DESTINATION

CHARTREUSE

Guide de marque touristique

Chartreuse Tourisme

L'agence de promotion & commercialisation de la Destination Chartreuse

Parc naturel régional de Chartreuse

SOMMAIRE

Vous êtes prestataire d'activité, hébergeur, restaurateur, commerçant, office de tourisme...

Votre activité s'organise en Chartreuse, massif reconnu par le public et par le monde institutionnel comme une destination touristique à part entière.

Notre destination est désormais dotée d'une stratégie marketing aboutie. Nous vous la présentons dans ce guide, avec l'objectif de renforcer la visibilité de notre destination par un cadre de communication et de promotion partagé

1 **LA CHARTREUSE, NOTRE TERRITOIRE, NOTRE DESTINATION**
PAGE 3

2 **LA MARQUE DE DESTINATION, C'EST QUOI ?**
PAGE 10

3 **NOTRE STRATÉGIE MARKETING**
- NOTRE POSITIONNEMENT
- NOS CLIENTELES CIBLES
- LES FONDEMENTS DE LA MARQUE

PAGE 13

4 **NOTRE IDENTITÉ GRAPHIQUE**
PAGE 26

5 **DESTINATION CHARTREUSE À MOTS CHOISIS**
PAGE 32

6 **SAISISSEZ-VOUS DE LA MARQUE !**
- QUI PEUT UTILISER LA MARQUE **DESTINATION CHARTREUSE ?**
- LA MARQUE À VOTRE SERVICE <-> VOTRE CONTRIBUTION À LA MARQUE
- EN PRATIQUE / LIENS UTILES / CONTACTS

PAGE 46

1 LA CHARTREUSE, NOTRE TERRITOIRE, NOTRE DESTINATION

Le rayonnement de la liqueur des moines Chartreux et du Monastère de la Grande Chartreuse, bénéficie à la **DESTINATION CHARTREUSE** et marque indéniablement son identité.

Notre destination, Parc naturel régional, regorge de nombreuses autres richesses qui contribuent, elles aussi, à lui forger une identité propre...

...son patrimoine naturel,

Ses reliefs et paysages,

Les Réserves naturelles

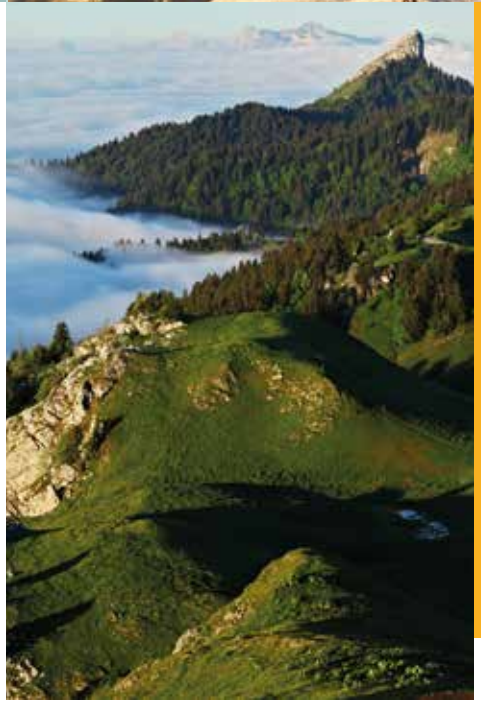
des Hauts de Chartreuse et du Lac d'Aiguebelette,
des espèces végétales et animales protégées,
un patrimoine géologique remarquable,

Une forêt qui couvre les 2/3 du massif labélisée

pour partie « forêt d'exception® » et dotée de la 1re AOC pour les bois de construction de France : l'AOC Bois de Chartreuse.

Une rivière de renommée nationale (Le Guiers)

dont un tronçon dans les gorges du Guiers Mort est labellisé Rivières Sauvages.



...des pépites et ambassadeurs de renommée internationale

La liqueur des pères Chartreux

La Coupe Icare,
événement sportif de renommée mondiale

La Dent de Crolles
site de spéléolgie de renommée européenne

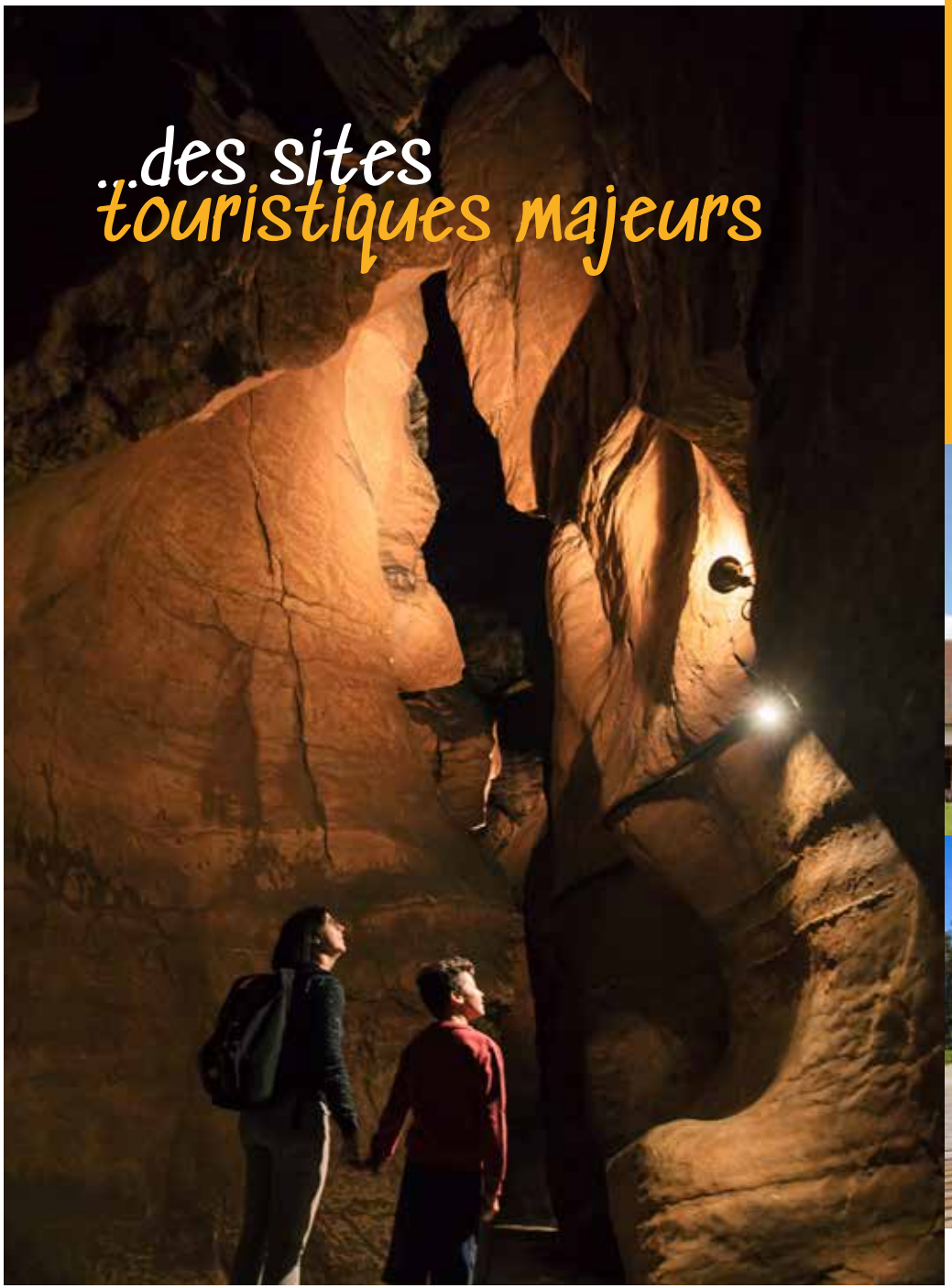
Des artistes et sportifs de renom :
Arcabas, Thierry Martenon, Jules Lapierre...

...ses savoir-faire :

De nombreux artisans, des productions fermières diversifiées

dont plusieurs appellations d'origine
(vins de Savoie, Noix de Grenoble, Saint Marcellin, Raclette de Savoie)

La Route des Savoir faire et des sites culturels



...des sites touristiques majeurs

accueillant plus de 20 000 visiteurs à l'année :
Rivier'Alp, le site historique des Grottes de Saint Christophe,
le Funiculaire de Saint Hilaire, le Musée Arcabas
en Chartreuse et le Musée de la Grande Chartreuse.

Une multitude d'activités de pleine nature

À deux pas de Chambéry, Grenoble et Voiron.

