

Publié le 1 septembre 2010

Tourisme : Internet, un pari gagnant pour le Golfe de St-Tropez

La Maison du tourisme du Golfe de St-Tropez a reçu le Trophée des Epl 2010 du développement économique pour sa nouvelle centrale de réservation en ligne. Une distinction qui vient récompenser une stratégie inédite de rassemblement et de diffusion de l'offre touristique du territoire.



+ 40 % de ventes en 2009, une progression à deux chiffres sur 2010. Moins de deux ans après son lancement, la nouvelle centrale de réservation de la [Maison du tourisme du Golfe de St-Tropez](#) a le vent en poupe ! Une évolution qui lui a valu une distinction aux [Trophées des Epl](#) 2010 dans la catégorie développement économique. À l'origine de ce succès, un [site Internet](#) dédié uniquement à la réservation qui a permis de fédérer sous une même bannière l'offre d'hébergement et de loisirs de l'une des principales destinations touristiques françaises.

Développé en étroite partenariat avec la société leader de l'informatique touristique B2F, le portail a rassemblé en moins de deux ans quelque 350 prestataires répartis sur douze communes, représentant 80 % de l'offre de séjour du territoire. Depuis la création d'une charte graphique au montage des produits en passant par la prise de photos et la rédaction des pages, ce travail de fourmi a mobilisé quatre salariés de la Maison du tourisme au cours des 18 derniers mois. Côté communication, le site s'appuie sur une stratégie de réseau qui lui assure une large publicité du local à l'international. Il est ainsi déjà présent sur une vingtaine de sites partenaires, des offices de tourisme de la région à des sites spécialisés tels qu'Allinfrance et Gallimard. « Jusque-là on ramait tout seuls, maintenant notre offre peut être routée sur n'importe quel réseau ce qui assure une

visibilité accrue de notre destination » se félicite le directeur de la Maison du tourisme Emmanuel Bertrand.

Traduite en cinquante langues, l'offre de séjours du Golfe de St-Tropez se positionne vers le tourisme étranger, qui représente déjà près de 38 % de sa clientèle. « L'objectif est de faciliter la réservation en direct pour notre clientèle étrangère », explique Emmanuel Bertrand. Une version professionnelle du site propose en outre un accès direct aux tarifs remisés pour les voyagistes et une version simplifiée pour smartphones devrait voir le jour d'ici début 2011. À l'heure où 60 % des séjours de vacances sont préparés via Internet, la nouvelle centrale de réservation semble promue à un bel avenir, et la destination avec !

Par Marie-Anne RAMAZZINA