

Actu locale Carpentras

Carpentras

Pour rendre la destination Ventoux plus visible et accessible

Le 15 mars, l'hôtel Le Nesk à Sault recevait le premier séminaire des offices de tourisme intercommunal intercommunaux (OTI) du Ventoux. Il a été question de la promotion du site.

Depuis quelques années les OTI du Ventoux travaillent ensemble, en distanciel, à la promotion des offres Ventoux sur les salons en particulier et en mutualisant les moyens. Ce séminaire a permis au personnel des OTI de Vaison Ventoux Provence, Porte du Ventoux Tourisme et de Ventoux Sud de mettre des visages sur des noms, de créer de la cohésion mais également d'identifier les différents référents.

Comme l'on peut le voir dans la dénomination des OTI, le Ventoux est partout du piémont au sommet, il fallait travailler ensemble pour « vendre une destination Ventoux ».

« Concevoir une entité pour travailler ensemble »

En 2018, les quatre offices de tourisme se sont réunis pour candidater au programme Smart destination auprès de la Région et obtenir un financement permettant de développer une destination intrarégionale. Pourquoi une marque de destination « Ventoux des terres aux sommets » ? « Pour conce-



« Ventoux des terres aux sommets », une marque qui regroupe les quatre offices de tourisme du Ventoux. Une quarantaine de conseillers séjours, community manager, responsable presse et communication, référent qualité tourisme, étaient présents pour ce premier séminaire. Photo Le DL/Daniel Villanova

voir la marque, il fallait avoir une entité qui puisse permettre à tous de travailler ensemble. C'est l'association Destination mont Ventoux Provence qui a ce rôle. La marque « Ventoux des terres aux sommets » est créée. Elle permet de rendre la destination plus lisible et attractive pour le client. Elle assure une cohérence territoriale à une échelle pertinente, en disposant d'un outil global au sein de l'attractivité générée par le Géant de Provence. Elle permet, également, d'accéder à une identité visuelle propre de la

marque et la partager pour la communication et la promotion de la destination, pour que demain cette marque soit celle qui soit synonyme de la destination Ventoux », explique Angélique Carballo, animatrice de la marque.

L'association à une particularité, le conseil d'administration est composé exclusivement de membres institutionnels comme le Parc naturel régional du mont Ventoux, les quatre communautés de communes, Ventoux Provence attractivité (VPA), l'AOC Ventoux, ou enco-

re l'association Ventoux métiers d'art et la région à travers le comité régional de tourisme Sud (CRT).

« Les métiers dans les offices de tourisme ont évolué. On est passé de l'hôtesse d'accueil à celui de conseiller en séjour, community manager, responsable presse et communication, référent qualité tourisme, etc. Pour toujours atteindre le même objectif, la satisfaction du visiteur qui est au cœur de nos métiers », conclut Elsa Aptel, responsable OTI Ventoux Sud.

● Daniel Villanova