- **1 350 KM** de sentiers balisés
- **8 DOMAINES SKIABLES ALPINS**
- **6 DOMAINES NORDIQUES**
- **1 STATION TRAIL**
- **DE NOMBREUX ITINÉRAIRES VTT ET CYCLO**
- **DE NOMBREUSES ACTIVITES DE PLEINE NATURE**

*source source METT AURA actualisé décembre 2021

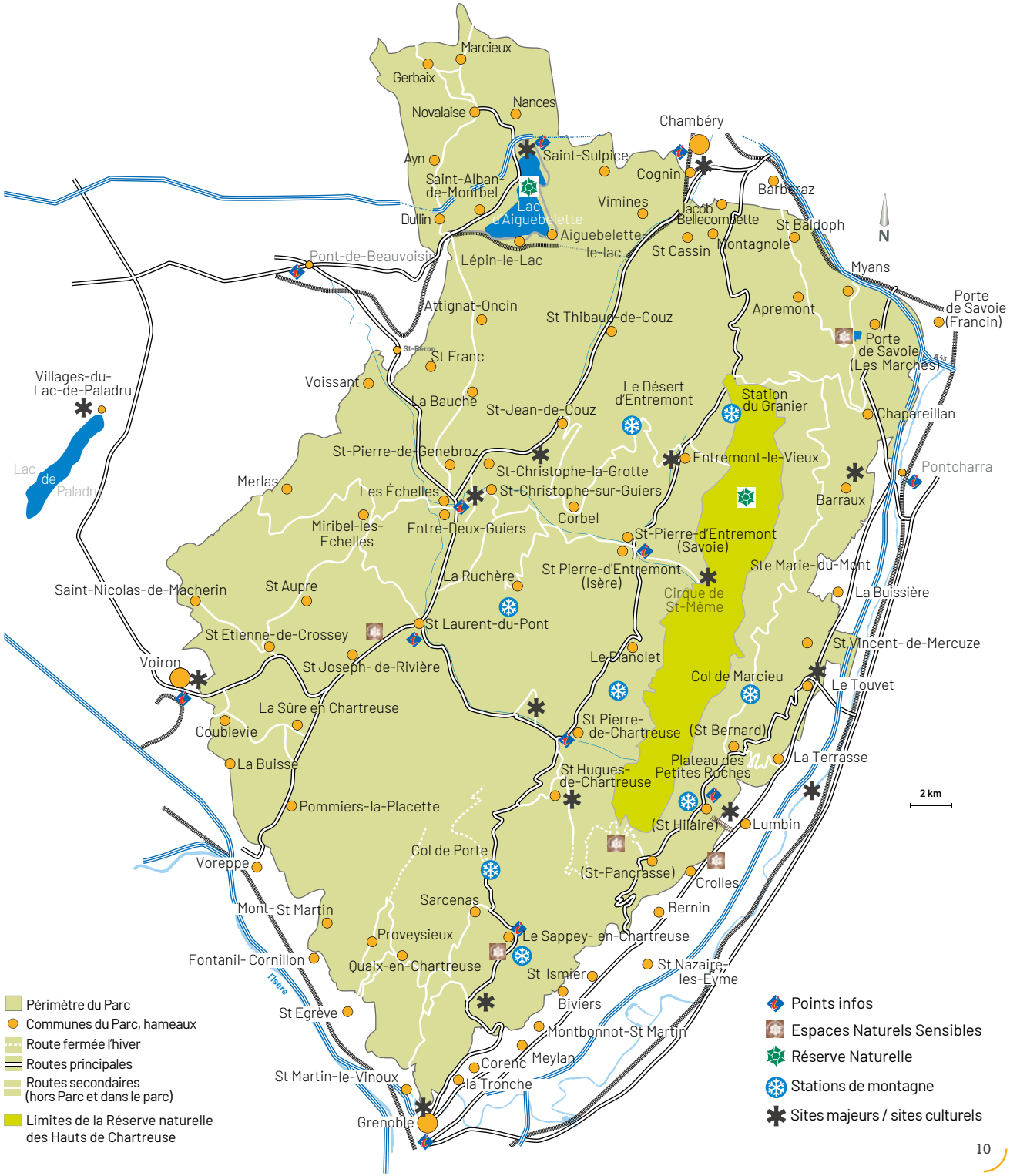
La destination en quelques chiffres

- **11 800 LITS TOURISTIQUES MARCHANDS**
  ↘ 700 000 NUITÉES MARCHANDES PAR AN*
- **15 800 LITS EN RÉSIDENCE SECONDAIRE**
  ↘ 300 000 NUITS EN RÉSIDENCES SECONDAIRES PAR AN*
- **1 650 SALARIÉS**
  ↘ RATTACHÉS AU SECTEUR TOURISTIQUE*

*source source METT AURA actualisé décembre 2021

La Destination Chartreuse

7 communautés de communes, métropoles et agglomération se partagent la responsabilité de la destination : les communautés de communes Coeur de Chartreuse, du Grésivaudan, du Coeur de Savoie, du Lac d'Aiguebelette, la Communauté d'agglomération du Pays Voironnais, les Métropoles de Grenoble et Chambéry.

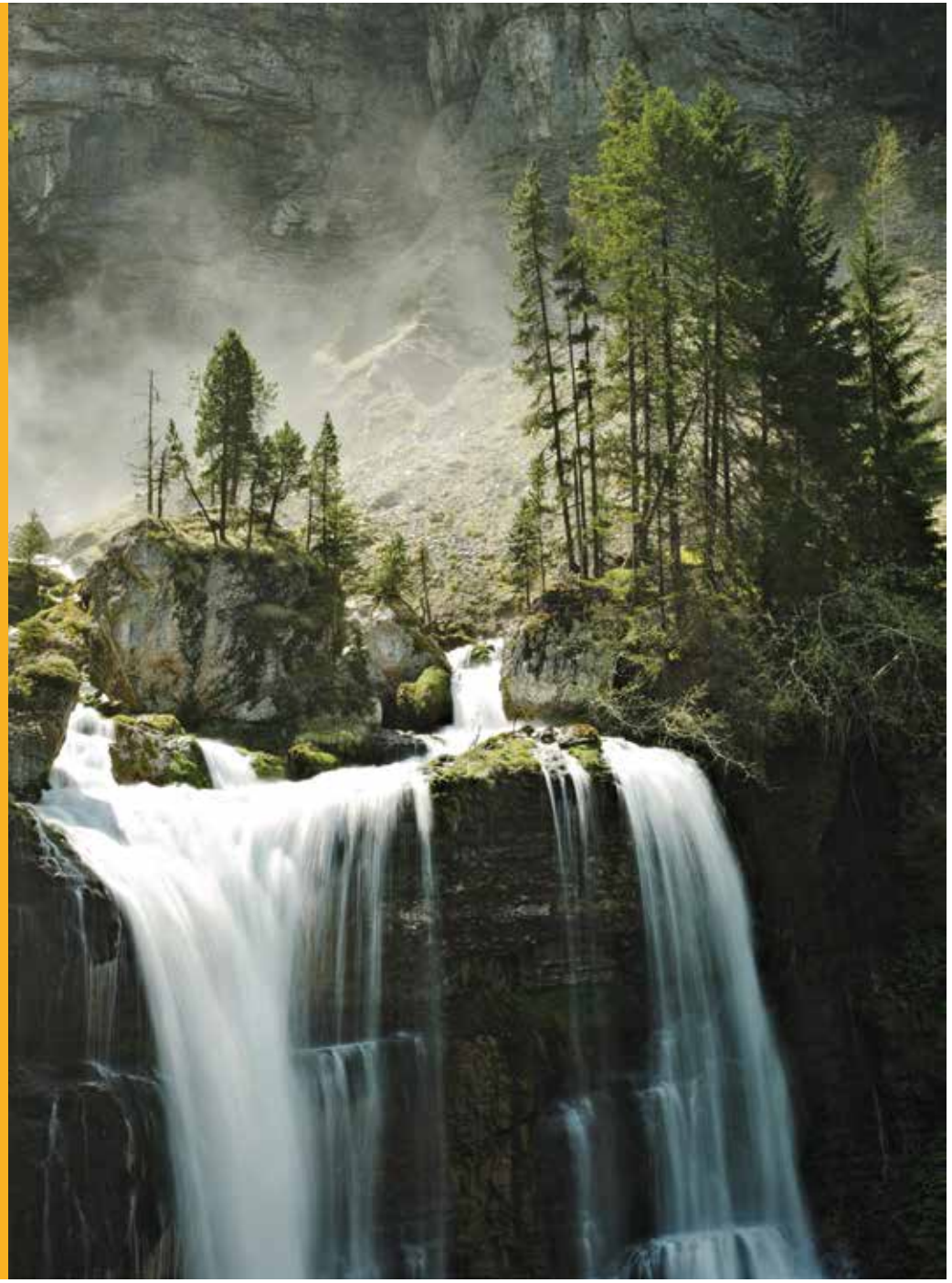


2 POURQUOI UNE MARQUE DE DESTINATION ?

La marque Destination Chartreuse répond à deux ambitions :

- Promouvoir la Chartreuse en la distinguant des autres destinations : la marque renforce la visibilité et l'attractivité de la **DESTINATION CHARTREUSE**, en la dotant d'une signature distinctive/différenciante.

