



OBJECTIFS & STRATEGIE ACTIONS/PROMOTION

2017-2020

CONSTAT

L'office de tourisme du Val d'Allos organise sa communication autour de deux saisons principales : été et hiver.

Les clientèles et leurs attentes sont différentes selon les saisons, ciblage et stratégie sont donc adaptés en rapport

- En ce qui concerne la saison d'hiver, la clientèle qui fréquente la destination Val d'Allos est principalement régionale et familiale.

En marge de ce constat, la municipalité souhaite étendre la communication à une cible de clientèle élargie aux jeunes séniors, qui viendra en complément de la clientèle habituellement ciblée.

- La clientèle estivale est quant à elle beaucoup plus large géographiquement, tant au niveau national, qu'Européen.

Les campagnes tournent autour de slogans été et hiver, orientés vers la nature, la séduction.

La notion d'air pur, d'espace et de liberté restant les points forts du territoire Val d'Allos, cette mise en avant est donc importante et ce, en toute saison.

La promotion envers la famille reste également omniprésente et sera développée, en lien notamment avec le label Famille Plus Montagne.

Premiers résultats de l'enquête clientèle menée en été 2017 :

- Les visiteurs sont attirés principalement par la beauté des paysages, l'ambiance, le calme et la randonnée
- Le Val d'Allos leur a été recommandé par la famille/amis ou connu via internet
- Les visiteurs viennent principalement en familles

ACTIONS

La zone géographique qui touche la destination Val d'Allos en saison d'hiver ne change donc pas, à savoir les départements du 04, 06, 83, 84, et le 13 partiellement (le bassin d'Aix en Provence est privilégié) avec toujours, une volonté prononcée d'extension vers les départements 30 et 34.

Des campagnes sont également organisées, en marge de ces supports, en lien avec France Montagne

En été une diffusion plus élargie est toutefois prévue, la barrière de la distance étant beaucoup moins gênante.

L'organisation est orchestrée en multi-supports. La notion de visuel (beauté des paysages) reste primordiale, l'accent sera donc mis sur des photos qualitatives professionnelles. L'objectif étant de transmettre aux visiteurs les points forts du Val d'Allos que sont l'environnement, les paysages, la qualité de l'environnement...

Une nouvelle enquête client sera menée en saison d'hiver. Une fois les premières enquêtes menées les questions seront ensuite affinées afin de connaître au mieux les visiteurs du Val d'Allos.

En parallèle des actions seront menées afin de conforter et développer les contacts avec les résidents secondaires qui représentent un fort potentiel.

Dans le cadre de la démarche qualité les contacts avec les socio-professionnels du territoire seront tous plus renforcés.

EVOLUTIONS & OBJECTIFS

Poursuite de la stratégie en place avec :

Ciblage principal : régional (06, 83, 84, 30, 34) en hiver et national en été

Ciblage clientèle : 25/50 ans ayant un intérêt pour le ski en hiver et la randonnée en été

Développements de la clientèle :

- jeunes séniors,
- clientèle belge,

- actions à destination du cyclotourisme
- du VTT,
- des camping-caristes à terme

Développement d'actions de séductions à destination des résidences secondaires

Mise en place d'enquêtes clients régulières (internes) afin de connaître les attentes et les pratiques des visiteurs et être au plus près de leurs besoins.

Recherche d'actions innovantes : supports web et digitaux

Amélioration continue de la qualité de l'accueil en place et renforcement des compétences

INDICATEURS PRINCIPAUX	BILAN 2018	BILAN 2019	BILAN 2020
MAGAZINES	✓		
WEB	✓		
FRANCE MONTAGNE	✓		
RADIOS	✓		
TV	✓		
SALONS	✓		
PRESSE	✓		
GRC	✓		
PARTENARIATS	✓		

Dernier état au 26 novembre 2018.



OFFICE DE TOURISME MUNICIPAL DU VAL D'ALLOS - www.valdallos.com
 place de la coopérative - 04260 ALLOS - + 33 (0)4 92 83 02 81 - info@valdallos.com
 Latitude : 44.24 et Longitude : 6.26

