

Stratégie de promotion touristique Conflent Canigó

Le staff marketing communication de l'OTCC :

Danielle CHRISTIEN : Responsable marketing (plutôt orientée Print)

Emilie VEBER : Animatrice Numérique de territoire gère le site internet et a été formé Reporter Numérique de Territoire

Claire BROCC : Community Manager gère les réseaux sociaux

Clémentine PELISSIER : chargé de communication (événementiel et impression interne) avec évolution chargé de communication et promotion

Historique Marketing :

En 2013 et 2014, le partenariat qui lie les communautés de communes du Conflent, du Capcir Haut-Conflent, de la Cerdagne et le Consell comarcal de Cerdanya, élabore une stratégie marketing basée basée sur le montage de produits touristiques sur les 4 saisons vitrines de la destination Pyrénées catalanes

Fin 2014, le cabinet Mahoc réalise une stratégie Marketing sur le périmètre de la destination Pyrénées Catalanes et du Canigó Grand Site de France.

En 2016 modification de la gestion des statistiques par l'intermédiaire de Tourinsoft avec une adaptation des écrans des conseillères en séjour : objectif : connaître les point d'intérêt de nos visiteurs en fin d'année.

Marchés ciblés :

Sous la bannière **Conflent Canigó** : marché local, marché euro-régional, Languedoc Roussillon Midi-Pyrénées, Catalunya sur les thèmes suivants : Canigó montagne sacrée des Catalans, la rando et APN, se ressourcer, train jaune.

Sous la bannière **Canigó Grand Site de France** : marché national sur quelques niches (APN, itinérance)

Sous la bannière **Pyrénées Catalanes** : marché catalan, national et international : le pyrénéisme, qualité environnementale, la transfrontalité, tourisme de mémoire...

Sous la bannière **Pyrénées Orientales** : marché national sur thermalisme et Bien-être, APN, Plus beaux villages de France, patrimoine mondial de l'Unesco, fortifications de Vauban, festival Pablo Casals, culture et gastronomie catalane ...

Sous la bannière **Unesco, Pyrénées, Sud de France** : marché international

Clientèles ciblées/ supports :

Familles :

Communiquer sur les Pyrénées, le dépaysement, les activités ludiques

Avantage concurrentiel : diversité de l'offre d'activités et de loisirs.

Actions de promotion envisagées :

- Salons du tourisme généralistes
- Presse : "magazine "Flo" ou "Femina" la femme est principalement décisionnaire.
- Réseaux : "Pinterest", "Facebook". Contacter une blogueuse maman avec jeunes enfants.

Sur place : annuaire des activités à faire en famille, radios France bleu Roussillon et Pyrénées FM

Randonneurs / Sportifs :

18/35 ans et adultes sportifs.

- Réseaux sociaux : “Facebook”, photos et expériences via le blog. “Instagram” et “Snapchat”
- Salons spécialisés : rando, pleine nature ...
- Presse spécialisée : Pyrénées Magazine

Groupes :

- Comités d’entreprise (se ressourcer, esprit d’entreprise): salons des CE
- Scolaires (découverte patrimoniale et environnementale) : mailing auprès des écoles
- Seniors (découverte culturelles, patrimoine, gastronomie, œnologie ..) : autocaristes, tour-opérateurs
- Catalans : salons et foires de Catalunya, magazine diffusés sur la Catalogne

Brochure groupes + réseaux sociaux (Facebook et Twitter) + salons spécialisés

Thermalisme :

Les établissements thermaux s’occupent de la communication en amont, nous une fois sur place pour les excursions du Conflent.

- Pots d’accueil des thermes
- Programme des animations

Locaux :

L’OTCC a mis en place une carte ambassadeur gratuite pour les habitants en résidence principale ou secondaire sur le territoire. Celle-ci leur donne des avantages (gratuité pour le porteur de la carte, réduction, cadeaux, bons plan) dès lors que l’ambassadeur se présente accompagné d’une personne.

Newsletter de l’OTCC, Facebook, Presse et radios locales, agenda mensuel des animations