engagée.	Lui montrer les + et les – du projet. Apporter des éléments d'aide à la décision. Lui proposer	Peu sur le territoire
Sceptique	Elu n'ayant pas de mandat tourisme dans la collectivité locale.	Vision tout à fait réduite du tourisme et de l'Office de Tourisme. Pour lui la mission de l'office de tourisme est de distribué des dépliants. Le tourisme est une variable d'ajustement. L'Office de Tourisme c'est une subvention de plus à une association.	Le neutraliser pour qu'il ne répande pas son septicisme, Argumenter et démontrer l'impact positif de l'OT : animation locale, vie économique, image, maintien de service.	L'OT au service du Marketing territorial local=Attractivité du territoire,	Convaincre des prestataires pour qu'ils montent au créneau. Produire des suggestions avec des contenus économiques. Donner des éléments tangibles sur l'intérêt que peut avoir le tourisme sur le territoire local – Des données chiffrées – Argumentations économiques, production d'une revue de presse argumentée – calcul des retombées médiatiques.	Beaucoup dans les territoires très ruraux
Suiveur	Elus non dominants, domaines des sports et vie associative, développement économique, domaine agricole (circuits-courts), généralement influents en zone rurale	Pas de point de vue particulier mais veut bien être sensibilisé. L'office de tourisme est un bien nécessaire mais on ne sait pas le justifier.	En faire au moins des neutres dans les négociations, puis des alliés, voire des forces de propositions. Idéalement, miser sur eux pour que des leaders émergent	L'OT est un outil de développement local. Le tourisme créé X € de retombées économiques et il faut un organisme identifié auprès des visiteurs mais aussi auprès des prestataires pour poursuivre le développement des filières.	Lui présenter des exemples et des personnalités locales à suivre.	Suppression auprès de ce groupe

Les Présidents des Offices de Tourisme

Segmentation	Profil	Sa vision actuelle du tourisme et de l'OT	Objectifs de la communication	Messages	Moyens	Identification de la cible : localisation, taille de la cibles, noms ?
Le décideur	Elu majeur d'une commune ou d'une CDC à forte touristicité.	Un outil utile ou un service pour la collectivité. Connaît ou méconnaît le sujet.	L'informer et le former à l'étendue du dossier. Viser à en faire un ambassadeur du territoire et des métiers des OT au niveau local, départemental ou régional.	L'OT est un outil de développement économique, d'animation de la vie locale, porteur de bonnes nouvelles localement et à l'extérieur, contributeur à l'élévation qualitative de l'offre touristique.	Rencontres régulières, notes, revue de presse, actions locales ou régionales innovantes.	Très peu, moins de 10
Le découvreur	Particulier-bénévole volontaire. Retraité qui souhaite s'impliquer dans la vie locale (voire économique locale). Il est à l'écoute et curieux mais a déjà été touriste. Il peut être là car il a la confiance de l'élu décideur.	L'office de tourisme est un outil utile pour le développement du territoire mais méconnaît complètement le sujet.	L'informer sur les bases du tourisme, des missions de l'Office de Tourisme et sur les métiers du tourisme. Viser à ce qu'il prenne conscience de l'importance de la montée en compétence de ses équipes. Identifier d'où provient sa légitimité : Elus, prestataires, un ancien président	L'OT est un outil de développement local. Il contribue au rayonnement du territoire. Il crée des retombées importantes pour le tissu économique local, y compris animation.	Note explicite sur les missions et les nouveaux métiers, revue de presse, communiqué de presse. L'intégrer dans un atelier des présidents thématiques. Intégration à des Rencontres ou Assises du tourisme. Leur expliquer à quoi servent l'OT et les outils numériques. Il faut leur montrer les enjeux.	Ils sont nombreux (30%) !!! Souvent découvreur + autre chose. Suppression sur cette cible prioritaire.
Le has-been	A connu son heure de gloire au temps des SI, s'implique en termes de temps et d'énergie dans la structure pour l'organisation de manifestations locales ou la mise en valeur du patrimoine, a l'impression d'être celui qui « sauve » l'OT chaque année avec le versement de la subvention accordée par la collectivité. Il a peur du changement, le « c'était plus simple avant ». Il gère l'OT en bon président de comité des fêtes ? Il se voit avant tout comme un bénévole et non comme un employeur.	Son objectif principal est d'éditer une brochure locale et distribuer la documentation aux visiteurs, mettre en place des animations locales, très attaché à l'amplitude des horaires d'ouverture de « son » local.	Lui faire prendre conscience des évolutions du métier et des nouveaux enjeux, l'encourager à professionnaliser ses équipes. Dans l'idéal le neutraliser. Attention, ce profil peut aussi arranger des salariés réfractaires.	L'OT doit être le pivot des actions touristiques du secteur. Sa mission sera toujours centrée autour de l'accueil mais multicanal (physique, numérique, avec les professionnels, les habitants).	Jouer la communication inter-personnelle avec les autres pour le museler progressivement, lobbying au niveau du CA : élus, prestataires.	Souvent un ancien découvreur, un profil assez présent. Facile 30%. Suppression