- Rassembler les partenaires touristiques en créant "un fil rouge" entre toutes les communications touristiques, construisant un lien au territoire et permettant de s'unir pour une meilleure lisibilité de la destination.



La marque Destination Chartreuse découle d'une stratégie marketing

et s'exprime avec une identité graphique et une charte éditoriale : la forme et le fond, associés pour porter haut les couleurs de notre destination.

Elle est pilotée par l'association Chartreuse Tourisme,

agence de promotion et de commercialisation de la **DESTINATION CHARTREUSE**, en partenariat avec le Parc naturel régional de Chartreuse et les 7 Offices de tourisme intercommunaux / métropolitain qui composent la destination.

Une marque partagée

Une étude fondatrice de 2014 a permis de définir la stratégie marketing touristique de notre destination à travers :

- → UN POSITIONNEMENT MARKETING
- → DES CLIENTÈLES CIBLES
- → LES FONDEMENTS DE LA MARQUE

Par le biais de rencontres et d'ateliers avec un échantillon d'acteurs touristiques, les enjeux se sont dessinés et la marque **DESTINATION CHARTREUSE** est née.

Ce travail a permis d'identifier les besoins et les atouts du territoire et d'imaginer les contours de la marque **DESTINATION CHARTREUSE**.

Bien plus qu'une marque, c'est une **démarche commune** qui est proposée, permettant de **fédérer les acteurs** autour d'**ambitions partagées**.

3 NOTRE STRATÉGIE MARKETING

* POSITIONNEMENT

Le positionnement marketing est la synthèse des clefs choisies en termes d'identité de la destination, et de ce qu'elle peut offrir à ses clientèles pour :

- donner une direction pour le développement touristique du massif,
- mettre en avant la Chartreuse dans des actions de promotion cohérentes.

Depuis près de 1 000 ans, la Chartreuse cultive ses mystères... Une destination qui apporte sérénité et plaisir, sensations et rencontres dans un environnement naturel exceptionnel. La Chartreuse, un esprit sain dans un corps sain.

Depuis près de 1 000 ans, la Chartreuse cultive ses mystères…

- *Le choix des moines Chartreux en 1084 : un vallon retiré du monde, la nature propice à la contemplation*
- *La variété d'ambiances et paysages, on se laisse surprendre au détour des routes sinueuses, traversant cols, gorges et espaces ouverts*
- *La transmission de valeurs de génération en génération*

Le Parc naturel régional et ses partenaires veillent aux équilibres entre nature préservée et activités humaines

Une destination qui apporte sérénité et plaisir, sensations et rencontres dans un environnement naturel exceptionnel.

- *Les nombreuses manières de découvrir et apprécier notre destination : sports de pleine nature, contemplation et expériences bien-être, contacts avec les habitants, producteurs, artisans, ambassadeurs multiples, parmi lesquels les sites culturels…*

Une destination active et de contemplation, de ressourcement et de partage

La Chartreuse, un esprit sain dans un corps sain.

- *La notion d'équilibre entre aspirations physiques et spirituelles*
- *La pureté et simplicité des expériences et du sport montagne, source de bien-être*
- *Le développement raisonné, aménagements sobres*

L'authenticité

* NOS CLIENTÈLES CIBLES

Une diversité de visiteurs fréquente le territoire. La stratégie marketing de la destination a établi 5 cibles prioritaires.

Pour chacune, la stratégie met l'accent sur les clientèles de la région Auvergne Rhône-Alpes et clientèles nationales, tient compte de la clientèle de proximité directe, au pied du massif, sans négliger l'accueil des clientèles internationales.

Les noms des cibles ont été choisis pour l'usage interne dans le cadre de la stratégie marketing de la ***DESTINATION CHARTREUSE****, en rapport avec l'image que l'on peut se faire d'un certain type de consommateurs, sans lien effectif avec les marques citées.*

Les QUECHUA +

Pratiquants novices ou réguliers (parfois de bon niveau) d'activités sportives ou de nature. De plus en plus attentifs à l'environnement, à la qualité des prestations, tout en étant sensibles au rapport qualité / prix et aux bons plans.

→ MOTIVATION
paysages, activités sportives

→ REVENU
Revenus moyens à supérieurs

→ SITUATION FAMILIALE
Souvent en couple ou en famille

Les ODLO - GARMIN

Grands pratiquants experts de sports de nature engagés, éventuellement compétiteurs : trail, VTT, vol libre, randonnée itinérante, ski de randonnée... Ils souhaitent trouver les meilleures conditions de pratique en s'éloignant de l'ambiance urbaine. Très sensibles aux valeurs écologiques et humaines, une clientèle qui aime et connaît la montagne.

→ MOTIVATION
Immersion nature, « effort plaisir », dépassement de soi, sensations

→ REVENU
Revenus souvent élevés

→ SITUATION FAMILIALE
Seul (reviennent facilement en famille), en groupe, en famille autour d'une activité principale

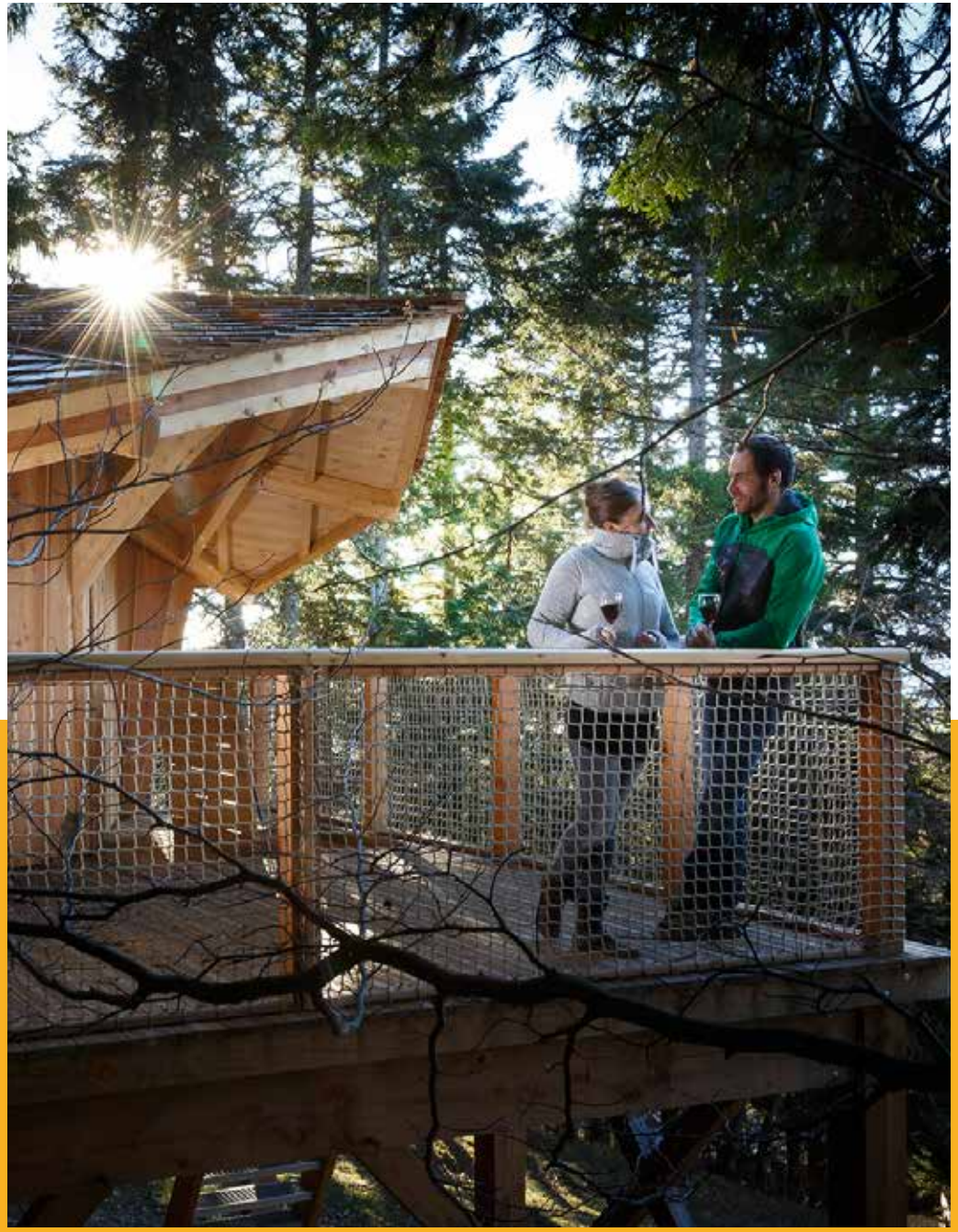
Les FNAC

Grands amateurs de loisirs culturels, de voyages, en quête de sens, appréciant les ambiances festives (dans la retenue). Très sensibles à la qualité de vie, aux paysages et à l'environnement, attentifs à la qualité des visites, des prestations, de l'information.

