



Politique de promotion de la Gruyère par le biais d'Internet

Introduction

Nous avons choisi la région de la Gruyère pour son aspect représentatif de la Suisse. Avec plus de 800'000 visites uniques annuelles, le site internet de la Gruyère est devenu le site internet le plus visité dans le canton de Fribourg et a connu une grande croissance. Suite à ce choix, nous avons focalisé notre attention sur l'utilisation d'Internet en termes de promotion et de communication afin de comprendre le rôle qu'il y tient.

Enquête

Possédant un site internet depuis plus de 15 ans, également présent sur les réseaux sociaux depuis environ 5 ans, ces nouveaux outils ont permis à l'office du tourisme de la Gruyère de communiquer de manière plus large avec un public étranger à la région. Pour illustrer ceci, nombreux forfaits avec nuitées sont réservés sur le site donc on peut imaginer qu'une partie de ces touristes n'auraient pas réservé s'ils n'avaient pas eu l'opportunité de le faire online. Le e-marketing est un outil très intéressant pour cibler au maximum la communication afin d'être le plus efficace possible et de dépenser au mieux le budget de promotion. La promotion de la Gruyère vise la clientèle suisse, notamment les suisses allemands parce qu'elle ne bénéficie pas du budget pour se promouvoir au niveau international. C'est pourquoi, l'office de tourisme « Fribourg Région » en collaboration avec Suisse Tourisme s'occupent de faire venir les touristes au niveau international.

Conclusion

Cette étude de cas a mis en évidence le fait que la région de la Gruyère compte en grande partie sur internet et les réseaux sociaux pour la promotion de leur patrimoine. Cela exprime avec pertinence les besoins actuels de l'utilisation des nouvelles technologies dans la promotion d'une région. A plus grande échelle, cela se vérifie car une grande majorité des régions phares de la Suisse utilisent internet et les réseaux sociaux en raison de leur portée.

Questions-réponses, La Gruyère Tourisme

1. Avez-vous constaté une augmentation des arrivées, suite à votre présence sur le net et votre utilisation des réseaux sociaux dans le cadre de la promotion de votre région ?

C'est impossible à dire malheureusement. Nous avons un site internet depuis plus de 15 ans et nous sommes sur les réseaux sociaux depuis 5 ans environ.

Mais c'est sûr que ces outils nous permettent de communiquer largement avec un public qui aurait été hors de portée sinon (notamment à l'étranger). De plus, notre site internet a connu une grande croissance pour être maintenant le site touristique le plus visité du canton de Fribourg avec plus de 800'000 visites uniques annuelles.

De nombreux forfaits avec nuitées sont réservées sur notre site donc on peut imaginer qu'une partie de ces touristes n'auraient pas réservé s'ils n'avaient pas eu l'opportunité de le faire online.

2. Avez-vous une méthode particulière ayant pour but de cibler une clientèle spécifique ?

Lors de nos campagnes de promotion, nous ciblons au maximum notre communication afin d'être le plus efficace possible et de dépenser au mieux le budget. Pour cela, le e-marketing est un outil très intéressant car on peut cibler par code postal notamment (sur google adword par exemple ou pour de la publicité avec des banners). Nous ciblons également certaines régions et lectorats quand nous faisons de la publicité dans des magazines ou journaux.

Idem avec des mailings et e-mailing, selon des codes postaux qui nous intéressent.

3. Par la promotion de La Gruyère, avez-vous pour premier objectif de toucher la clientèle Suisse ou étrangère ? Pourquoi ?

Nos promotions propres visent la clientèle suisse, notamment suisse-allemande, nous n'avons tout simplement pas le budget de faire plus. L'étranger est travaillé par FRIBOURG REGION en collaboration et Suisse Tourisme également auxquels nous payons des cotisations pour être représentés dans différents pays.

4. Quels attraits touristiques de la région de la Gruyère tentez-vous de promouvoir par le biais de votre présence sur internet ?

Nous essayons de mettre en avant la variété de l'offre présente dans notre région : il y a le côté « traditions » et « gastronomie » que beaucoup de gens connaissent déjà, mais il y a aussi un aspect « nature/outdoor » avec le Parc Naturel Gruyère Pays d'Enhaut notamment ainsi que le Lac de La Gruyère, les préalpes etc. Il y a aussi un côté « wellness » présent notamment à Charmey avec des hôtels haut de gamme et les Bains de La Gruyère. La Culture est aussi un point fort avec de nombreux musées, deux châteaux, des circuits historiques/thématiques.

Nous souhaitons montrer aux touristes/internautes que notre région vaut la peine d'être visité et de s'y attarder plusieurs jours car l'offre est vaste.

Nous souhaitons également montrer que la région bouge avec de nombreuses manifestations, fêtes, festivals, etc.

5. Quelles sont pour vous les valeurs clés de votre région que vous souhaitez transmettre à votre clientèle ?

- « Swissness » (La Gruyère = petite suisse à traditions, authenticité, folklore, montagnes, lacs, fromage, fondue, chocolat, culture, vache, petit, proximité des sites dans une même région...)
- Nature (côté « vert », « vaches », randonnée, sport, lac, montagne, calme, paysages, parc naturel, faune, flore...)
- Caractère (produits du terroir, sympathique, convivial, art de vivre, traditions, fierté...)