<p>Le directeur</p>	<p>Particulier-Bénévole ouvert et veilleur. Il collecte des idées et souhaite les appliquer sur son territoire. Souvent il pallie au manque de directeur et assure une étape intermédiaire. C'est un autochtone-éclairé, il a une relation fusionnelle avec la structure qu'il préside.</p>	<p>Considère l'Office de Tourisme comme un outil de développement économique local. Connaît ou méconnaît le tourisme, tout dépend de son activité précédente.</p>	<p>L'informer sur les enjeux politiques du tourisme. Viser à lui faire prendre conscience de la nécessaire montée en compétence de ses équipes et de la nécessité de mutualiser les moyens.</p>	<p>L'Office de Tourisme est un outil professionnel au service de la collectivité. L'office de tourisme doit devenir le bras armé de la collectivité locale.</p>	<p>Transmettre un argumentaire poussé avec des exemples concrets : fiche ou classeur Diriger un OT. Fiche informative sur le rôle et les missions d'un Président et la complémentarité avec le directeur Démontrer la professionnalisation des OT : lui démontrer que s'il est « directeur » il ne peut plus être pleinement président.</p>	<p>Une dizaine de présidents.</p>
<p>L'érudit</p>	<p>Particulier-bénévole doté d'un grand savoir. Passionné par l'histoire de son territoire « unique au monde », il le met au centre de son discours, de son argumentaire et de ses actions. Dirigiste et parfois autoritaire, il agit pour valoriser son territoire et a souvent le soutien de la collectivité locale qui n'ose pas contredire son action où s'en accommode. Il n'a pas forcément une bonne connaissance de l'activité touristique et peut manquer d'ouverture.</p>	<p>L'Office de Tourisme a un rôle essentiellement d'accueil et crée des visites guidées. N'ont qu'une vision « culturelle » du tourisme.</p>	<p>Idem que le hasbeen.</p>	<p>Idem que le hasbeen.</p>	<p>Idem que le hasbeen. Le réorienter pour en faire un greeter / garde suisse dans un CA, mais pas un président.</p>	<p>Peu</p>
<p>Le « carte de visite »</p>	<p>Elu de petites communes ou particulier. Soit « tremplin », soit « consolante ».</p>	<p>L'Office de tourisme est un outil d'animation locale. Il fait la promotion des prestataires. Il doit être ouvert très largement et créer des animations pour les habitants de la commune. L'office de tourisme doit accompagner la dynamique locale et en particulier les associations.</p>	<p>Son rêve est de passer dans le journal. L'informer sur les enjeux du tourisme. Viser à lui faire prendre conscience des enjeux du tourisme.</p>	<p>Idem que le directeur.</p>	<p>Idem que le directeur. Le mettre ou faire en sorte qu'il soit devant des challenges pour mesurer sa difficulté à avancer.</p>	<p>Peu</p>
<p>Le néo-résident</p>	<p>C'est un érudit qui tient à</p>	<p>L'Office de Tourisme est un</p>	<p>L'intégrer davantage : le</p>	<p>L'OT c'est de plus en plus</p>	<p>Ateliers des présidents.</p>	<p>Petit échantillon</p>

	préserver le cadre traditionnel du territoire au sens d'une réserve d'indien. Risque d'un développement de ce profil dans le futur.	outil qui doit préserver les richesses patrimoniales. Certains ne vivent pas sur place régulièrement.	professionnaliser.	professionnel. Notes sur l'économie touristique, les impacts.	Formation spécifique nouveaux arrivants. Lui confier une mission d'ancrage territorial (randonnée, signalétique...).	
Le prestataire	Propriétaire de meublé ou chambre d'hôte Il connaît le tourisme à travers le spectre gestionnaire d'équipement.	Le tourisme est un enjeu majeur pour le territoire. L'Office de Tourisme doit faire la promotion de ses prestataires et être un outil de développement touristique. Pour certains, l'OT doit être un accompagnateur, un conseiller.	Viser à ce qu'il devienne un véritable ambassadeur des offices de tourisme. L'informer plus sur le rôle et les missions d'un Office de Tourisme. Lui faire comprendre l'ensemble de l'offre et les interactions économiques.	L'Office de Tourisme est un outil de développement touristique qui génère des retombées économiques sur le territoire. L'Office de Tourisme a des compétences spécifiques qui peuvent être mises à disposition des prestataires.	Formations spécifiques, notes, revue de presse sur l'économie numérique et ses bienfaits pour le réseau touristique local.	Petit échantillon en tant que présidents, plus présents dans les CA.
Le président qui préside	Assume pleinement ses missions. Souvent un bon communicant.	Vision positive de l'OT.	Le rendre ambassadeur de Metteur en Scène de Territoire. Le canaliser sur le tourisme et rien que sur le tourisme vs ombrage à l' élu majeur.	Message autour de l'efficacité du binôme.	Le rendre intervenant, lui offrir des vitrines... Lui fournir une boîte à outils avec des notes de conjoncture, l'associer à un directeur qui le briefe. Le sensibiliser à la veille.	Petit échantillon