→ MOTIVATION
Festivals, expositions, événementiels d'abord / découverte du terroir, des paysages et savoir-faire en complément.

→ REVENU
Revenus supérieurs

→ SITUATION FAMILIALE
En couple, en groupe, en famille



Les APPLE

Une clientèle urbaine en quête d'expériences grandioses ou insolites, clés en main, en toute sécurité. En recherche perpétuelle de différenciation et de valorisation, une clientèle multiconsommatrice de destinations touristiques et de loisirs (très mobile), plus sensible aux destinations nature qu'avant 2020.

→ MOTIVATION
Expériences insolites (instagrammables), sécurisées et très qualitatives / haut de gamme.

→ REVENU
Revenus supérieurs à très élevés

→ SITUATION FAMILIALE
Souvent en couple, groupes d'amis

Les NATURE & DÉCOUVERTES

Curieux de la nature, selon deux profils :

→ Familles attachées à la nature et sensibles au respect de l'environnement, souhaitant transmettre des valeurs aux enfants par la découverte nature / montagne. En recherche d'activités culturelles accessibles (prix, proximité) et adaptées aux âges des enfants (patrimoine local, expositions, sorties nature, découverte des savoir-faire)

→ SITUATION FAMILIALE
En famille, grands-parents / petits-enfants

→ MOTIVATION
Destination nature,
calme dans un environnement préservé.
Transmission et partage

→ REVENU
Revenus moyens à supérieurs

Les NATURE & DÉCOUVERTES

→ les clientèles spécialistes et passionnées, amatrices de tourisme naturaliste sur des offres très spécifiques (observation pointue faune - flore, photographie, actions participatives en faveur de la nature).

→ MOTIVATION
Destination nature,
calme dans un environnement préservé.
Observation pointue.

→ SITUATION FAMILIALE
Seul, en groupe

→ REVENU
Revenus moyens à supérieurs

* LES FONDEMENTS DE LA MARQUE

La plateforme de marque garantit la cohérence de la marque autour de 5 fondamentaux, pour une optimisation du développement et de la promotion touristique de la destination.

VISION

L'écotourisme et le slow tourisme comme des caps à suivre pour notre attractivité

VALEURS

sérénité
intégrité
transmission
créativité
performance

MISSION

initier à une nature préservée et à une montagne active

DESTINATION
CHARTREUSE

STYLE

mystérieuse
inspirante
sportive
intemporelle

PROMESSE

La Chartreuse préserve autant sa nature que ses mystères pour mieux vous accueillir.

LES VALEURS,
FIDÈLES À LA DESTINATION,
QUE L'ON SOUHAITE VOIR
RECONNUES PAR NOS VISITEURS.

VALEURS

Sérénité
Intégrité
Transmission
Créativité
Performance

Les traits de personnalité socle de notre destination.

Sérénité

L'ura des Chartreux,
la nature, le ressourcement,
le calme, la déconnexion,
les paysages, le plaisir des
papilles, le bien vivre

Intégrité

Le respect, l'authenticité,
l'aménagement raisonné,
la veille aux équilibres
entre nature et activités
humaines

Transmission

La notion d'héritage et
de partage, depuis les
Chartreux en passant
par le PNR, les habitants
et professionnels locaux.
Le partage de passions, de
l'histoire et des traditions,
pédagogie...

Créativité
Performance

Les innovations, les
champions
et artistes, les sports
exigeants

LA RAISON D'ÊTRE DE LA DESTINATION, L'OBJECTIF QU'ON LUI DONNE.

S'appuyer sur des patrimoines uniques, une nature préservée et une richesse d'activités sportives et culturelles, pour accueillir les visiteurs et les accompagner dans leur découverte active de la Chartreuse.

MISSION

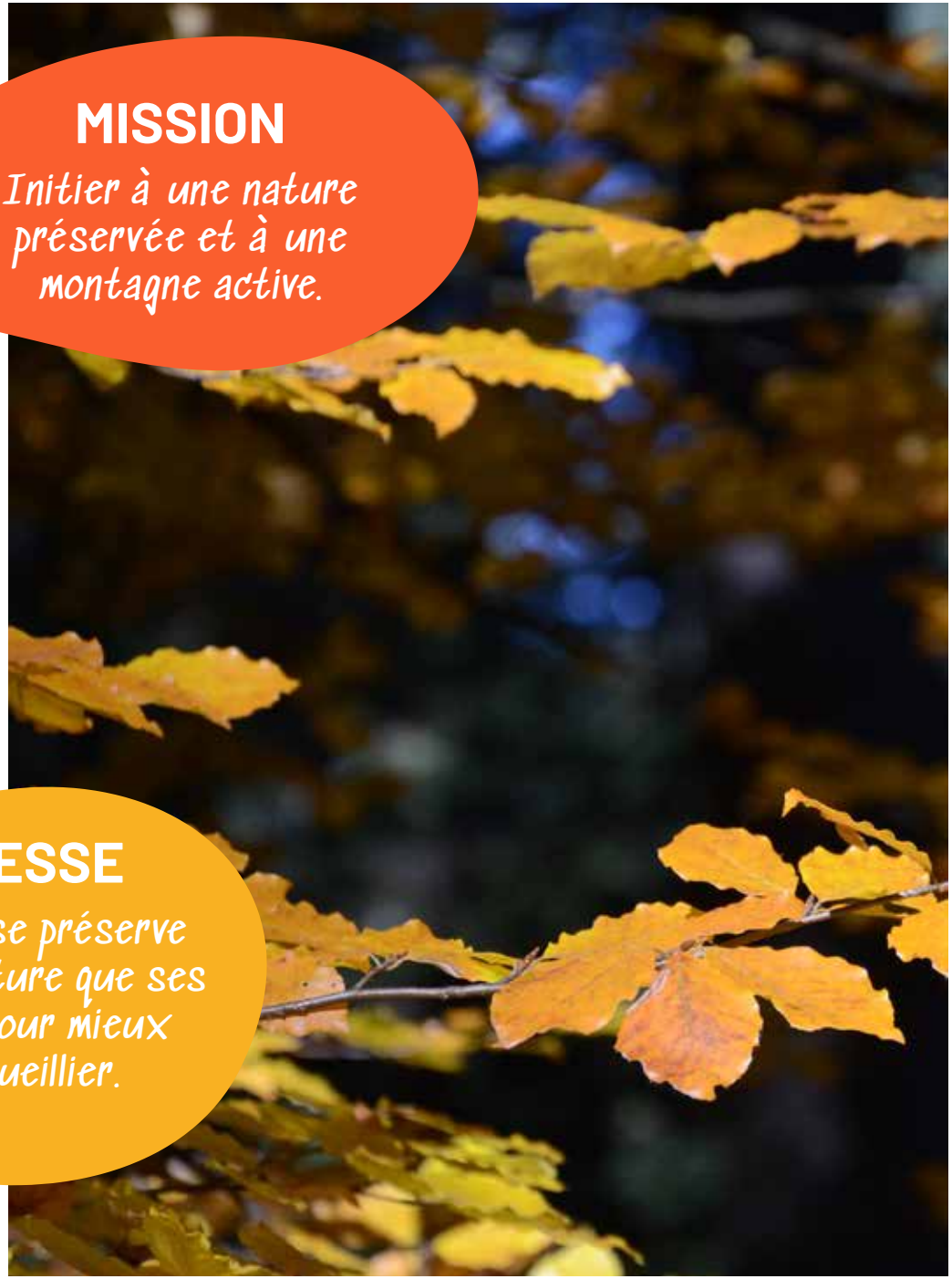
Initier à une nature préservée et à une montagne active.

CE QUE LA MARQUE PROMET D'APPORTER À NOS (FUTURS) VISITEURS, DANS LE RESPECT DE NOS VALEURS

Une destination préservée et authentique, mêlant rencontres, expériences et découvertes.

PROMESSE

La Chartreuse préserve autant sa nature que ses mystères pour mieux vous accueillir.



VISION

L'écotourisme et le slow tourisme comme des caps à suivre pour notre attractivité

NOTRE PERSONNALITÉ, NOTRE STYLE CHARTREUSE NOUS DISTINGUE DES AUTRES DESTINATIONS.

Mystérieuse

la magie d'une destination contrastée (cols-gorges-vallons secrets, vivifiante-apaisante, active-sereine, engagée-douce, innovante-protectrice, ville-montagne)

Inspirante

pour les artistes, les sportifs, les explorateurs, les entreprises...

Intemporelle

L'héritage naturel, culturel, près d'un siècle d'existence de l'ordre des chartreux

STYLE

mystérieuse
inspirante
sportive
intemporelle

LE CAP QUE L'ON SE FIXE, À LONG TERME, POUR NOUS POSITIONNER SUR LE MARCHÉ TOURISTIQUE.

