

## Compte rendu Club Communication

**Date** : Vendredi 5 Avril 2024

**Lieu** : Office de tourisme Forcalquier Haute-Provence

### Participants :

- Pour l'Office de tourisme :
  - Didier Derupty, Président
  - Frédéric Perraud, Directeur
  - Elisabeth Vareilles, Chargée de Marketing, Promotion, Communication
- Acteurs socio-professionnels :
  - Rencontres Musicales de Haute-Provence Jean Doucet et AM Barthélemy
  - Centre de randonnée équestre Janssaud - Jules Antoine Carillo
  - Saveurs des Truques - Alice Baurain
  - Atelier Galerie de Lurs - Anne Marie Arbefeuille
  - Jardin de l'Atelier du Mille Pattes et Les Ateliers Forcalquier - Pierre Pasteau
  - Centre Astro - Karen Grangeon
  - Les Maisons de Chante Oiseau - Sally Noble
  - Mains Thaïes - Murielle Radix
  - Distilleries et Domaines de Provence - Marie Noëlle Ruot et Chantal Cabuy
  - L'Occitane en Provence - Linda Ouarghi
  - Eliane Desblache - Apicultrice
  - L'Arbre d'Alice - Christine Massenet
  - Ass. Changement de Cap et Cie Rires et Sourires - Dominique Zamparini
  - Les Demeures du Clos - Corinne Roux

Didier Derupty, Président, ouvre la réunion en exprimant sa satisfaction quant à la présence nombreuse des participants. Il parle ensuite des changements récents au sein de l'Office de tourisme et invite chacun à se présenter et à discuter de ses pratiques en matière de communication.

Frédéric Perraud, nouveau Directeur de l'Office de tourisme explique que le club a pour vocation de rassembler les acteurs socio-professionnels du territoire autour des enjeux de communication liés au tourisme. Il propose d'orienter les débats d'aujourd'hui sur les éditions et en particulier le petit colporteur.

## Synthèse du Questionnaire sur la Communication :

Elisabeth Vareilles fait la synthèse du questionnaire sur la communication qui a été envoyé aux socio-professionnels avant la réunion (en pièce jointe).  
<https://forms.gle/2fYnLaphh73KBpb56>

- Les socio-professionnels du territoire communiquent essentiellement par email et téléphone. Il n'y a pas d'échanges à travers des groupes Whatsapp/Messenger.
- Ils ont des modes de communication "classiques" (site internet/réseaux sociaux) : pas de mention de blogs, vidéos en ligne, pubs payantes, podcasts...
- Nous retenons également que les socio-professionnels pratiquent peu : campagnes de communication groupées, partages sur leurs réseaux sociaux, salons à l'étranger.
- En ce qui concerne leur relation avec l'Office de tourisme, ils sont en attente de la mise en place d'une dynamique collective. Ils sont demandeurs de : formations/ateliers, partenariat pour des offres spéciales, mise en commun de matériel promotionnel.

---

Cette première réunion du club permet à chacun de se présenter et parler de sa propre communication. Les réunions suivantes seront plus axées sur l'opérationnel et les actions à mener.

Comme Jules Antoine Carillo, de nombreux socio-professionnels se débrouillent **seuls** pour faire la promotion de leur établissement. L'Occitane par exemple participe à des salons B to B et B to C qui amènent des visiteurs. Ils favorisent également les partenariats locaux pour faire connaître leurs visites d'entreprise qui attirent 30 000 visiteurs par an.

La concurrence est également difficile. Eliane Desblache cite par exemple le marché de Forcalquier qui attire de nombreuses convoitises liées à sa notoriété. On y trouve de pseudo producteurs de miel qui ne sont en fait que des revendeurs.

Le profil de la clientèle touristique du territoire : pour Sally Noble il y a sur le territoire un socle de clientèle fidèle originaire de la région qui aime pratiquer des activités sportives. La clientèle étrangère connaît le territoire plutôt par le bouche à oreille que par des opérations de promotion.. Pour Christine Massenet la clientèle intra régionale est une manne surtout en hors saison.

## **Discussion sur le Petit Colporteur :**

Après le tour de table, les socio-professionnels sont appelés à se prononcer sur les améliorations à apporter au Petit Colporteur, bimestriel des animations.

Pour Eliane Desblache le format A5 est plus pratique. Ce format initial, qui a été abandonné pour des raisons économiques, a beaucoup de nostalgiques. L'Office de tourisme se propose de sonder les usagers sur le changement de format

La fréquence de sortie (tous les 2 mois) ne satisfait pas non plus tout le monde.

Pour Murielle Radix il est impossible de respecter les délais imposés par les parutions (rendre ses infos au plus tard le 10 du mois précédent ce qui revient par exemple à donner ses infos le 10 avril pour une manifestation ayant lieu fin juin). Elle a donc abandonné ce mode de communication.

Pour Janssaud, l'absence d'édition papier n'est pas insurmontable. Par contre la version actuelle du Petit Colporteur n'est pas responsive et est quasiment illisible sur un téléphone portable. Les images sont également souvent tronquées. A voir avec la société qui s'occupe de notre site et/ou edit yourself (outil de production de publications).

Il n'y a pas de recherches par thématique ou affinité et en règle générale la façon dont les données sont organisées n'est pas satisfaisante. Savoir tout ce qui se passe à une date donnée est impossible.

## **Décisions et Propositions :**

- Prendre une décision sur le format et la récurrence du Petit Colporteur pour 2025.
- Remettre la présentation par date en début d'édition.
- Ajouter un QR Code sur la couverture du Petit Colporteur renvoyant vers la version numérique.
- Ajouter des QR Codes thématiques dans le Petit Colporteur.
- Installer des chevalets avec des QR Codes chez les partenaires.
- Faire un récapitulatif des animations du week-end sur les réseaux sociaux lors de l'envoi de la newsletter.

## **Questions Diverses :**

Connaissance du territoire : les participants sont intéressés par des éducteurs (journées de formation pour une meilleure connaissance et promotion de son territoire destinées aux socio-professionnels). Frédéric Perraud préconise des éducteurs sur une journée avec partage du repas de midi pour plus de convivialité.

Bourse d'échange : les participants regrettent la disparition de la Bourse d'échange. Pour Frédéric ces rencontres sont, avec le temps, devenues impersonnelles ce qui explique leur disparition. En 2025 l'Office de tourisme proposera un Salon du Tourisme ouvert aux socio professionnels où hébergeurs et habitants pourront collecter toute l'information sur l'offre touristique locale.

En attendant cet évènement, il est prévu que chacun amène sa documentation lors de la prochaine réunion du club communication qui aura lieu le **mardi 30 avril à 8h30 à l'Office de tourisme.**