

ESPACE VALLÉEN HAUT VERDON – VAL D'ALLOS

Office du tourisme du Val d'Allos

Partenaires:

Office de tourisme de Colmars-les-Alpes, Communauté de communes du Haut Verdon Val d'Allos, socio-professionnels adhérents aux Offices de Tourisme

Coût total du projet :

67 876 €

Montant FEDER :

33 500 € (50%)

Autres financements :

Région PACA : 20 100 € (30%)

Autofinancement : 13 400 € (20%)

Période de réalisation :

2012-2014

La multiplicité des destinations impose aux territoires à vocation touristique de se démarquer pour attirer la clientèle. Cette différenciation peut consister tout autant en la création de produits touristiques attractifs, proposant une expérience nouvelle hors du commun, que sur la montée en qualité des prestations, ou l'ajout du détail qui fera la différence.

C'est pourquoi elle concerne l'ensemble des acteurs du tourisme, qui peuvent chacun mettre en place des actions à leur échelle. Par ailleurs, l'implication des différents types d'acteurs dans une démarche partagée garantit la cohérence des actions de différenciation menées et des éventuels nouveaux produits mis en

marché.

Autre point essentiel pour rester compétitif et répondre à l'ambition touristique du territoire : la visibilité de l'offre sur internet, média devenu incontournable dans la filière touristique.

Face à ces constats, l'Office de tourisme du Val d'Allos, en partenariat avec l'Office de tourisme de Colmars-les-Alpes, s'est engagé dans une démarche Espace Valléen afin de mettre en place un véritable dispositif partenarial à l'échelle valléenne pour la formation des socio-professionnels du tourisme.



L'étape de diagnostic

L'Office de Tourisme du Val d'Allos a fait appel à un cabinet d'études spécialisé dans le marketing touristique : MIT Conseil. Première étape de la démarche, un diagnostic du positionnement marketing du territoire a permis d'identifier les faiblesses locales : manque de produits packagés, méconnaissance de la mise en marché en général par les professionnels du tourisme, faible part des socioprofessionnels disposant d'un site Internet... Ce diagnostic a permis de construire un programme de professionnalisation des prestataires touristiques autour de 2 thématiques clés : la visibilité Internet et la création de produits touristiques. Il s'est déclinée en différents types d'intervention : accompagnement individuel ou collectif, mise en réseau des acteurs, journées de formation, élaboration de guides d'accompagnement.

Ces prestations gratuites ont permis de faire monter en puissance les acteurs du tourisme sur plusieurs points de façon articulée et non dispersée, autour d'une stratégie partagée.

Objectifs initiaux

- Développer l'offre de produits thématiques ;
- Positionner la destination de façon conséquente sur le web ;
- Faciliter et rendre plus lisible par le web, l'offre touristique mise en marché par les professionnels ;
- Améliorer l'interaction entre tous les acteurs touristiques ;
- Développer la qualification et la labellisation des acteurs.

Mise en œuvre de mini-sites & sensibilisation aux enjeux du web

Internet est un vecteur aujourd'hui incontournable pour capter, informer et fidéliser la clientèle touristique. La première étape consiste pour chaque acteur à créer son propre site pour exister en ligne. Ensuite, se pose la question des meilleurs moyens de promouvoir une offre.

4 ateliers « les après-midi du web » ont été organisés à plusieurs reprises afin de convaincre qu'il est aujourd'hui indispensable, quelle que soit l'activité commerciale exercée, d'avoir une présence sur le net et d'apporter les éléments de décision nécessaires à la mise en œuvre de la stratégie commerciale sur le web des socioprofessionnels.



© OT Val d'Allos

10 prestataires ont pu bénéficier d'un site Internet personnalisé clés en main et de formations individuelles et collectives pour gérer et mettre à jour ce site.

Sandrine BOUCHET

Directrice de la Communauté de communes Haut Verdon – Val d'Allos

Le territoire du Haut Verdon Val d'Allos compte 6 communes de montagne toutes regroupées au sein d'une Communauté de communes et deux Offices de Tourisme (un communal et un associatif). Sur le haut de la vallée se trouve la station du Val d'Allos qui propose 2 sites alpins : le Seignus et la Foux d'Allos.

La Communauté de communes a été identifiée comme pilote du programme Espace Valléen, au titre de sa compétence développement économique car elle n'a pas la compétence tourisme.

Le programme a permis de lancer une dynamique positive de réorganisation à l'échelle de l'Espace Valléen pour mieux répondre aux enjeux de demain en matière de diversification et de qualification de l'offre (nouvelles attentes clientèles, réchauffement climatique, etc.). Des évolutions sont notables notamment en terme d'amélioration du travail en réseau, d'outils de médiation et de promotion collectifs à l'échelle de la vallée (document d'appel commun pour l'été, calendrier de manifestations et livrets d'accueils hiver / été communs...), d'un rapprochement entre la logique de stations et la valorisation de la démarche vallée. Le dispositif Espace Valléen a fait évoluer les acteurs institutionnels mieux à même de travailler vers les prestataires pour les positionner au cœur de la démarche de développement durable, notamment par la mise en œuvre d'opérations de sensibilisation-formation-action du type de celle qui a été portée par l'Office de tourisme du Val d'Allos. Le dispositif Espace Valléen a offert au territoire une boîte à outils et des moyens financiers pour accompagner sa compétitivité au sein du massif.

Accompagnement à la construction de produits touristiques

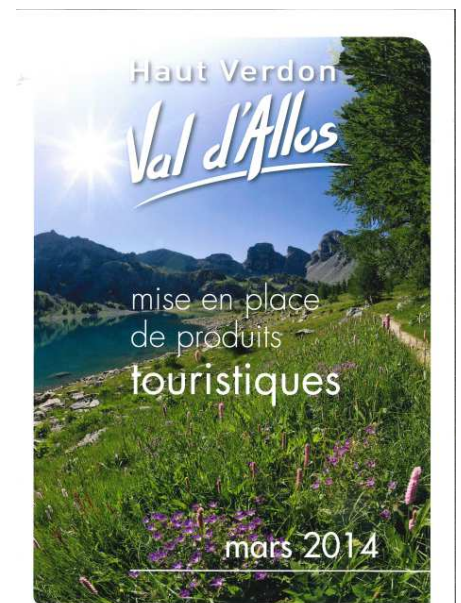
Cette mission a été mise en place pour accompagner individuellement les professionnels du tourisme dans l'amélioration de la qualité de leur prestation et la proposition de nouvelles formules pour développer leur activité.

Un guide de création de produits touristiques à destination des prestataires a également été créé et diffusé à l'été 2014. Ce document donne les concepts-clés pour concevoir, développer et commercialiser des produits touristiques.

Il sensibilise les acteurs touristiques à l'importance de la mise en réseau de leurs métiers et de leurs compétences et permet de vulgariser l'ingénierie marketing associée au développement de l'économie touristique.

Résultats et perspectives

Au-delà de leur résultat direct, la qualification de certains professionnels de la vallée, les opérations menées dans le cadre de la démarche Espace Valléen ont eu pour effet de renforcer les liens et les synergies entre les acteurs du territoire aidant ainsi à construire la pratique de travail en réseau, nécessaire à l'identité valléenne. Elles ont permis de faire collaborer les différentes catégories de prestataires de la vallée pour le montage de produits touristiques et ainsi de participer à la dynamique valléenne.



Le guide de création de produits touristiques

Interrégionalité	1				
Transférabilité				4	
Eco responsabilité	1				
Innovation				4	
Mobilisation TIC				4	