Le mouvement « slow » prône une transition culturelle : ralentissement du rythme de vie, adoucissement des pressions modernes, appréciation des choses simples. Il s'oppose aux tendances qu'a vu naître le XXe siècle (tourisme de masse, hyperconnexion, consommation démesurée...) et place parmi ses priorités l'amoindrissement de notre impact sur l'environnement, la simplicité, le respect de la culture locale et des spécificités du territoire, les retombées au profit des acteurs locaux, le retour au plaisir.

L'écotourisme : Une forme de voyage responsable dans les espaces naturels qui contribue à la protection de l'environnement et au bien-être des populations locales. Un accueil dans des espaces protégés qui allie développement/ viabilité économique, qualité de la relation humaine, sensibilisation à l'environnement.

4 NOTRE IDENTITÉ GRAPHIQUE

→ logo Destination Chartreuse

Notre identité est déclinée en :

- un **LOGO OFFICIEL** et une **CHARTE GRAPHIQUE** utilisés par Chartreuse tourisme pour la communication sur la destination dans son ensemble.

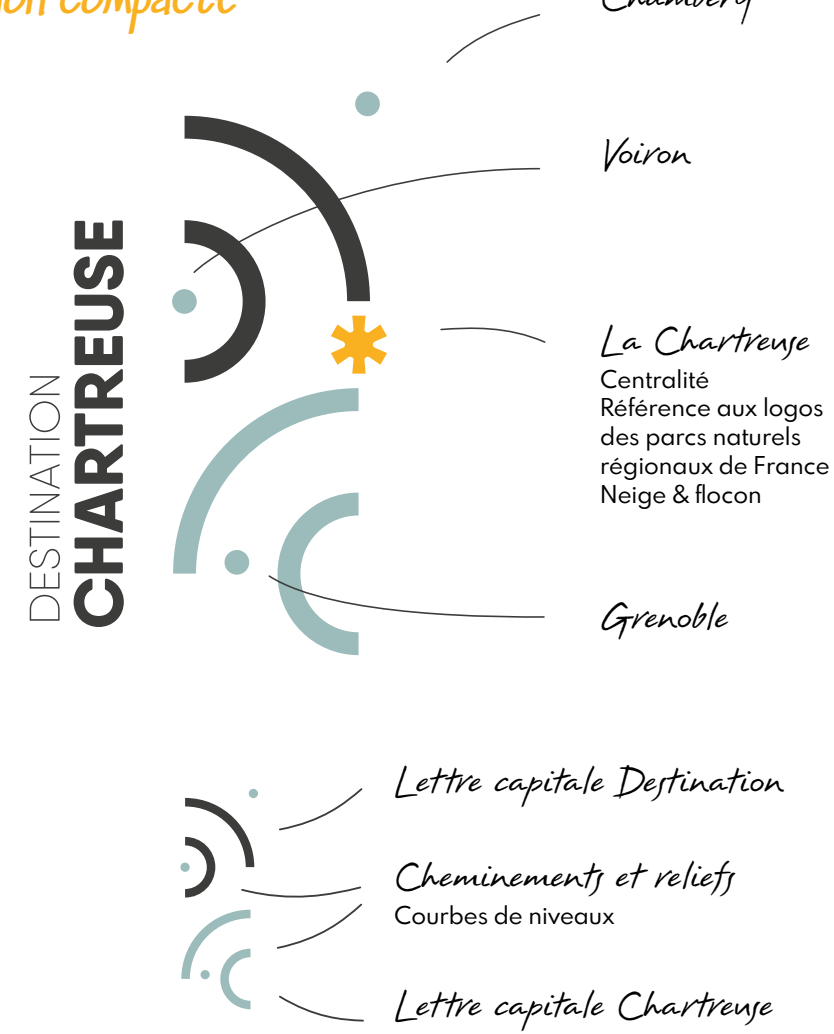
- sa **DÉCLINAISON** en un **BLOC SIGNATURE** utilisable par les partenaires pour leur communication.

La précédente identité visuelle partagée (le "C") a été revue pour un usage uniquement par le Parc naturel régional de Chartreuse. Ne plus l'utiliser.

DESTINATION
CHARTREUSE

→ Versions et signification logo Destination Chartreuse

version compacte

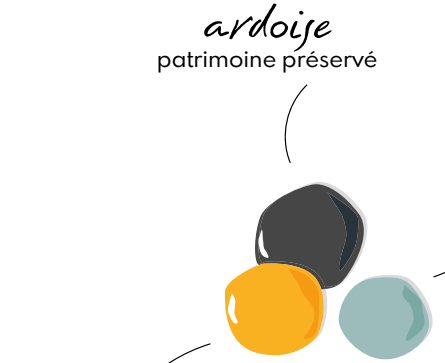


version horizontale

version verticale

→ code couleurs

	QUADRI	RVB	
	cyan : 0% *magenta* : 0% *jaune* : 0% *noir* : 90%	*rouge* : 60 *vert* : 60 *bleu* : 59	PANTONE Black 7
	cyan : 0% *magenta* : 35% *jaune* : 90% *noir* : 0%	*rouge* : 249 *vert* : 177 *bleu* : 34	PANTONE 7409
	cyan : 45% *magenta* : 15% *jaune* : 28% *noir* : 0%	*rouge* : 155 *vert* : 188 *bleu* : 186	PANTONE 7542



ardoise
patrimoine préservé

vert d'eau
éco-tourisme

bouton d'or
créativité artisanale

3 couleurs
territoire de jeux, terre de constraste
Le gris ardoise, associé d'une couleur chaude
et d'une couleur pâle, réhausse le style du logo.

→ Le bloc signature

Destination Chartreuse, dédié aux partenaires

2 variantes

↗ Texte "Destination Chartreuse" justifié en bas du bloc signature

↘ Texte "Destination Chartreuse" justifié en haut du bloc signature

[Règles d'usage page suivante]

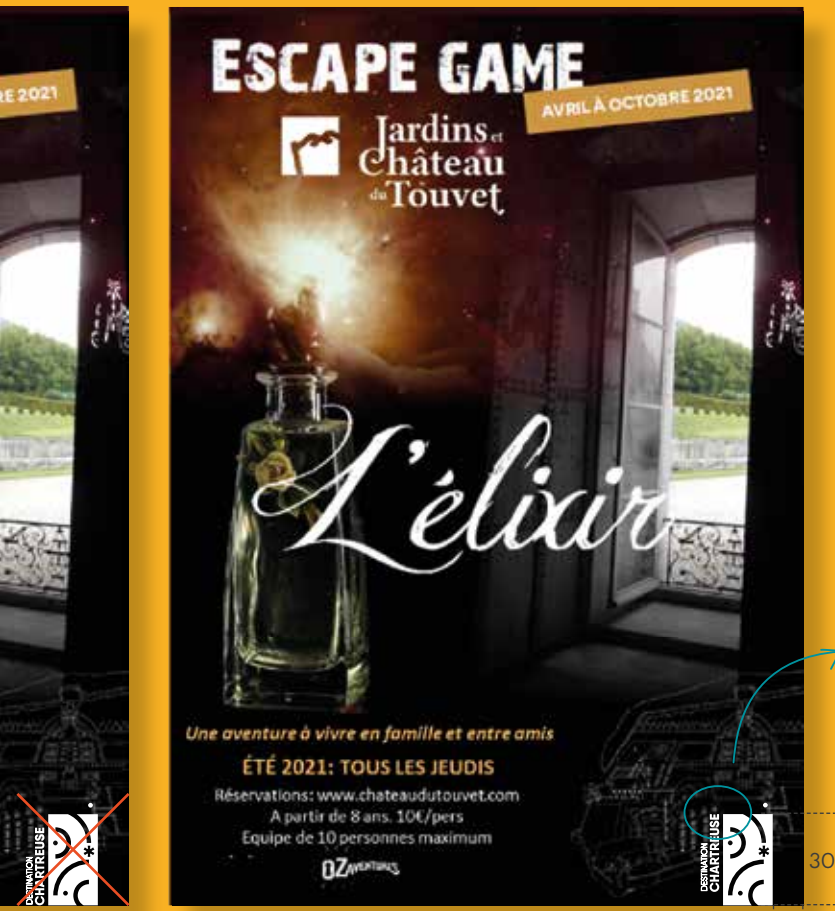
MONTRER VOTRE APPARTENANCE À LA DESTINATION CHARTREUSE

C'est la signature graphique que vous pourrez utiliser pour vos outils de communication, selon les préconisations/règles d'usages définies.

