

PLAN COMMUNICATION

HIVER 2022-2023

DESTINATION TOURMALET-PIC DU MIDI

À travers nos actions nous souhaitons mettre en avant l'authenticité de notre territoire et définir le positionnement touristique de notre destination. Pour cela, il est important d'accompagner le visiteur tout au long de son parcours. Nos équipes réfléchissent aux meilleurs outils pour mettre en place des actions avant, pendant et après le passage du visiteur dans notre région.

Nos grands espaces, notre singularité, nos produits locaux, notre savoir-faire artisanal, le thermalisme, notre patrimoine nous permettent aujourd'hui de proposer l'offre la plus complète et de répondre aux attentes des voyageurs.

L'objectif étant d'amener le visiteur en immersion au sein des Pyrénées dans la simplicité comme dans l'insolite. Au plus proche de la nature, l'évasion sera le maître mot.

En plein cœur des Pyrénées, *la Haute Bigorre* met en avant ses atouts loin du tourisme de masse. Une destination nature qui plaît aux français et qui attire de plus en plus une clientèle étrangère.



TENDANCES 2022-2023



Voyage = bien-être

contribue davantage à la santé mentale et émotionnelle que d'autres formes

Expériences authentiques

représentatives de la culture de leur destination

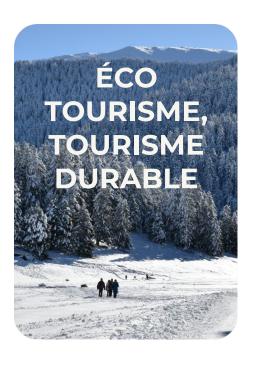
Slow tourisme

s'imprégner de la nature, du patrimoine, privilégier les rencontres

Animations & vie nocturne

séjourner dans une destination à la vie nocturne animée

TENDANCES 2022-2023



Commerce local et circuit court

le séjour doit bénéficier à la communauté locale du lieu de vacances

Tourisme de proximité

Découvrir autrement sa propre ville et ses alentours

Pouvoir contribuer

participer à la préservation de la destination touristique, souci du respect des habitants et du territoire

Minimiser leur empreinte écologique

offres de transport en avion, train ou covoiturage

Recyclage dans les hébergements

le "Greet", déco/design à base d'objets recyclés

Voyager en France

pour 33% des voyageurs français, en tête du top 10 de leurs destinations

TENDANCES 2022-2023



Voyages improvisés

des vacances flexibles où on se laisse porter

Annulation possible

les options de réservation flexibles sont décisives

"Revenge Traveller"

87% des français pensent voyager en 2023

Tendance "trip stacking"

réserver au dernier moment, produits packagés minimalistes (ex : héb. + spa)

Loin du tourisme de masse

choix de destinations moins fréquentées

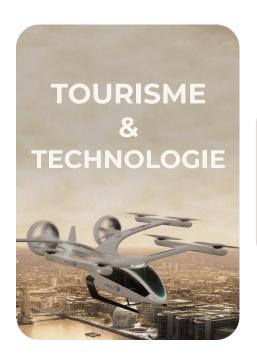
Roadtrip en van

avec l'émergence de plateformes de location pros ou entre particuliers

Avec famille & amis

passer au moins 1 fois des vacances avec eux dans les 6 prochains mois

TENDANCES TECHNOLOGIQUES



Outils de recommandation

mettant en avant les avis et retours d'expérience Réservations par smartphone

canal préféré pour les réservations en ligne Sans contact & NFC

en remplacement des clés de chambres d'hôtel et titres de transport

STRATÉGIE TOURISTIQUE 2022-2026

« FAIRE SENS
COMMUN »
Coordonner
et mettre en
relation l'ensemble
des acteurs locaux
(collectivités,
partenaires, pros)







4 AXES CLÉS DANS LE PARCOURS DU VISITEUR



Séduire le visiteur

En s'appuyant sur l'attractivité de nos atouts

Pic du Midi Le thermalisme Aquensis La station de ski Grand Tourmalet Le site de Payolle Gastronomie Montagne



Mise en avant de notre offre

Dès l'arrivée du visiteur dans la région, la mise en avant de notre offre est primordiale

Ski : forfait saison
Rando : accompagnateurs
de montagne
Spa
Thermalisme
Activités
Hébergement



