

SPEED DATING n°4 : La clientèle familiale, les éditions dédiées

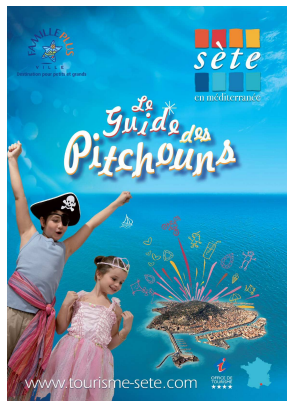
Corine BEAUJARD, Service Développement - Promotion, Responsable Qualité OT de Sète

OBJECTIFS / CONTEXTE:

La clientèle Famille est une cible marketing pour la ville de Sète. La promotion et l'organisation de la communication s'appuie à Sète sur le label Famille Plus (label National : 103 destinations en France).

La ville de Sète a obtenu le label Famille en 2008. L'OT a été partie prenante dans la mise en place de ce label qui a pour objectif le recensement, l'organisation et le développement d'une offre spécifique « Famille » afin de disposer d'une meilleure lisibilité/adaptation de l'offre pour favoriser l'accueil de cette clientèle.

PRESENTATION / VALORISATION DE L'OFFRE :



- L'offre à valoriser :

Le **guide des pitchouns** valorise l'ensemble de l'offre d'activités pour les enfants et les familles. Les prestataires Famille Plus y sont davantage mis en avant dans cette édition : + de texte, de couleur...

Les prestations adaptées à la Famille mais non labellisées Famille Plus y sont également citées mais de façon moins attractive.

- Les principes de présentation de l'offre

Présentation spécifique : guide coloré et dynamique avec descriptif de l'activité en écriture cursive comme celle des enfants

Vocabulaire spécifique : *découvrir, s'amuser*, plutôt que *apprendre, connaître*

Introduction de quizz, de jeux sur l'identité locale ... pour appropriation par les enfants et augmentation de la durée de vie du document

Déclinaison sur le site web de l'OT où la rubrique Pitchoun apparaît clairement dès la Home page → les enfants et la famille sont une entrée pour la découverte de la ville et la préparation du séjour

Diffusion du guide des pitchouns : à la banque d'accueil et par courrier ce qui permet de qualifier un fichier famille.

UN AUTRE EXEMPLE D'EDITION DEDIEE A UNE CLIENTELE SPECIFIQUE : LE GUIDE DU TOUTOURISME

Le guide du Toutourisme s'adresse aux propriétaires d'animaux de compagnie. Il a été créé pour accompagner les efforts de communication de la ville en matière de propreté urbaine et être un relais vers les touristes.



La démarche a été mise en place à l'origine par l'Office de Tourisme de Troyes, elle est maintenant relayée par le Club du Toutourisme nouvellement créé.

Chaque propriétaire de chien qui rentre à l'office de tourisme se voit remettre un guide du Toutourisme, un magazine 30 Millions d'amis (partenaire du Club du Toutourisme) et un Canisac.

Le guide recense des infos pratiques : plages, vétérinaires, pensions... et des prestataires touristiques (resto, hôtels..) engagés dans la démarche qui accueillent les animaux de compagnie (nb : ils mettent également à disposition une gamelle d'eau : le toutoubar !).

La possession d'animal de compagnie induit une recherche de prestations adaptées et guide le choix des hébergements et des activités pour les propriétaires qui ont désormais un guide dédié !

ANNEXE :

Présentation de la démarche de labellisation de l'OT de Sète (décembre 2010) :

<http://www.ot-herault.com/pros/labels-famille>

Editions dédiées à télécharger sur le site de l'OT de Sète :

<http://www.ot-sete.fr> rubrique Brochures