

Dossier de presse

CARTE D'IDENTITÉ **Destination Marais poitevin**

> 1,4 million de visiteurs par an

> 15 000 lits touristiques,

> 24 embarcadères, dont 12 labellisés « Engagement Qualité »

> 850 km de pistes cyclables balisées

> 11 nuitées (durée moyenne de séjour)

> 80 000 cartes touristiques éditées / an

> 1 million de sets de table vendus

Un Collectif de promotion touristique concertée

Présentation

Depuis plusieurs années, le Parc naturel régional du Marais poitevin, les Agences de Développement Tourisme de Charente-Maritime, des Deux-Sèvres, de Vendée, les Offices de Tourisme Aunis Marais poitevin, Niort-Marais poitevin-vallée de la Sèvre niortaise et Sud Vendée Tourisme se sont regroupés pour faire émerger la **Destination Marais poitevin** au delà des limites départementales.

A ce titre, le Collectif travaille sur la mise en commun d'outils et d'actions de promotion de la **Destination Marais poitevin**.

Actions mises en œuvre jusqu'en 2015

- Edition d'un magazine,
- Présence et stratégie et présence sur les Réseaux sociaux,
- Organisation de voyages de presse et édition d'un dossier de presse français / anglais,
- Missions photos,
- Production de contenus,
- Réalisation de vidéos de promotion,
- Participation à des salons touristiques,
- ...

Nouveau look, nouvelle image, nouvelle Marque

En 2015, le Collectif a lancé une réflexion pour le lancement d'une nouvelle identité visuelle et de nouveaux outils de promotion.

Un *kit com* commun sera mis à disposition de l'ensemble des partenaires et des prestataires touristiques du Marais poitevin (Offices de Tourisme, prestataires touristiques, collectivités).

Une nouvelle Marque qui comprend :

1 > Un logo, une signature, une charte graphique. *Attractivité.*



Le Collectif a souhaité donner (ou redonner) à la **Destination Marais poitevin** une dimension associée aux séjours et aux vacances en véhiculant une image dynamique et familiale de la destination, où chacun peut s'y projeter et vivre une expérience « nature et évasion ».

Pour cela, il a souhaité créer en identité visuelle, symbole du territoire, qui comprend :

- Un logo,
- Une signature,
- Une charte graphique.

Un logo

Il a pour vocation de faire de ce territoire une vraie destination de vacances et de séjours.

Il permet de sortir de l'image de la destination de passage et se hisser au niveau d'une destination à part entière. La destination originale par excellence.

Le Marais poitevin, mon Parc naturel d'attractions

La signature donne une image dynamique et familiale de la **Destination Marais poitevin** en mettant en valeur ses particularités : nature, havre de paix, dépaysement, rupture avec le quotidien. Cette signature est aussi la caution de vacances uniques et alternatives. Elle est associée à des vacances synonymes de grandes et belles expériences et s'inscrit dans une démarche naturelle, humaine et vraie.

Cette identité visuelle sera mise à la disposition de tous (Offices de tourisme, prestataires touristiques et collectivités). Elle est destinée à exprimer globalement un message cohérent et de renforcer la visibilité de la destination dans un univers concurrentiel encombré et de plus en plus large... en affirmant l'identité, la personnalité, les richesses et les valeurs du Marais poitevin.

2 > Un nouveau site internet. *Innovant.*

www.parc-marais-poitevin.fr

Embarquement immédiat > **Destination Marais poitevin** s'offre un tout nouveau site internet.

Être séduit, avec site internet surprenant.

Une vitrine pour séduire, attiser la curiosité et l'envie.

Ce nouveau site internet a été pensé et construit pour une immersion totale des visiteurs en ligne.

L'internaute sera invité à découvrir la **Destination Marais poitevin** autrement, au gré de ses envies, grâce à une navigation totalement inédite, basée sur des interactions, des visuels plein écran, des vidéos, des sons...

Être surpris, par une destination époustouflante, où l'on ne s'ennuie pas.

L'utilisateur pourra découvrir ou redécouvrir toutes les facettes, toutes les possibilités et toute la beauté du Marais poitevin.

