



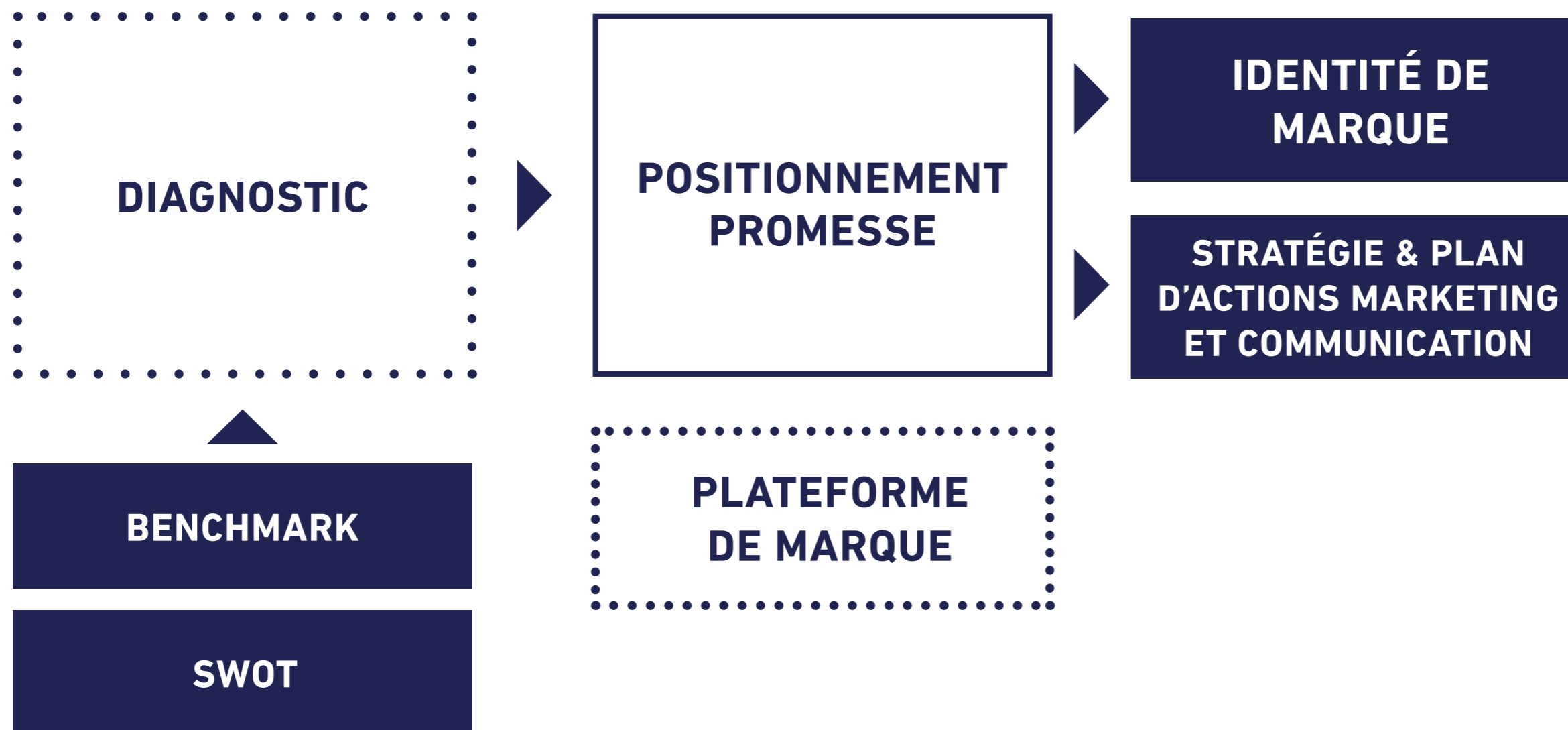
OFFICE DE TOURISME DE L'ALBANAIS

PLATEFORME DE MARQUE

2018

/// INTRODUCTION

Méthodologie pour l'élaboration de l'identité de marque



/// FONDEMENTS DE LA MARQUE

/// FONDEMENTS DE LA MARQUE

Éléments du brainstorming « Office de Tourisme de l'Albanais »

Compétences

- > Professionnalisme et savoir-faire qui existent et sont à développer
- > Accueillir
- > Faire venir les touristes sur le territoire
- > Faire rayonner / promouvoir la destination
- > Fédérer les acteurs touristiques

