



Objectifs

La réalisation et l'implémentation de la destination Région Dents du Midi poursuit un double objectif. D'une part, elle tend vers l'adaptation et la modernisation du fonctionnement du tourisme régional selon la stratégie du canton, d'autre part, elle consolide, sur le terrain, la conviction que la direction commune est la meilleure perspective pour l'ensemble du tourisme de la Vallée d'Illicz. Aujourd'hui, le cadre « théorique » est posé. Il s'agit maintenant de le respecter et de le mettre en application ensemble. Après l'implication démontrée par tous, les attentes des milieux touristiques sont élevées et le besoin de résultats concrets se fait sentir. Concrètement, il s'agit :

A court terme?

1. De répartir les responsabilités par domaine d'activités stratégiques
2. De mettre en place les besoins infrastructurels et logistiques
3. De rassembler les équipes marketing
4. D'adapter la stratégie marketing pour mise en oeuvre progressive
5. De construire la collaboration entre les secteurs « animation » des trois offices
6. De construire la collaboration entre les secteurs « accueil-

information » des trois offices

7. De répartir les processus administratifs entre les Communes (RH, finances, logistiques)
8. D'adopter un plan touristique quadriennal intercommunal
9. De mettre en place une gouvernance horizontale Région Dents du Midi
10. De faciliter l'adaptation des organes touristiques locaux (société de développement)
11. De mettre en ?uvre un système de taxation touristique intercommunal homogène

A moyen terme?

1. D'appliquer un système de management intégré (normalisation, qualité interne)
2. De mettre en place des outils d'information et de communication à l'attention des parties prenantes
3. De regrouper physiquement les différents processus de Région Dents du Midi (information, marketing/vente, place de marché, qualité, événementiel)
4. De commercialiser et optimiser les principaux produits d'appel
5. De mettre à jour un site internet commun avec place de marché online
6. De développer un CRM commun (système de suivi et fidélisation du client)
7. D'intégrer complètement l'orientation « expérience »

A long terme?

1. D'obtenir des labels selon le positionnement des stations
2. D'améliorer de façon continue les infrastructures pour renforcer le positionnement de chaque station
3. De réajuster la stratégie marketing de destination
4. D'organiser la promotion intersectorielle de la Vallée d'Illeze