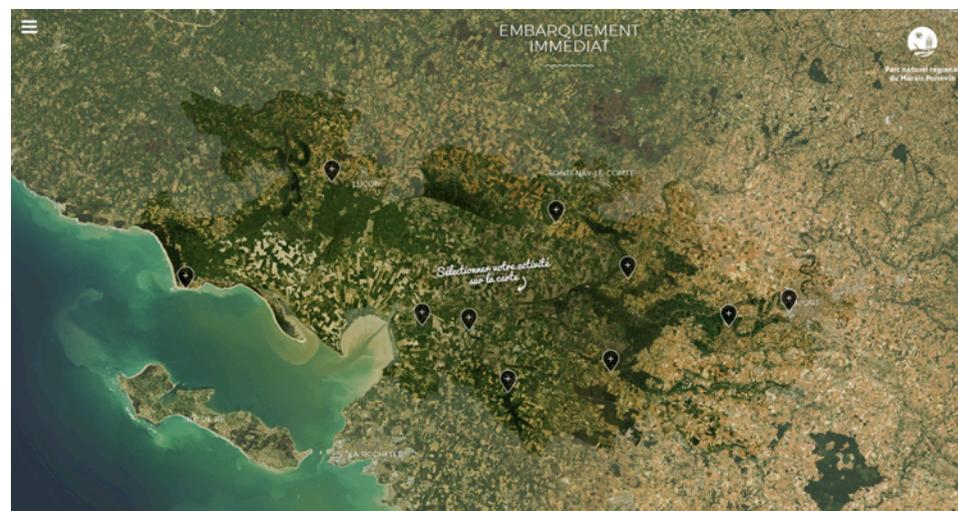
Partager ses coups de cœur, sans modération.

A tout moment, l'internaute pourra partager, sur ses réseaux sociaux favoris, ses coups de cœur : une photo, un écran, une vidéo...

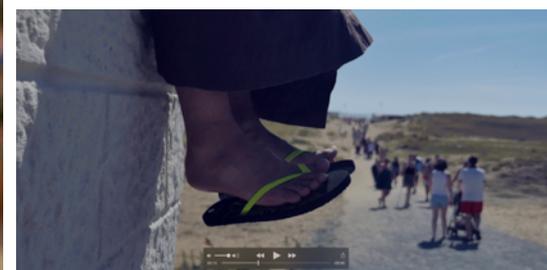
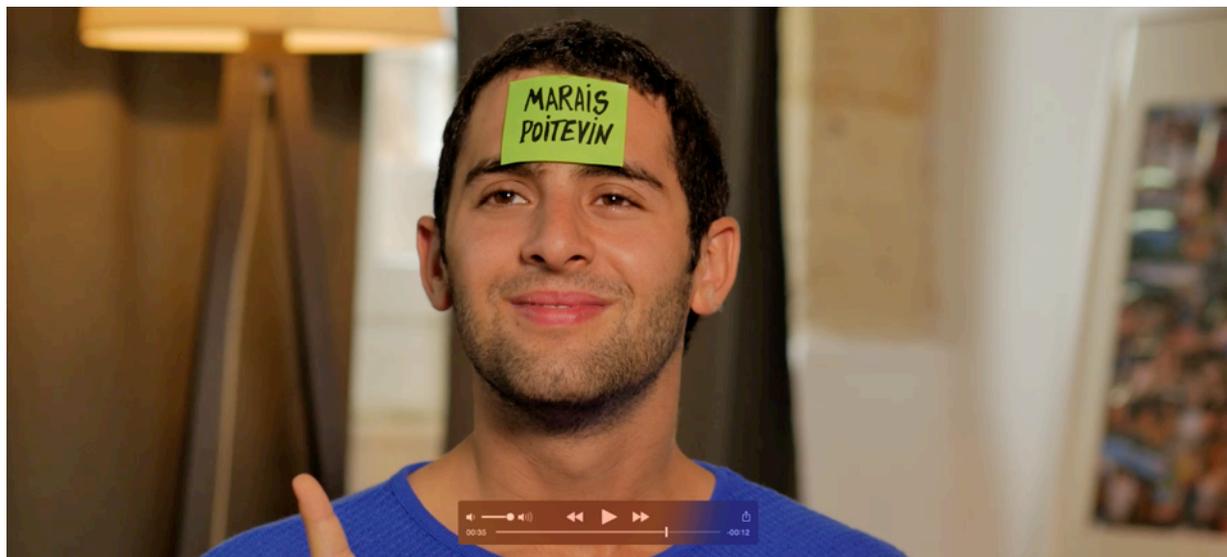
Le site internet lui offre également la possibilité de créer son carnet de voyage virtuel et de le partager.

