

Publié le 31 mars 2011

Saint-Tropez : Destination luxe

Vitrine de la station balnéaire azurée, la marque Saint-Tropez mise sur l'évènementiel et les partenariats avec des marques de luxe pour attirer une clientèle haut de gamme.



Qui ne connaît pas Saint-Tropez ? Avec ses 5 millions de visiteurs par an, est-il encore nécessaire de promouvoir la station balnéaire azurée ? « Sans aucun doute », assure le directeur de la [Sem Saint-Tropez Tourisme](#) Claude Maniscalco. Car si le village ne vise plus une augmentation du nombre de ses clients, l'heure est à la sélection d'une clientèle internationale haut de gamme. « Nos actions de promotion s'éloignent de plus en plus de la promotion touristique classique d'une destination axée sur le volume de voyageurs » explique Claude Maniscalco. C'est justement la raison d'être de la marque Destination Saint-Tropez. Outil de promotion du tourisme de luxe, la marque s'adresse à une minorité très exigeante en termes de qualité. D'où des actions de communication très ciblées autour des incontournables du patrimoine, de l'histoire, de la culture, et de la gastronomie et les produits du terroir.

L'axe de développement principal reste néanmoins l'évènementiel avec l'organisation d'une centaine de manifestations qui attirent des participants du monde entier. Parmi elles, les Voiles de Saint-Tropez, la Giraglia Rolex Cup, la Polo Cup, le Pandei Business Golf Cup, le Festival de musique du château de la Moutte, ou encore les rassemblements de Riva, Ferrari, Porsche pour ne citer que les plus prestigieuses. En s'associant à d'autres marques internationalement connues, Saint-Tropez, renforce ainsi son aura haut de gamme.

Déposée et protégée, la marque s'est également lancée dans l'attribution de licences pour la

réalisation de produits « labellisés ». Un autre moyen de promouvoir la destination sur le créneau qui l'intéresse, qui permet de générer des royalties, réinvesties dans ses actions de promotion. Dans la même veine, la marque travaille régulièrement avec des enseignes de forte notoriété pour réaliser des produits de luxe griffés Saint-Tropez. C'est le cas des sacs réalisés en collaboration avec Vuitton, Bardot ou encore Lancel.

Par Marie-Anne RAMAZZINA