

PROGRAMME D' ACTIONS 2023

Actions		Période de mise en œuvre
AXE 1 - CONSTRUCTION DE L' OFFICE DE TOURISME COMMUNAUTAIRE		
1.1	Engagement en démarche qualité avec l'obtention de la Marque Qualité Tourisme et du classement Catégorie 1	
1.1.1	- réalisation de la deuxième partie de la MQT : audit complet avec objectif de maintien de la marque	Printemps 2023
AXE 2 - IMAGE DE MARQUE ET POSITIONNEMENT MARKETING		
2.1	Mise en place d'une stratégie de marque partagée pour l'ensemble des acteurs du territoire (professionnels du tourisme, institutions, partenaires)	
2.1.1	- réalisation d'un guide de marque définissant l'histoire et les valeurs de la destination	Printemps 2023
2.1.2	- élaboration d'un plan marketing et d'une stratégie de communication définissant notre positionnement et nos cibles de clientèles	Printemps 2023
2.2	Refonte des outils et supports de communication (print, web) intégrant la nouvelle ligne éditoriale	
2.2.1	- refonte du site Internet www.labresse.net (incluant l'AMO pour le montage du cahier des charges)	A partir du printemps 2023 / objectif de mise en ligne printemps 2024
2.2.2	- refonte des brochures et guides touristiques	Dès validation de la nouvelle marque
2.3	Poursuivre nos actions de promotion aux côtés de nos partenaires	
2.3.1	- rédaction d'un nouveau dossier de presse 4 saisons (généraliste)	Janvier 2023
2.3.1	- rédaction d'un nouveau dossier de presse HIVER	Septembre 2023
2.3.2	- participation au workshop presse "Partir en France"	Janvier 2023
2.3.3	- participation à l'opération "La Lorraine est Formidable"	Juin 2023
2.3.4	- participation à l'évènement "l'Alsacienne Cyclo"	Juin 2023
2.3.5	- opération "Tour de France" (en attente de validation)	Juillet 2023
2.3.6	- opération "Col'Attitude" (en attente de validation)	Septembre 2023
2.3.7	- participation à l'opération de lancement de la saison hivernale avec France Montagnes à Paris	Novembre 2023
2.3.8	- participation aux opérations de promotion France Montagnes sur les marchés français et étrangers en partenariat avec le SMTHV	selon opportunités
2.3.9	- renforcement des accueils médias (journalistes, bloggeurs, influenceurs)	Tout au long de l'année
2.4	Poursuivre le développement de notre stratégie marketing de contenus	

2.4.1	- réalisation de vidéos promotionnelles HIVER	Tournage hiver 2022/2023 - production printemps 2023 - communication septembre/octobre 2023
	- réalisation de vidéos promotionnelles 4 saisons	Tournage 2023 - communication à partir du printemps 2024
2.4.2	- refonte de nos newsletters grand public en travaillant le contenu et en adoptant un storytelling adapté autour de scénarios personnalisés	Hiver 2023/2024
2.4.3	- poursuivre le développement de nos réseaux sociaux avec le lancement de nouvelles campagnes sponsorisées sur Facebook et Instagram	1 campagne été + 1 campagne hiver + campagnes selon événements
2.4.4	- animer les communautés avec des jeux concours en misant sur les partenariats avec des marques "utiles"	selon opportunités
AXE 3 - LE PARCOURS DU VOYAGEUR AU CŒUR DE LA GRC		
3.1	Améliorer la communication avec le voyageur en l'accompagnant tout au long de son séjour	
	- identifier les différentes étapes du séjour et les outils/supports de communication utilisés/à privilégier	Automne 2023
	- réalisation d'un plan d'actions dédié (en lien avec le plan marketing)	Automne 2023
AXE 4 - LE TRAVAIL EN RÉSEAU		
4.1	Développer de nouvelles offres touristiques 4 saisons en associant la dimension expérientielle sur les différentes filières	
	FILIÈRE "HIVER - ACTIVITÉS NEIGE" (offres autour des stations et leur promotion)	Cf plan marketing
	FILIÈRE "4 SAISONS ET ACTIVITÉS DE PLEINE NATURE" (nouveaux produits 4 saisons)	
	FILIÈRE "FAMILLE" (Famille Plus et Massif des Vosges en Famille)	
	FILIÈRE "TOURISME LENT - BIEN-ÊTRE - NATURE" (partenariat PETR, CDT et SMTHV)	
4.2	CRÉER DES TEMPS DE RENCONTRE ET D'ÉCHANGE AVEC LES PARTENAIRES SOCIOPROFESSIONNELS ET RENFORCER LES OUTILS DE COMMUNICATION INTERNE	
4.2.1	- organisation d'une rencontre annuelle de type "assemblée générale" afin de présenter aux partenaires les actions réalisées par l'OTC et construire les projets de développement en commun	Mars
4.2.2	- proposer un programme d'ateliers et de formations sur différentes thématiques et selon les besoins identifiés auprès de nos partenaires	Automne
4.2.3	- mise en place d'un nouvel outil informatique permettant de mieux gérer le suivi administratif des partenariats au quotidien	Mai
4.2.4	- renforcement des visites de terrain chez nos partenaires	Printemps et automne
4.2.5	- poursuite des envois réguliers des newsletters PRO afin de communiquer sur le quotidien de l'OTC et l'actualité du territoire	Cf plan marketing