Inciter au partage d'expérience

S'appuyer sur le retour d'expérience, rendre prescripteur

Réseaux sociaux : - Repost des stories - Chroniques / interview



Fidéliser

Faire revenir la clientèle

Mise en avant de la destination et de notre offre à travers :

- Newsletters
- Abonnement à nos pages réseaux sociaux
 - Jeux concours
 - Publicités

THÉMATIQUES

SKI Freeride Alpin THERMALISME & BIEN-ÊTRE
Cures conventionnées
Cures détox
Prestations bien-être thermoludiques
Spa thermal

Label HA'PY saveurs
Produits locaux
Restaurants

MONTAGNE

Raquettes Chiens de traîneaux Randonnées Ski de Randonnée Motoneige Luge

PATRIMOINE
Culturel
Architectural

Naturel

SHOPPING
Artisanat
Commerces

LA PLACE DU DÉVELOPPEMENT DURADI

Qu'est-ce que l'éco-tourisme ?

Il s'agit d'une nouvelle expérience de voyage où l'humain est au premier plan. Aidé par le slow-tourisme, ce nouveau mode de voyage plus respectueux des espaces et de l'environnement, encourage l'utilisation équilibrée des ressources locales et incite à la sensibilisation du milieu rural et montagnard.

Plus concrètement pour le touriste, cela consiste à :

- 1. Choisir un mode de transport plus vert
- 2. Un hébergement éco-responsable
- 3. Des activités à faible empreinte écologique
- 4. Un équipement plus minimaliste
- Rejoindre le CRTL dans sa réflexion sur le développement durable

Mise en place d'un observatoire du tourisme durable.



LA PLACE DU DÉVELOPPEMENT DURABLE

- CPIE : Centre Permanent d'Initiatives pour l'Environnement
- Guide de montagnes
 - → Objectif : sensibiliser le visiteur au respect des espaces et à l'histoire du territoire.

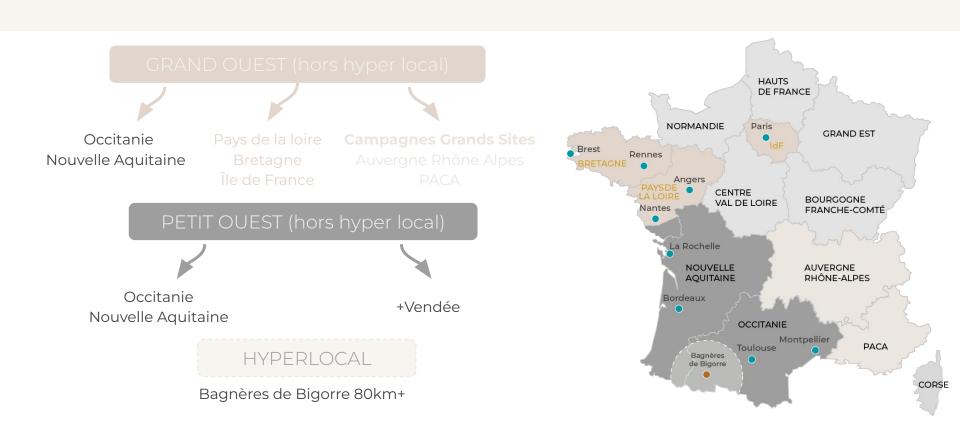
Réflexion sur le Label Green destination