Les Salariés des Offices de Tourisme et Collectivités locales

Segmentation	Profil	Sa vision actuelle du tourisme et de l'OT	Objectifs de la communication	Messages	Moyens	Identification de la cible : localisation, taille de la cibles, noms ?
Salariés d'OT						
Le has-been	Il a de l'ancienneté ou pas de formation initiale dans le tourisme ou sans motivation. Un manque d'intérêt et de volonté. Souvent à l'image de son Président.	L'Office de Tourisme c'est l'accueil au comptoir, rendre service aux habitants et le secrétariat aux associations.	Viser à lui faire prendre conscience des nouveaux enjeux du tourisme. Exercer une double pression simultanément en appuyant auprès de l'élu.	L'accueil en Office de Tourisme est multicanal (physique, numérique, prestataires, habitants).	Sensibilisation par des journées techniques, formation. Par l'oral soit en direct in situ, soit par des vidéo-conférences. Voyages d'études dans d'autres OT (individuels). Missions individuelles de lecture de la presse professionnelle et revue de presse pour le reste de l'équipe.	1/5 des effectifs
Le réfractaire	Il s'agit d'un salarié qui peut posséder une certaine ancienneté dans la structure et qui s'est installé dans une certaine routine. De niveau de formation faible et très fortement marqué accueil. L'accueil comptoir est sa mission de prédilection.	L'accueil comptoir, il n'y a que ça de vrai ! Les nouveaux outils ne sont que du superflu, c'est fait pour les technophiles. Pourquoi changer ce qui s'est toujours fait pendant de nombreuses années.	Sensibiliser sur les nouvelles missions de l'Office de Tourisme. Rassurer sur la valeur de chacun et le bon équilibre des missions	Les comportements des clientèles évoluent, l'adaptation de nos méthodes de travail est nécessaire.	Entretien individuel.	
L'enthousiaste	Il se plaît dans ses missions. Il peut être un élément moteur dans une équipe. Il peut complètement désorienter ses collègues lorsqu'il a des excès liés à cette valeur. L'enthousiaste est un électron libre avec une attitude positive. Tout ce qu'il	L'OT doit être à son image, sans cesse en action. Il peut pensé dans certains cas penser que l'Office de Tourisme est une structure trop contrainte avec des bénévoles pas à la hauteur de ses ambitions. Ils recherchent l'autonomie.	Le rassurer. Essayer de dégager ses centres d'intérêt pour le valoriser dans une démarche d'équipe. En faire un leader et un ambassadeur.	Messages directs pour rassurer sur l'évolution de son métier (plan de charge notamment, rapport aux vacances... management).	Entretiens ou réunions pour expliquer les enjeux de l'évolution des OT.	

	entrepr c'est pour le bien de la structuré. C'est pourquoi, bien managé, c'est un atout !					
L'auto-responsable	Il se voit en autonomie et se positionne seul comme responsable sans la légitimité. Responsable de fait sans statut. Risque de devenir réfractaire.	En général enthousiaste par rapport à l'OT. Certains peuvent être en souffrance cependant.	Les rassurer. Essayer de dégager leurs centres d'intérêt pour les valoriser dans une démarche d'équipe (complémentarité notamment dans le cas de fusion d'OT). Les intégrer dans un projet collectif.	Le changement n'est pas synonyme de déperdition mais de progression. Une chance, la spécialisation au sein d'une équipe renforcée.	Fiches de poste. Management. Formation des directeurs au management ? Confier des spécialités en fonction des centres d'intérêt, de compétences et des besoins des marchés.	Beaucoup (souvent dans des structures de 2,5 ETP).
Salariés des collectivités territoriales						
LE DGS dans sa période méfiante	Distant du Président ou du directeur de l'Office de Tourisme, pas fondamentalement contre les projets de l'Office de Tourisme. Présent dans les petites col.locales comme dans les plus importantes.	L'Office de Tourisme est l'association a qui la col.locale verse la plus grosse subvention dont on ne maîtrise pas les actions.	Le rassurer, lui donner des éléments factuels pour qu'il puisse comprendre puis défendre le projet de l'OT.	L'Office de Tourisme est un outil de développement économique local. L'OT est un allier de l'élus de référence. Il travaille en réseau avec les prestataires locaux. Il peut permettre d'anticiper les investissements.	Rencontres régulières pour lui soumettre les résultats de l'OT.	Voir les Fiches de la MOPA
Le DGS dans sa période placide	Il est hors période budget. Présent dans les petites col.locales comme dans les plus importantes	L'Office de Tourisme est une association qui ne pose pas de problème, sa fonctionne.	Lui donner les clés pour comprendre la stratégie de l'Office de Tourisme et qu'il relaye l'information auprès des élus.	L'Office de Tourisme est votre agent de développement local.	Rencontres régulières avec des éléments factuels.	Voir les fiches de la MOPA