Télécharger ici les fichiers utiles
Retrouvez-les aussi sur
destinationchartreuse.fr/marque

→ Règles d'usage

Présence du bloc signature
DESTINATION CHARTREUSE en tant que partenaire

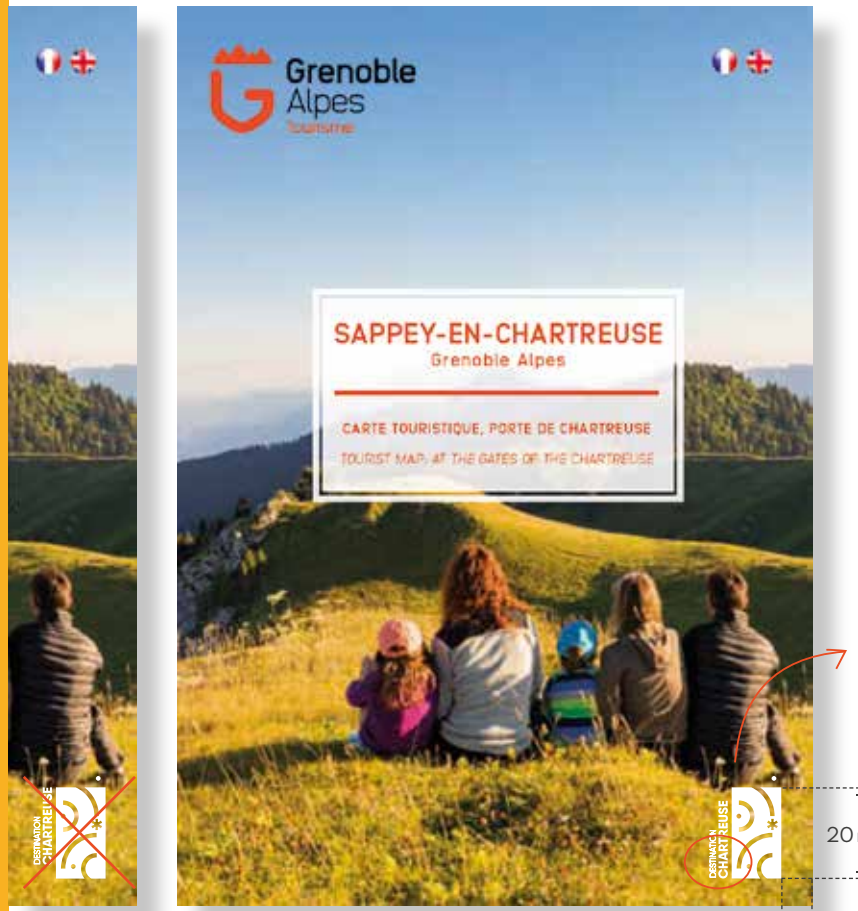


En bas ET en bord de page ou d'image : le texte "Destination Chartreuse" est justifié sur le haut du bloc signature par souci de lisibilité.

30 mm — **Hauteur minimale du bloc signature** Format A4

10 mm — **Marge minimale du bloc signature** Format A4

BROCHURE PARTENAIRES
A4



Pour les autres situations (bord haut de page ou d'image / utilisation hors bordure) : le texte "Destination Chartreuse" est justifié sur le bas du bloc signature.

20 mm — **Hauteur minimale du bloc signature** Format A5

7 mm — **Marge minimale du bloc signature** Format A5

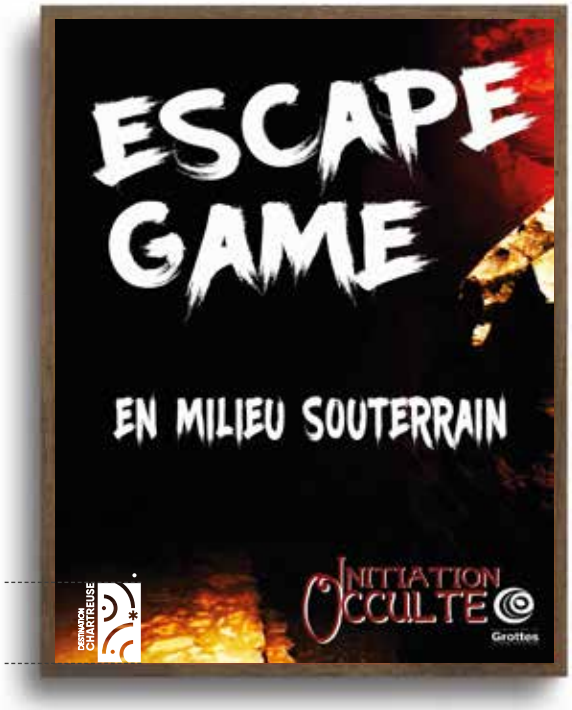
CARTE TOURISTIQUE
A5

→ Exemples d'implantation du bloc signature

Exemple 1 :
Le texte "Destination Chartreuse"
est justifié sur le bas du bloc signature.
Le point haut n'est pas visible.

La couleur du bloc signature est la couleur du texte
pour une bonne intégration

Exemple 2 :
Le texte "Destination Chartreuse"
est justifié sur le bas du bloc signature.
Le point haut n'est pas visible.



Exemple 3 :
Le texte "Destination Chartreuse"
est justifié sur le haut du bloc signature.
Le point haut est visible.

Pour un fichier d'impression avec fond perdu, le logo doit
être bien positionné en prévision de la coupe au bon
endroit du dessin.

→ Fichiers du bloc signature : quelle version utiliser

Pour l'usage numérique

- Dans une signature de mail / une newsletter / sur site internet...
  Pour des couleurs fidèles, fichiers spécifiques dans le dossier :

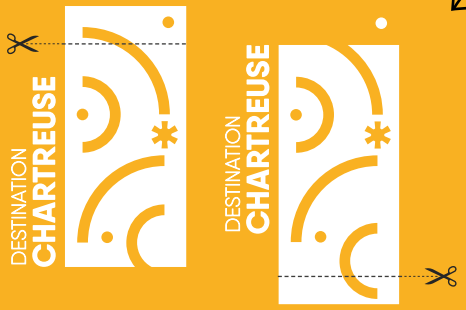
« Bloc signature - web - outils numériques »

Pour un document imprimé

- Si le bloc signature est positionné en bordure de document et qu'il y a découpe (document avec fonds perdus selon les spécifications de l'imprimeur) :

« Bloc signature – placé en bordure de doc avec coupe – Impression »

Correctement positionner le bloc signature en prévision de la coupe.



- S'il n'y a pas de découpe ou que le bloc signature n'est pas en bordure de document

« Bloc signature – Impression »

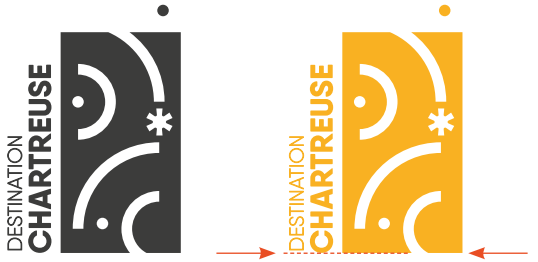
Regroupés ici, tous les fichiers utiles.

Retrouvez ce lien sur
destinationchartreuse.fr/marque

Dans tous les cas, avec les 2 variantes décrites ci-avant

Texte "Destination Chartreuse" justifié en bas du bloc signature dans la majeure partie des cas

Texte "Destination Chartreuse" justifié en haut du bloc signature pour une apposition en bordure basse de documetn ou photo



Nom du fichier :

Bloc-sign-*couleur* partenaires bas

Nom du fichier :

Bloc-sign-*couleur* partenaires haut

Les différents fichiers sont en différents formats (.ai / .png etc) selon votre besoin.

5 DESTINATION CHARTREUSE À MOTS CHOISIS

* ADOPTEZ LE STYLE DESTINATION CHARTREUSE !

Au-delà des informations nécessaires pour vos (futurs) clients, vos communications seront efficaces si elles touchent les lecteurs, car l'émotion suscite l'adhésion. Pour vos textes, oubliez le style aride des manuels de géographie et parlez avec votre cœur !

Sans tomber dans un lyrisme exalté, **adoptez un ton sensible qui mette en lumière les ambiances et qui donne envie de découvrir le territoire, de vivre des expériences exaltantes.**

Valorisez les atouts de la destination Chartreuse, et tenez compte des attraits de nos villes-portes (Chambéry, Grenoble, Voiron) : une vraie plus-value pour mixer plaisirs de la montagne et de la vie urbaine.

Pour présenter le territoire de façon attrayante dans vos supports de communication, sont mis à votre disposition ci-après :

- → UN COURT TEXTE de présentation de la Destination Chartreuse
- → UN RESERVOIR DE MOTS : des mots et expressions en phase avec les valeurs et l'état d'esprit de la marque Destination Chartreuse.

* UN COURT TEXTE SUR LA DESTINATION CHARTREUSE

Dépaysante, généreuse, intacte et vivante, la destination Chartreuse invite au ressourcement sous toutes ses formes.

D'un col à l'autre, de forêts en alpages et de village en village, l'émeraude des Alpes permet une échappée haute en couleur et en sensations. Fascinante par nature, la Chartreuse possède un supplément d'âme qui rend unique et réjouissante chaque découverte, chaque rencontre et chaque expérience partagée.