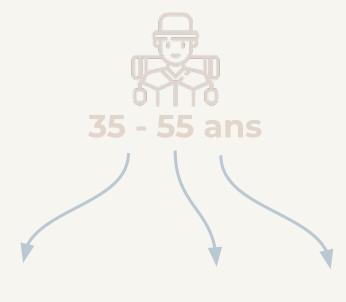


LES AUDIENCES



CRITÈRES DÉMOGRAPHIQUES

Cible individuelle







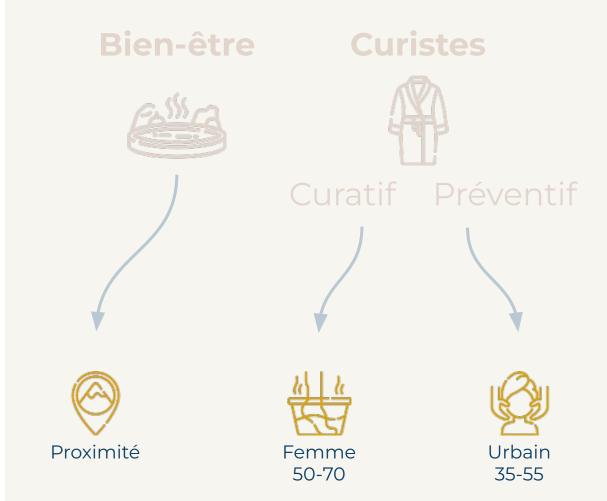


Jeunes actifs, drinks

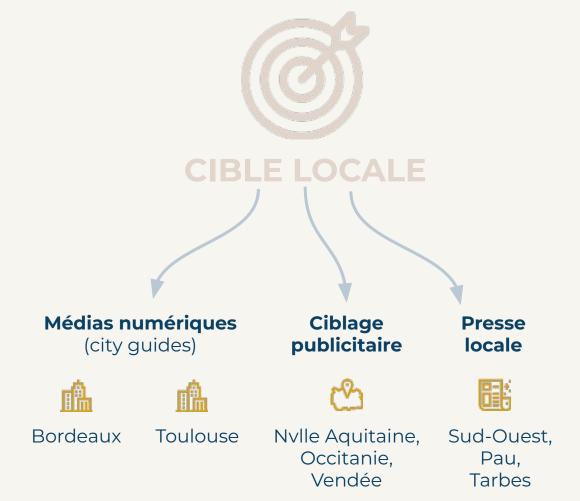


Seniors

CRITÈRES DÉMOGRAPHIQUES



STRATÉGIE CANAUX SPONSORISÉS



STRATÉGIE CANAUX SPONSORISÉS



LES OBJECTIFS

GRAND OUEST + IDE

- NOTORIÉTÉ
 Faire découvrir
 la destination
- Séduire une clientèle pour des séjours de 4 jours et +

Trafic vers notre site internet de destination



LOCAL/HYPER LOCAL

- NOTORIÉTÉ

 Renforcer la signature

 "reBigorrez-vous"

 et la marque Tourmalet-Pic du Midi
- Séduire une clientèle pour des séjours de 3 jours et -

Trafic vers l'internet de séjour

PIDÉLISATION/SATISFACTION

Créer de la mobilité et donner envie de revenir ou redécouvrir la destination





Objectif: Renforcer le marketing opérationnel sur site

Actions terrain avec les locaux et associations locales

Partenaires professionnels

Socio-professionnels

Associations partenaires

Cartel Bigourdan Stade Bagnérais Rugby Tennis club Bagnérais etc...



Événements pouvant être assistés par la sharing box

Actions terrain avec les visiteurs

"Retours d'expérience"

- Mini reportages activités hors ski

"Actions terrain en station"

- Promotion du jeu concours
- Présence avec la SEM sur station pour ravitailler gratuitement les skieurs sur piste
- Ouverture de la station
- Fermeture de la station
- évènements sportifs (ski, snow,para ski...)



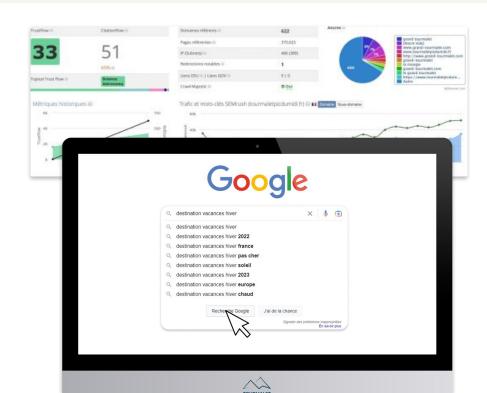
Stratégie d'optimisation SEO & contenus

32 190 visiteurs uniques par mois

Projet : analyse sémantique & stratégie éditoriale

Grâce à cette action, nous travaillons le contenu du site avec des objectifs précis et en prenant en compte le parcours client. Cela nous permet aussi de créer du contenu avec des mots clés qui permettront d'améliorer le positionnement du site lorsque le visiteur effectue une recherche.

Objectif: levier de visibilité sur du long terme.



LES CANAUX : DIFFUSIONS ORGANIQUES



MÉDIAS SOCIAUX

Les médias sociaux s'adaptent aux tendances ainsi qu'à leurs communautés.