Forces

Institution

- > Proche des publics / fidélisation
- > Équipe investie et acteur, volontaire et dynamique
- > Volontarisme pour exister
- > Proximité et professionnalisme
- > Reconnaissance par le monde touristique
- > 170 partenaires de l'OT sur 18 communes + pays d'Alby

/// FONDEMENTS DE LA MARQUE

Éléments du brainstorming « Office de Tourisme de l'Albanais »

Territoire

- > Une empreinte territoriale forte / authenticité
- > Originalité des points touristiques / possibilité d'expériences originales
- > Les "locomotives" voisines apportent des flux touristiques dans le territoire
- > Différents de sites touristiques renommés et voisins (lacs, montagnes, villes)
- > Pépites, trésors cachés
- > Variété de l'offre
- > Ville/campagne – industrie/agricole
- > Bol d'air / patrimoine de pleine nature
- > Calme
- > Qualité et diversité des paysages, espaces préservés
- > Tourisme industriel
- > Cours d'eau remarquables
- > Situation géographique / maillage et infrastructures routières très diversifiées

/// FONDEMENTS DE LA MARQUE

Éléments du brainstorming « Office de Tourisme de l'Albanais »

Points de différence

- > Originalité et diversité des paysages
- > Les pépites (dans le Chéran et dans le Fier par exemple)
- > Proximité / simplicité
- > Les grands espaces

Axes de développement / ambitions

- > Mieux valoriser nos atouts / offres touristiques
- > Rendre notre territoire plus attractif et plus accueillant
- > Structurer une destination
- > Mobiliser une force vive
- > Se démarquer
- > Compter entre les territoires à la forte notoriété / exister parmi tous les autres
- > Professionnalisation de l'accueil sur le territoire
- > Créer une réelle ambition touristique avec une vision partagée
- > Ne pas perdre de vue ce qu'on est

/// FONDEMENTS DE LA MARQUE

Éléments du brainstorming « **Office de Tourisme de l'Albanais** »

Risques / manques / contraintes

- > Proximité de sites touristiques voisins forts / entre 2 territoires très attractifs
- > Urbanisation trop importante du territoire qui remettrait en cause ce qui fait sa richesse
- > Absorption par les grands territoires voisins et disparition du territoire
- > Gros enjeux de mobilité et de qualité urbanistique
- > Complexes vis-à-vis des voisins
- > Manque de lisibilité et de visibilité / attractivité du territoire mal connue
- > Manque de vision commune sur la légitimité à être une destination touristique
- > La grenouille qui veut être plus grosse que le bœuf
- > Moyens financiers
- > Manque de structures d'accueil (hébergement) et d'infrastructures
- > Acteurs du tourisme vieillissants
- > Des atouts à forts potentiels pas assez mis en valeur

/// FONDEMENTS DE LA MARQUE

Éléments du brainstorming « **Office de Tourisme de l'Albanais** »

Cibles

- > Habitants du bassin de vie
- > Visiteurs / touristes (français et étrangers + touristes de destinations voisines)
- > Acteurs du tourisme partenaires

Personnalité / valeurs :

- > Tourisme familial
- > Territoire où il fait bon vivre
- > Ouverture à l'autre et aux destinations voisines
- > Fierté du territoire
- > Performance

/// FONDEMENTS DE LA MARQUE

Éléments du brainstorming « Office de Tourisme de l'Albanais »

L'idéal

- > Territoire accessible, authentique, diversifié et ressourçant
- > Territoire à découvrir (qui se mérite)
- > Bol d'air, vivifiant, ressourçant
- > Nature préservée
- > Original et étonnant, familial
- > Expérience authentique et à tenter
- > Un tourisme riche de nature à arpenter et d'hommes et de femmes à rencontrer
- > Identité différenciante, ambitieuse et moderne
- > Simplicité décomplexée mais moderne, diversité
- > Une image paisible et reposante en contraste avec les grandes agglos
- > Sobriété dans ce que l'on peut proposer
- > Autrement authentique
- > Le Piémont Piézac
- > Valoriser les atouts de ce territoire