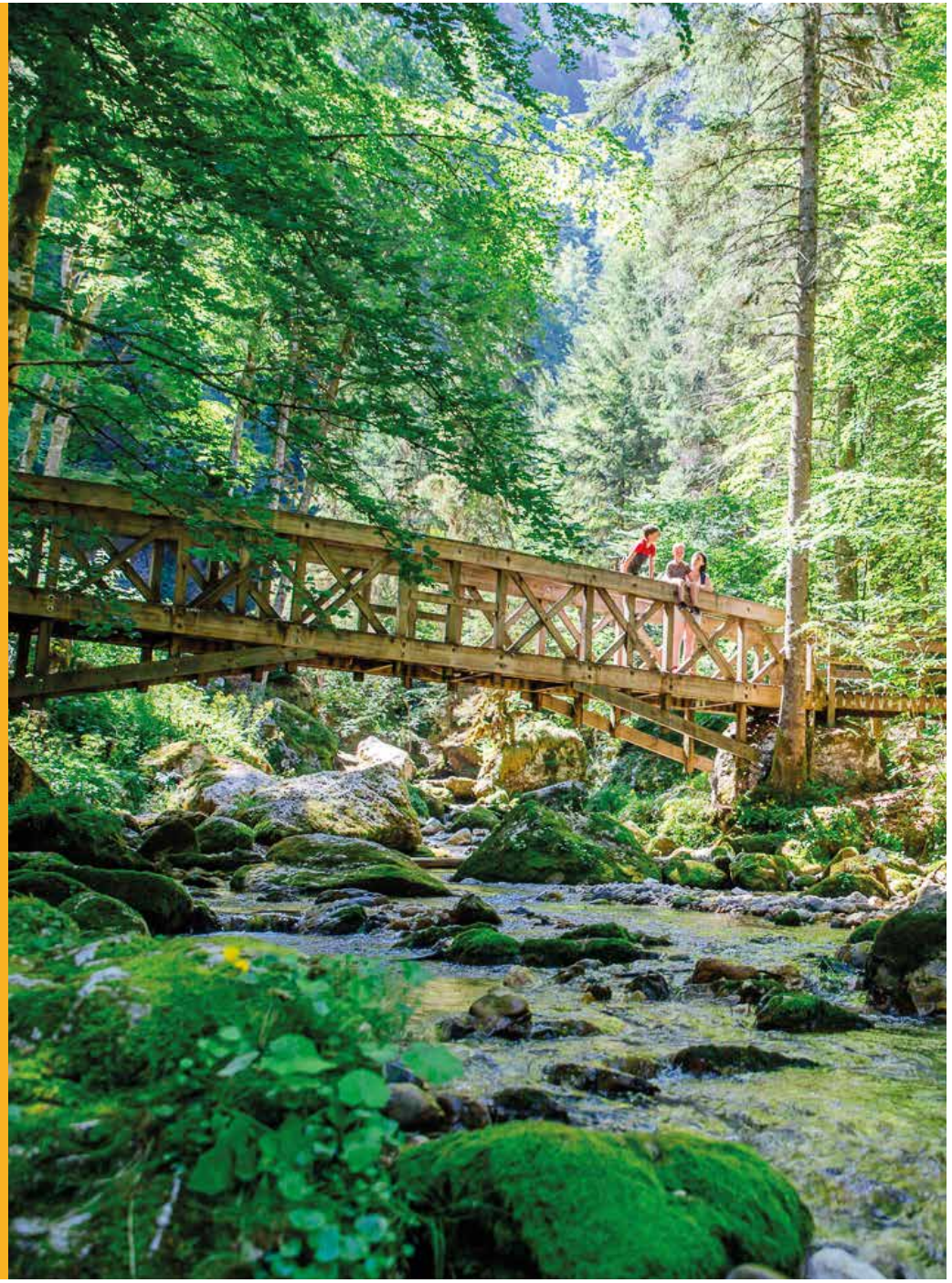
* UN RÉSERVOIR DE MOTS

Selon votre activité et la cible
à laquelle vous vous adressez,
vous pouvez y piocher des mots
et expression pour les textes
de vos flyers, plaquettes, sites internet,
publications réseaux sociaux...

→ Destination Chartreuse : la nature en partage

• L'émeraude des Alpes

Une échappée nature haute en couleur, la forêt verdoyante : un joyau unique et légendaire, le décor des falaises escarpées, la douceur des lacs, des prairies, le charme des rivières sauvages, le chant des torrents, des sommets majestueux, le bruissement du vent dans les alpages, une mosaïque de milieux naturels...



• Des paysages que l'homme a façonnés sans les dénaturer

Respect, sobriété, authenticité, paysages intacts, écosystèmes protégés, équilibres préservés…

• Une biodiversité remarquable

Deux sites d'exception : la Réserve naturelle nationale des Hauts de Chartreuse et la Réserve naturelle régionale du lac d'Aiguebelette, des Espaces naturels sensibles : des conservatoires de la diversité naturelle locale, une flore exceptionnellement variée et des espèces protégées emblématiques, un monde sauvage et précieux à découvrir, à observer, à écouter…

→ Destination Chartreuse : le ressourcement à la carte

• Un dépaysement source de bien-être

Bien-être, calme, déconnexion, dépaysement, montagne, altitude, respiration, contemplation, fraîcheur, quiétude, silence, liberté, ressourcement, le bonheur de la marche, la nature au rythme des saisons, harmonie, retour à l'essentiel, reconnexion à la nature, arbres, eau

• La détente en toute simplicité

Apaisement, tranquillité, repos, vivre l'instant, beauté, simplicité, havre de paix, détente, sobriété, nuits étoilées, échappée nature, prendre le temps, retour à l'essentiel, plaisirs gourmands au naturel, saveurs des produits locaux, typicité des produits d'appellation d'origine, convivialité de l'accueil, rencontres originales, slow tourisme, plaisir de la pêche

→ Le supplément d'âme de Destination Chartreuse

• Le génie du lieu

Une montagne mythique et mystique, l'empreinte millénaire des chartreux, le désert des chartreux, le silence, les moines ermites, Saint-Bruno, les secrets de la liqueur des pères chartreux

• Un environnement à la croisée du réel et de l'imaginaire

Routes sinueuses et pittoresques, gorges ponctuées de cascades, torrents tumultueux, brumes mystérieuses, féérie souterraine, ambiances insolites, des paysages qui invitent à la rêverie

• Un patrimoine culturel éclectique

Le charme authentique des haberts d'alpages, des forts et batteries qui invitent à une plongée dans l'histoire, se laisser surprendre dans les musées, un massif émaillé de sites patrimoniaux remarquables

• Traditions et savoir-faire à foison !

Comprendre le pastoralisme d'hier et d'aujourd'hui, s'enthousiasmer de la richesse des métiers de la forêt et du bois, remonter le temps en découvrant moulins et fours à pain, en savoir plus sur l'histoire locale de la tuilerie, découvrir les spécificités locales de la culture de la vigne et du vin, se piquer de curiosité pour les liqueurs et les plantes médicinales, aller à la rencontre des artisans

• Un massif inspirant

Marcher sur les pas des peintres de l'école de Proveyzieux, inspirés par le romantisme de Jean-Jacques Rousseau