Instagram, tiktok et pinterest: Contenu d'inspiration visuel Twitter et Linkedin: contenu professionnel d'informations, régionales à locales Facebook: Regroupe une communauté qui apprécie les différents contenus.

Déclinaison des infos pour répondre aux nouveaux formats, photo, vidéo, réels ou texte.











SITE INTERNET

Consultation depuis les moteurs de recherche (référencement). QRcode liens depuis la documentation, PLV, vers les pages d'atterrissage du site internet de destination et de séjour.





PRESSE / MÉDIAS

Relations presse pour la rédaction d'articles de presse ou bloqueurs / influenceurs.

Médias TV, partenaires et Radios Accueils presse Workshop presse







LOCAL/HYPERLOCAL

CAMPAGNES

GRAND OUFST

Campagnes	Objectifs	Axes	Canal	Format	Cible	Localisation	Période
Tourmalet Pic du midi	Notoriété	Vacances d'hiver	Google ads	Search	famille, couple, tribu	grand ouest	mi-oct / nov / déc
Tourmalet Pic du midi	Notoriété	Vacances d'hiver	FB/IG ads	Vidéo	famille, couple, tribu	grand ouest	mi-oct / nov / déc
Tourmalet Pic du midi	Notoriété	Vacances d'hiver	Google ads	Suggestion Discover	famille, couple, tribu	grand ouest	mi-oct / nov / déc
Ski	Trafic	Début saison	FB/IG ads	Post collab	locaux	-	mi-oct
Ski	Trafic	Forfait saison -30%	FB/IG ads	Pub	skieurs locaux confirmés	petit ouest	oct
Ski	Trafic	Ouverture station GT	FB/IG ads	Post collab + opé	skieurs locaux	-	nov / déc
Ski	Trafic	Ski au GT	à définir	Pub	skieurs locaux	petit ouest	janv
Outdoor	Trafic	Weekend raquettes & balnéo	FB/IG ads	Pub	couple, tribu	petit ouest	fin nov / dec / janv
Outdoor	Trafic	Accompagnateurs hiver	FB/IG ads	Pub	famille, couple, tribu	petit ouest	janv
Outdoor	Trafic	Destination outdoor	Média : AdMySports	Bannières display	pratiquants outdoor	grand ouest	déc / janv
Outdoor	Trafic	Destination outdoor	Média : Aquitaine Online	Bannières display	bordelais famille 30-60	bordeaux et ile de france	déc / janv / févr / mars
Bien-être	Trafic	Offres séjour bien-être	à définir	Pub	couple, tribu	petit ouest	à définir
reBigorrez-vous!	Notoriété	Mise en avant offres/filières	Presse : Yvette	Page de pub	locaux	local 64/65	janv
reBigorrez-vous!	Notoriété	Mise en avant offres/filières : article spécial station de ski	Presse : Skieur magazine	Publi-reportage	skieurs	France	janv
reBigorrez-vous!	Notoriété	Mise en avant offres/filières : guide hiver	Presse : La Semaine	Publi-reportage	locaux	petit ouest	déc
reBigorrez-vous!	Notoriété	Mise en avant offres/filières : dossier nuits étoilées	Presse : Pyrénées Mag	Publi-reportage	pratiquants outdoor	France	déc / janv
reBigorrez-vous!	Notoriété	Mise en avant offres/filières	Média : Aquitaine online	2 articles	bordelais famille 30-60	bordeaux et ile de france	nov / déc
reBigorrez-vous!	Notoriété	Mise en avant offres/filières	Média : Toulouscope	2 articles, 2 tops	toulousains famille 30-60	toulouse et alentours	déc / janv
reBigorrez-vous!	Notoriété	Mise en avant offres/filières	Média : Skipass	Article outdoor	pratiquants outdoor, tribu	France	nov
reBigorrez-vous!	Notoriété	Mise en avant offres/filières	Média : Skipass	Article freeride	freeriders	France	nov
Jeu concours	Acquisition	Jeu tirage au sort	FB/IG ads	Post boosté	français 18-60	grand ouest	vacances février
Internet de séjour	Trafic	Mon guide de séjour en temps réel: Mise en avant des offres	FB/IG ads	1 post / semaine	hyperlocaux ou sur place	hyperlocal	vacances Noël
Internet de séjour	Trafic	Mon guide de séjour en temps réel : Mise en avant des offres	FB/IG ads	1 post / semaine	hyperlocaux ou sur place	hyperlocal	vacances février
Internet de séjour	Trafic	Mon guide de séjour en temps réel : Promotion de l'outil	FB/IG ads	Pub + opé	hyperlocaux ou sur place	hyperlocal	vacances Noël + fév.
Thermalisme	Trafic	Cures traditionnelles	Google ads	Search	curistes	France	janv / fev / mars
Thermalisme	Trafic	Semaines santé	Google ads	Search	femmes 35-55 urbain	Petit ouest	à définir
Gastronomie	Trafic	Restos Hapy'Saveurs	FB/IG ads	Pub	hyperlocaux ou sur place	hyperlocal	déc
Gastronomie	Trafic	Gastronomie bigourdane	FB/IG ads	à définir	hyperlocaux ou sur place	hyperlocal	fév