Préparer et réserver son séjour.

Le futur visiteur pourra facilement réserver un hébergement ou une activité, et sera orienté très facilement vers les sites internet des Offices de tourisme de Charente-Maritime, Deux-Sèvres et Vendée. Il y trouvera toutes les informations pratiques et tous les contacts pour préparer son séjour.



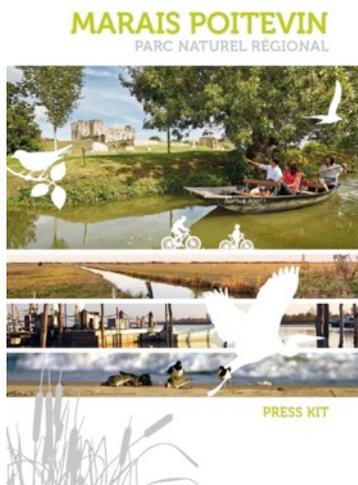
3 > De courtes vidéos de promotion. *Pour un ton décalé.*



En complément des outils précédemment cités, le Collectif a souhaité disposer d'outils pour le web et les réseaux sociaux. Ainsi 3 teasers (courts films de 40 secondes) ont été réalisés. Ils présentent la **Destination Marais poitevin** de façon décalée et humoristique. Ils seront diffusés sur les pages Facebook et Twitter des membres du Collectif, mais également sur les chaînes telles que Youtube, Vimeo ou Dailymotion.

Les prestataires, les habitants et les internautes pourront s'approprier librement ces vidéos et en assurer la diffusion sur leurs propres supports. De nouveaux teasers seront produits dès l'an prochain.

5 > Un dossier de presse. *Relooké et traduit.*



Suite à la tempête de 1999, les Agences de développement en mis en place des voyages de presse pour redonner une image positive et de destination touristique du Marais poitevin.

Ces voyages de presse ont perduré et ont permis de bénéficier d'une couverture presse importante (Presse quotidienne régionale, nationale, télévision, supports belges, anglais mais également allemand ou encore néerlandais).

En 2015, le Collectif a mis à disposition de la presse un dossier de 28 pages qui présente le Marais poitevin et ses richesses (son patrimoine naturel, architectural et historique, les activités économiques et le tourisme). Cet outil richement illustré met également en avant des personnes ressources et les coordonnées des prestations présentées.

Une version anglaise, de 12 pages a également été éditée au printemps 2015, le Marais poitevin ayant une clientèle anglophone importante.

6 > Un kit com. *Pour une communication à l'unisson.*



Comme pour l'identité visuelle, le Collectif met à disposition des prestataires touristiques l'ensemble de ces documents, mais plus encore...

Une clé USB sera remise aux prestataires touristiques lors des évènements de présentation de la nouvelle marque.

Son contenu :

- Plus de 100 photos (libres de droits) de qualité pour illustrer les supports de promotion et de communication (web ou papier),
- le logo,
- la signature
- le guide d'utilisation de l'identité visuelle.

LE MARAIS POITEVIN

MON PARC NATUREL
D'ATTRACTIONS

17 79 85

Contacts presse

Parc naturel régional du Marais poitevin

Séverine Le Ridant

s.leridant@parc-marais-poitevin.fr

05 49 35 15 20

Charente-Maritime Tourisme

Stéphane Morand

Stephane.morand@en-charente-maritime.fr

05 46 31 71 71

Agence de développement touristique des Deux-Sèvres

Pascaline Ricard

pricard@adt79.fr

05 49 778 779

Vendée Expansion

Fabienne Couton-laine

f.couton-laine@vendee-expansion.fr

02 51 44 90 00