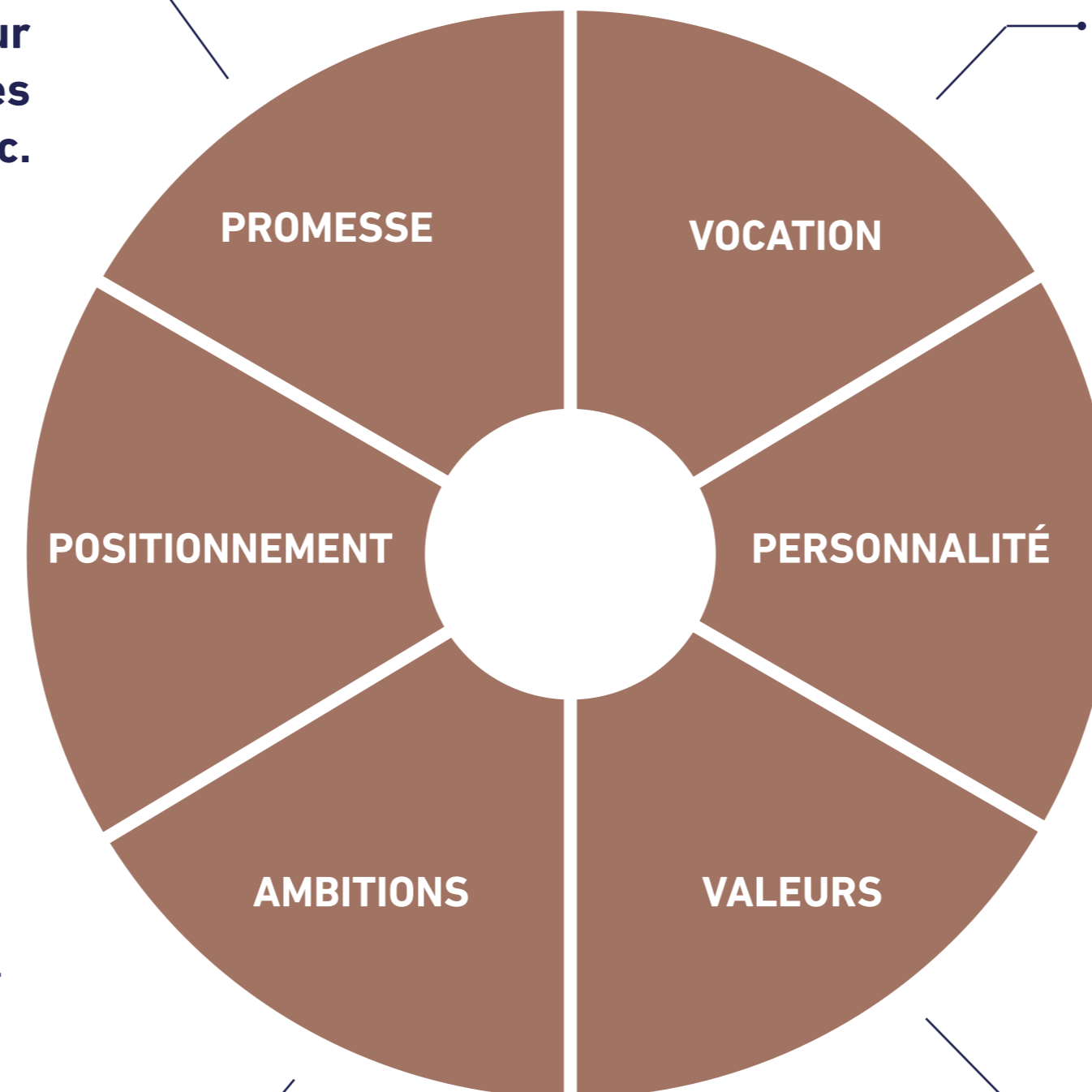
/// PLATEFORME DE MARQUE

/// PLATEFORME DE MARQUE : OFFICE DE TOURISME

Un territoire insoupçonné offrant une somme de pépites surprenantes et un ressourcement véritable au cœur de la nature. L'idéal pour découvrir toutes les facettes de la destination Savoie Mont Blanc.

Un territoire accessible, authentique et ressourçant qui offre une grande diversité d'activités. Une offre complémentaire aux destinations voisines promettant grands espaces, calme et un patrimoine riche.

Valoriser les atouts touristiques et économiques.
S'appuyer sur les destinations voisines en proposant une offre complémentaire.
Maintenir et développer l'appartenance à la destination Savoie Mont Blanc.
Développer les infrastructures et professionnaliser l'offre.



Promouvoir et faire rayonner le territoire auprès de ses différentes cibles en assurant la valorisation et le développement de l'offre touristique.

Une entité dynamique et investie des atouts de son territoire et qui souhaite partager la fierté et le dynamisme de ses patrimoines.

Ouverture
Ambition
Intelligence collective