Communiqué de presse



Rencontres Départementales du Tourisme : une matinée consacrée à l'hospitalité comme levier d'attractivité en Seine-et-Marne

Plus d'une centaine d'acteurs du tourisme se sont réunis ce **jeudi 26 juin** à la Ferme du Buisson, à l'initiative de Seine-et-Marne Attractivité, pour réfléchir à une question clé : « L'hospitalité : la clé pour le développement de notre attractivité ».

Cette rencontre s'inscrit dans le cadre du **Schéma Départemental d'Aménagement et de Développement Touristique 2023-2028**, qui fait de l'hospitalité et de la qualité d'accueil un axe prioritaire et central pour renforcer l'attractivité du territoire. Animée par le journaliste **François-Xavier Izenic**, la matinée a alterné interventions institutionnelles, éclairages d'experts et témoignages de terrain.



Discours d'ouverture de Jean-François PARIGI, Président du Département 77

Lors des discours d'ouverture, **Jean-François Parigi**, Président du Département, **Xavier Vanderbise**, Vice-Président, et **Thierry Cerri**, Président par Intérim de Seine-et-Marne Attractivité, ont tous rappelé l'importance d'une **démarche collective** tournée vers l'amélioration de l'expérience des visiteurs.

« *S'interroger sur l'hospitalité, c'est s'intéresser au partage, aux relations humaines. Sur notre territoire, nous avons un patrimoine humain et culturel exceptionnel à valoriser* », a souligné Jean-François Parigi.

Conférence d'experts : la « Très Grande Satisfaction Clients », un enjeu majeur pour favoriser l'attractivité

Dominique Hummel et **Amandine Lecocq**, anciens dirigeants du Futuroscope, ont ensuite partagé leur expertise autour de la très grande satisfaction clients : quels sont les ingrédients qui la compose, comment la piloter et la mesurer ?

À travers la **matrice de Lhosa**, un outil simple et accessible, permettant d'avoir un regard sur les facteurs ayant un impact positif ou négatif sur la satisfaction des clientèles, ils ont démontré que viser une **note de satisfaction supérieure à 9/10** double l'intention de revisite et stimule la recommandation.

Ils ont également alerté sur la puissance de la **e-réputation**, citant que **90 % des avis en ligne influencent la décision des visiteurs** et que **75 % d'entre eux sont déposés sur Google** (dont seulement 10 % sont faux).
Leur message central : **l'expérience vécue par le client ne se résume pas à la conformité aux attentes, mais à la capacité à surprendre, à générer des émotions et à créer des souvenirs durables, car la qualité est un dû, seul l'émotion crée du souvenir.** *« Les outils c'est efficace, mais il faut avoir de l'humain derrière, avec de vraies relations. L'attente des clients est plus d'une nature émotionnelle, que liée à des données socio-démographiques* », souligne Amandine Lecocq.

Dominique Hummel conclue par une définition de l'hospitalité tirée de l'enquête menée par Seine-et-Marne Attractivité auprès des socioprofessionnels touristiques seine et marnais : « *Offrir à chaque client une expérience chaleureuse, personnalisée, où il se sent attendu, respecté, considéré, où il vit une expérience conforme à ce qui a été proposé dans l'annonce, avec des moments dont il se souviendra* »

La matrice de Lhosa



Une table ronde inspirante : témoignages de professionnels expérimentés et d'ambassadeurs du territoire

En seconde partie, une **table ronde** a réuni plusieurs professionnels seine-et-marnais engagés au quotidien :

- **Valérie Lafourcade,** Responsable Evénementiel au Château de Vaux le Vicomte
- **Vanessa Rocchia,** Directrice Générale du Ki Space Hôtel à Serris
- **Floriane Loux,** Artisane du tourisme, Ambassadrice seine-et-marnaise - Savonnerie Veriere à Thorigny-sur-Marne
- **Emmanuel Martin,** Ambassadeur seine-et-marnais - Fondateur de Popote Seine-et-Marne

Tous ont insisté sur la dimension **relationnelle** de l'hospitalité.
« *Je choisis mes salariés pour leurs compétences, mais surtout pour leur personnalité. L'accueil est la première impression, et c'est souvent celle qui reste* », a expliqué **Vanessa Rocchia.**
Pour Valérie Lafourcade *: « Avec le temps, j'ai appris qu'un client n'est pas forcément fidèle à son hôtel, mais plus à son concierge. Si celui-ci change d'hôtel, le client va le suivre. C'est donc l'humain qui prédomine ».*
Emmanuel Martin, co-auteur du magazine Popote dédié à la gastronomie en Seine-et-Marne, a quant à lui rajouté : *« Popote n'est pas seulement un guide, c'est aussi une façon de présenter et découvrir l'humain ».*

Une dynamique collective au service d'un tourisme humain et durable

Ces échanges ont démontré à quel point l'hospitalité touche tous les acteurs touristiques du département : sites touristiques, hébergeurs, offices de tourisme, artisans…
Portée par Seine-et-Marne Attractivité, cette matinée entre donc dans une dynamique plus large, visant à renforcer la cohésion des acteurs et à valoriser les richesses du territoire à travers une approche humaine, qualitative et durable.
Elle a surtout permis aux participants d'identifier des leviers concrets pour renforcer la qualité de l'accueil, développer une culture de l'hospitalité et maîtriser leur e-réputation.

A propos de Seine-et-Marne Attractivité

Seine-et-Marne Attractivité a pour objectif de construire une dynamique économique et touristique du Département sur la scène régionale, nationale et internationale. Une trentaine de collaborateurs se chargent de favoriser l'attractivité touristique (promotion, développement de l'offre du territoire) et économique du territoire (implantation et développement de projets innovants). Département touristique leader en région Île-de-France après Paris, la Seine-et-Marne est un territoire riche d'un patrimoine exceptionnel et d'un fort dynamisme économique.

Plus d'informations sur pro.tourisme-seine-et-marne.fr
Crédit photo : ©SMA

CONTACT PRESSE
Seine-et-Marne Attractivité
Soeraja VAN RIEL
Soeraja.vanriel@attractivite77.fr
LD. 01 60 39 60 25, Portable 06 38 95 13 04