

Publié le 11 janvier 2012

Le Golfe de Saint-Tropez dans la vague du Web

Pionnière dans l'utilisation du Web comme outil de promotion touristique dans les années 2000, la Maison du tourisme du Golfe de Saint-Tropez est aujourd'hui à la pointe de l'innovation sur internet.



« Aujourd'hui, le choix d'une destination se fait à 70 % via internet, explique Emmanuel Bertrand, directeur de la [Maison du tourisme du Golfe de Saint-Tropez](#). Il se confirme ensuite à travers les réseaux sociaux qui font office de bouche à oreille moderne ». En misant sur ce moyen de communication révolutionnaire dès le début des années 2000, la Sem varoise a su propulser le Golfe mythique dans l'ère du numérique, captant une clientèle française et internationale de plus en plus exigeante. « C'est un outil en constante évolution qui demande une adaptation permanente, d'où une refonte de nos sites tous les deux ans », précise Nadine Salvatico, présidente de la Sem.

La version 2012 ne dérogera pas à la règle avec des nouveautés qui augmenteront, à partir du printemps, encore d'un cran leur convivialité et leur efficacité. « Le site d'information proposera désormais un menu simplifié à l'extrême pour répondre immédiatement à trois questions clés : Où ? (où trouver l'information qu'on recherche), quoi ? (quelles informations) et carte ? (pour la géolocalisation) », poursuit Emmanuel Bertrand. Son contenu s'adaptera également aux trois formats populaires sur le marché : ordinateur, Smartphone et tablette.

Des passerelles vers les réseaux sociaux

« Le site de réservation, lui, disposera prochainement d'un agrégateur qui permet d'actualiser en direct l'offre des différents prestataires touristiques », ajoute le directeur de la Sem. Les tarifs du jour, ventes flash et autres promotions seront ainsi proposés en continu aux internautes, renforçant l'attractivité du site. « Des passerelles avec les principaux réseaux sociaux, à travers nos comptes Facebook, Twitter, à terme Flickr, ainsi que les avis clients, seront également développées ». Autre nouveauté : une offre commerciale « plus agressive » qui mettra en avant les points forts de la marque « Golfe de Saint Tropez Tourisme ». Les événements ou thèmes les plus porteurs – tels que le Championnat du Monde de jet ski à Cavalaire ou Les Voiles de Saint Tropez... – seront ainsi valorisés. « Parallèlement, les produits seront désormais présentés à travers des filières prioritaires, telles que « saveurs et terroir » (œnologie, recettes locales, ...), « pleine nature » (VTT, randonnées, équitation ..) ou encore « le Golfe côté mer » (plages, activités nautiques, ...) ». Une dynamique du Web renforcée à la demande des 12 communes du Sivu du Golfe, actionnaire majoritaire de la Sem présidée par Alain Benedetto, maire de Grimaud, qui devrait donner un sérieux coup de pouce à la destination.