

## Elaboration d'une stratégie marketing et digitale et de sa déclinaison opérationnelle pour la destination infrarégionale Verdon

Comité de pilotage – Phase 3 plan d'actions - 22 novembre 2019

**Une nouvelle dynamique collective pour « faire destination », qui vise à développer une attractivité touristique maîtrisée.**

La stratégie portée par la destination vise les objectifs suivants :

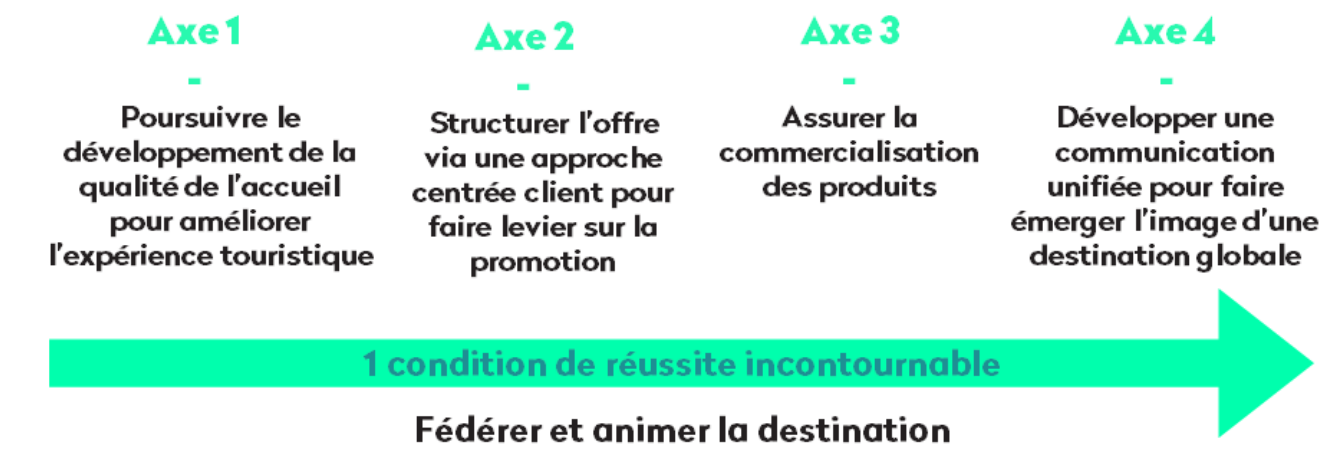
- 1- Répartition des flux et élargissement des ailes de saison
- 2- Accompagnement des acteurs touristiques
- 3- Qualité de l'accueil
- 4- Développement équilibré et durable

**Un positionnement fédérateur pour la destination touristique du Verdon.**

Le positionnement marketing retenu - « Plaisir sain et vitalité » - constitue le fil directeur guidant l'ensemble des actions de promotion et de développement de l'offre touristique de la destination. Les ingrédients et les partis pris sont les suivants :

- Un territoire préservé, empreint de pureté
- Une expérience saine et pleine de vitalité
- Un cadre qui appelle à se ressourcer, à se faire plaisir

**Une stratégie marketing et digitale qui se décline en quatre axes.**



**Un plan d'actions opérationnel à 5 ans composé de 39 actions, dont 5 actions prioritaires à engager dès 2020.**

Au total 39 actions sont prévues, sous réserve de l'attribution des aides demandées, couvrant les différents chantiers suivants :

- Accompagner les acteurs touristiques dans la montée en compétences (axe 1)

- Développer et promouvoir la filière des produits locaux (axe 2)
- Structurer des produits d'itinérance en lien avec le positionnement (axe 2)
- Développer l'animation territoriale via une mise en tourisme des événements existants et la valorisation d'un événement phare (axe 2)
- Identifier les meilleures places de marché où commercialiser l'offre (axe 3)
- Développer la présence de la destination touristique Verdon sur les événements professionnels sous une bannière commune (axe 3)
- Elaborer un discours d'attractivité partagé au service du positionnement (axe 4)
- Se doter d'une marque touristique commune pour affirmer un positionnement clair et émerger (axe 4)
- Se doter d'une stratégie digitale efficace et cohérente via des outils de base : portail web, réseaux sociaux, stratégie influenceurs, SEO (axe 4)

5 actions vont être lancées à court terme :

1. Projet d'assistance à maîtrise d'ouvrage pour la structuration de la destination
2. Création d'une maison de site au Point Sublime à Rougon
3. Création d'une marque de destination adossé à la création d'un kit de communication
4. Développement d'un site portail et des réseaux sociaux
5. Développement d'un événement emblématique

Les maîtres d'ouvrages identifiés pour la mise en œuvre de ces actions sont au nombre de 4 : Communauté de communes Alpes Provence Verdon, la Régie du Parc Naturel Régional du Verdon, l'AD 04 et l'Office de Tourisme Durance Luberon Verdon.

<https://www.investinalpesdehauteprovence.com>