

# La Vallée d'Aoste, une région touristique à découvrir



**par Ennio Pastoret,**  
Assesseur au tourisme, aux sports,  
au commerce et aux transports  
de la Région autonome Vallée d'Aoste

**S**ituée aux confins des Alpes françaises et suisses, entourée par les 4000 les plus prestigieux des Alpes - le Mont-Blanc, le Mont-Rose, le Cervin et le Grand-Paradis - la Vallée d'Aoste est un véritable paradis pour les amateurs de sports d'hiver, qu'il s'agisse des disciplines traditionnelles, comme le ski alpin et le ski nordique ou du ski alpinisme, de l'héliski, du kite-ski et des promenades en raquettes.

Dans ses 28 stations de ski, petites et grandes, la Vallée d'Aoste offre aux skieurs des remontées mécaniques modernes et rapides qui leur font oublier les longues files d'attente, et des installations d'enneigement artificiel sont mises à contribution quand les chutes de neige ne sont pas assez abondantes. La région compte 878 km de pistes de descente, 300 km de pistes de ski de fond et 166 installations par câble.

La Vallée d'Aoste surveille avec intérêt le marché francophone et renforce sa présence aux principaux rendez-vous promotionnels comme le Salon de la Randonnée de Paris, auquel elle a participé en 2006 en qualité d'invité d'honneur et où le stand de l'Assessorat régional du tourisme a été visité par de nombreux jeunes, toujours attirés par les nouveautés sportives et les vacances à l'enseigne du dynamisme.

Parmi les différentes initiatives promotionnelles, il est à signaler la présentation du dossier de presse intitulé «Les refuges, découvrez la montagne autrement» réalisé

conjointement par la Savoie et la Vallée d'Aoste.

L'Assessorat régional du tourisme a également approuvé la campagne publicitaire 2005/2007 lancée en France, en Suisse et en Belgique par l'agence DDB Nouveau Monde d'Annecy.

Cette action de promotion se décline en différents supports tels des magazines sélectionnés en fonction de leur lectorat, des actions ciblées réalisées grâce à Internet, et la vente directe.

Les supports français sont, d'une part, les périodiques *Télérama*, *Le Nouvel Observateur*, *Le Monde 2* et *Courrier International* et, d'autre part, les sites *Yahoo-Voyages*, *Nouvel Observateur-Voyage*, *Last Minute-Jeu* et *Advertising-Voyages Tourisme*.

En Belgique, l'image de la Vallée d'Aoste sera diffusée sur *Victor*, supplément du quotidien *Le Soir*, et sur les sites *Yahoo-Voyages* et *Adlink-Voyage Tourisme*.

En Suisse, la campagne publicitaire s'appuiera sur le journal *L'Hebdo* et sur le site *Adlink-Voyage Tourisme*.

Cette campagne se traduit également par douze courriels d'information adressés à environ vingt-mille internautes, par la distribution de brochures proposant des offres spéciales et des jeux-concours dans les compartiments 1ère classe des TGV Paris-Bruxelles et Paris-Genève et par l'insertion de pages publicitaires dans les guides touristiques francophones présentant l'Italie, comme le *Guide Géo-Gallimard* ou le *Guide du routard*. ■