VALEUR AJOUTÉE EN NOTORIÉTÉ DE DESTINATION/MARQUE



Récompenser nos communautés



Montrer notre présence sur les réseaux sociaux



Gagner des abonnés



Générer de l'interaction



VALEUR AJOUTÉE EN NOTORIÉTÉ DE DESTINATION/MARQUE



Donner une visibilité aux partenaires



Augmenter le trafic réseaux sociaux/site web



Entretenir une relation positive avec les partenaires

LES CANAUX : DIFFUSIONS SPONSORISÉES



MÉDIAS SOCIAUX

Campagnes de notoriété et trafic Tourmalet - Pic du Midi, mise en avant de nos atouts et promotion des offres partenaires







AdMySports et Skipass : Régies spécialisées dans les annonces orientées sports

THÈMES: à définir en complément des actions HPTF & N'PY







Publi Rédactionnels: Articles, sélection d'offres













LES PAGES D'ATTERRISSAGE



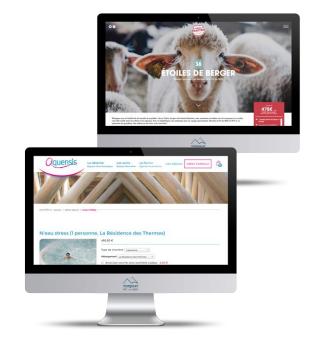












STRATÉGIE D'INFLUENCE

Objectif : Renforcer notre notoriété online

Ambassadeurs locaux, influenceurs

- Augmenter la visibilité et la confiance des internautes

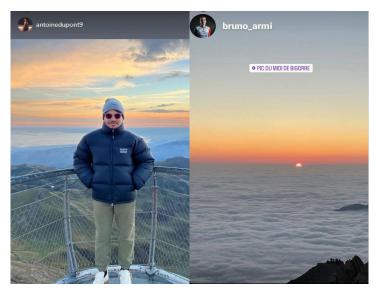
Post collaboratif

-Météo Pyrénées **75.1k** (1 fois par mois) -Pic du midi **40.9k**

Partage

Des stories et publications de célébrités. (photos ci-jointes.)





INTERNET DE SÉJOUR

L'internet de séjour est un site accessible depuis le site web **www.tourmaletpicdumidi.fr** qui permet à nos visiteurs d'organiser leur séjour en fonction de la météo et de leurs centres d'intérêt. La remontée d'infos chaudes se fait à travers les fiches SIT.

Mon Guide de séjour en temps réel : la mise à jour de ces informations de manière régulière augmente la performance de cet outil ainsi que son utilité auprès des visiteurs.











GRANDS PARTENAIRES ET ACCUEIL



GRANDS PARTENAIRES

Les campagnes menées par nos grands partenaires professionnels et institutionnels provoquent un effet de ruissellement dont nous bénéficions de façon organique.

De plus, nous pratiquons le cross-postage via leurs réseaux sociaux ou leurs reportages tv.









ACCUEIL & GRC

Recommandation au comptoir ou par email de nos conseillers

Newsletters, brochures

Écrans dynamiques (La Mongie, kiosque Bagnères)











RELATIONS PRESSE











Passages Radio





Poursuite des partenariats médias et des accueils presse nationaux et internationaux, en lien avec HPTE, le club des OT de stations thermales ou en direct.

ÉDITIONS HIVERNALES





TOURMALET



Vidéo de notoriété hiver 2022