S'émerveiller devant les œuvres contemporaines d'Arcabas

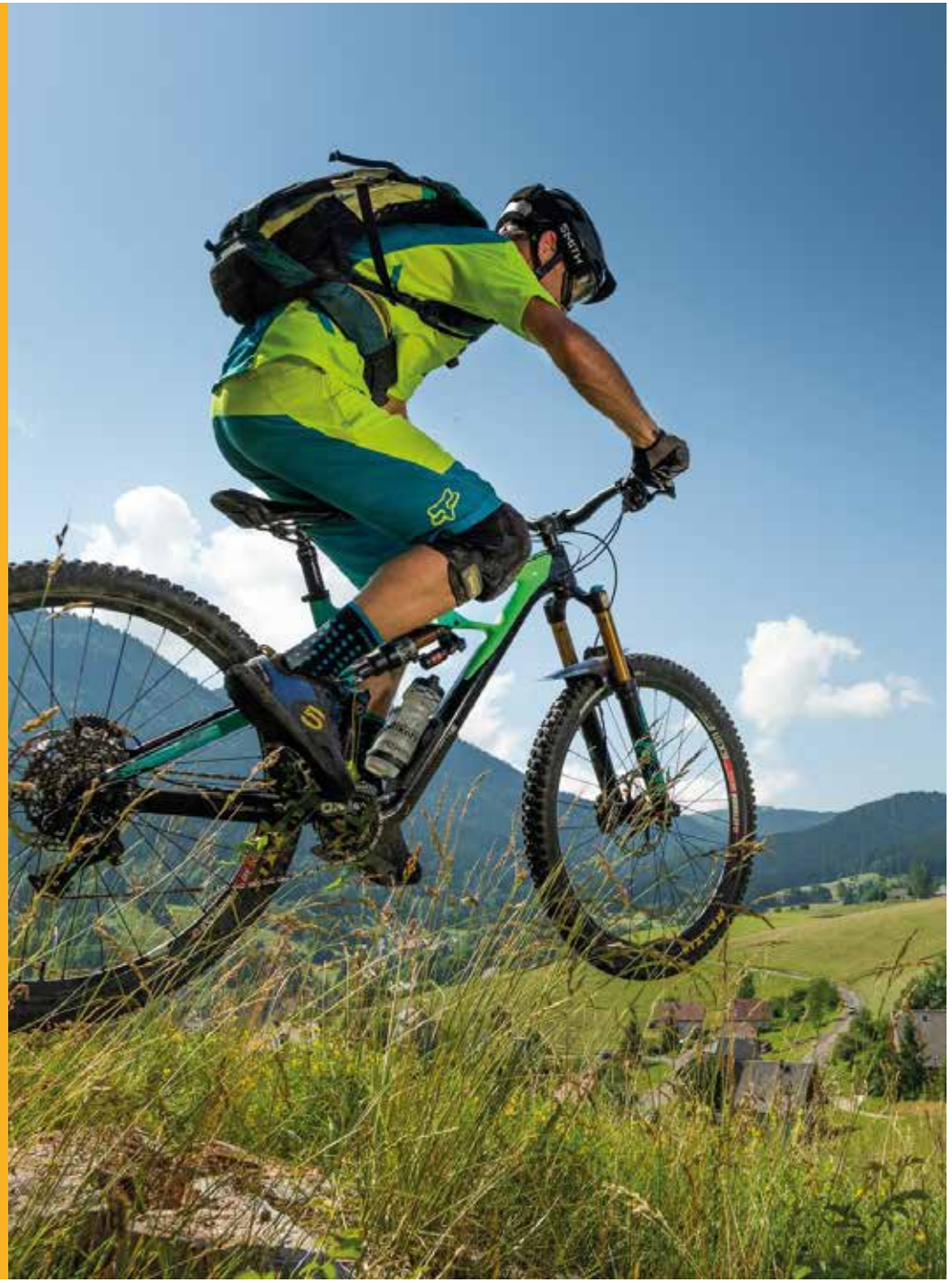
Le sculpteur sur bois Thierry Martenon sublime les essences de la région.

Retrouver les paysages du massif sous la plume des écrivains, comme Rousseau, Stendhal, Paul Claudel, Pierre Péju ou Christian Bobin, que la Chartreuse a inspirés.

→ Destination Chartreuse : la vitalité d'un territoire audacieux

• Une destination 100 % sensations

Oser des expériences insolites, faire le plein de sensations, une destination propice au dépassement de soi, une atmosphère vivifiante, le plein d'adrénaline, une mine d'activités outdoor pour tous niveaux de pratique au fil des saisons, vivre la passion du sport en pleine nature, du débutant à l'expert, des randonnées inoubliables, un massif à sillonner à pied et à vélo, l'euphorie du vol libre, des rendez-vous sportifs sans pareils.



• Un territoire qui bouge

L'engagement des habitants, l'énergie associative, la vitalité des villages, le sens de l'accueil, des évènements éclectiques, une offre de services complète et facile d'accès dans les villes toutes proches, des villes animées idéales pour une escapade urbaine aux pieds du massif, un territoire actif qui cultive l'innovation dans différents domaines.

→ Comment écrire pour convaincre en toute simplicité ?

Pensez à tout…

Rédigez des contenus qui tiennent compte de ces **6 QUESTIONS ESSENTIELLES**, pour apporter les informations utiles à votre lecteur / prospect / client.

> QUOI ?
Quels produits ou services proposez-vous ?

> QUI ?

- A qui vous adressez-vous, quels types de cibles visez-vous ? Quel ton les interpellera ? Quelles informations les satisferont ?
- Qui êtes vous, et comment vous présenter pour humaniser la relation ?

> OÙ ?
Où êtes-vous implantés ?
Comment y accède-t-on ?
Quand peut-on bénéficier de vos services et/ou se fournir auprès de vous ?

> COMMENT ?
Dans quelles conditions, et grâce à quel mode opératoire le (futur) client peut-il accéder à vos produits/services ?

> POURQUOI ?
Pourquoi votre offre est-elle intéressante ?
À quels besoins répond-elle ?
Quels sont les atouts différenciants de vos services et/ou de vos produits ?
Quels bénéfices va-t-on en tirer ?

Privilégiez des phrases courtes,

l'idéal est de rester entre 15 à 20 mots par phrase pour un texte fluide, facile et agréable à lire.

Restez simple, accessible !

Quel que soit le sujet abordé, votre objectif est de toucher et satisfaire le lecteur, votre cible. Utilisez des mots qui lui parlent et ont du sens à ses yeux.

6 SAISISSEZ-VOUS DE LA MARQUE !

* QUI PEUT UTILISER LA MARQUE DESTINATION CHARTREUSE ?

Vous, acteur touristique, voulez faire référence à la Destination Chartreuse dans votre communication pour promouvoir votre offre ? La signature graphique et la charte éditoriale sont à votre disposition.

Avec l'accompagnement de Chartreuse Tourisme, apposez **la signature graphique** de la marque comme une **"estampille"** sur vos **supports de communication, à l'exception des produits, goodies, accessoires, décorations**... (Ce dernier usage étant réservé à la boutique de destination).

Conditions d'utilisation de la signature graphique :

- votre activité se déroule dans le périmètre de la destination Chartreuse,
- vous / votre activité véhiculez les valeurs de la marque,
- vous adhérez ou êtes partenaire de l'un des sept offices de tourisme de la Destination Chartreuse (Pays du Lac d'Aiguebelette, Grand Chambéry Alpes Tourisme, Coeur de Savoie, Belledonne-Chartreuse, Grenoble Alpes, Pays Voironnais)

* LA MARQUE À VOTRE SERVICE ↔ VOTRE CONTRIBUTION À LA MARQUE

La marque **DESTINATION CHARTREUSE** symbolise le territoire, lui confère une valeur ajoutée, donne du « sens », tant recherché par les clients aujourd'hui. Elle génère un cercle vertueux où la destination et ses acteurs touristiques travaillent de concert et s'enrichissent mutuellement en termes de notoriété et d'image.

Faire le choix d'utiliser la marque **DESTINATION CHARTREUSE** c'est afficher votre fierté d'accueillir en Chartreuse, votre appartenance à un projet collectif et votre envie de synergies avec d'autres partenaires.

Avec la marque **DESTINATION CHARTREUSE**, vous disposez de ressources pour une ligne de communication cohérente, plus puissante.
Vous apposez la signature graphique sur vos supports de communication et bénéficiez de la notoriété de la **DESTINATION CHARTREUSE**, d'une image reconnue de qualité, de fiabilité.

- → *Saisissez-vous de la marque,*
- → *Renforcez votre image*
- → *Contribuez au rayonnement de la destination !*

* EN PRATIQUE * LIENS UTILES * CONTACTS

TÉLÉCHARGER ICI LE BLOC SIGNATURE

Retrouvez également les liens sur destinationchartreuse.fr / marque

Apposez le bloc signature de la destination sur vos supports de communication
en suivant les règles d'implantation pages 30 à 32.

- *Vous souhaitez vous lancer dans la démarche ?*
- *Vous avez des questions ?*

→ *L'équipe de Chartreuse Tourisme vous accompagne.*

Votre contact : **Albane VILLECOURT**
Chargée de promotion & communication
04 76 88 64 00 / 06 24 88 16 30
albane.villecourt@destinationchartreuse.fr

Chartreuse Tourisme
L'agence de promotion & commercialisation de la Destination Chartreuse

CHARTREUSE TOURISME
AGENCE DE PROMOTION
ET COMMERCIALISATION
DE LA DESTINATION CHARTREUSE

Place de la Mairie
38380 St Pierre de Chartreuse

info@chartreuse-tourisme.com
04 76 88 64 00

www.destinationchartreuse.fr

Parc naturel régional de Chartreuse
CŒUR DE CHARTREUSE
Le GRÉSIVAUDAN communauté de communes
Pays Voironnais Communauté du Pays Voironnais
GRENOBLE-ALPES MÉTROPOLE
CCLA Communauté de communes du Lac d'Aiguebelette
GRAND CHAMBÉRY ALPES TOURISME
Bauges · Challes-les-Eaux · Chambéry
Cœur de Savoie communauté de communes
SAVOIE LE DÉPARTEMENT
La Région Auvergne-Rhône-Alpes

Crédits photos : B. Lavit, A. Doucé - Grenoble Alpes Métropoles, L. Perron, G. Laget, Diverticimes, L. Chaix - Images et Rêves, S. De Danieli - CD38, Augier - Diverticimes, Cordeo, Les Conteurs, Musée de la Grande Chartreuse, F Pattou, Valérie Gaillard, Grande Traversée des Alpes, Ben Becker Auvergne Rhône-Alpes Tourisme, Thierry Martenon, Pascale Cholette /Pierre Jayet - Isère Attractivité, Seb Liot – Diverticimes, Michel Delamette, Cabanes Insolites Chartreuse, Itinera Magica, JB Strobel, C.Baudot, Coupe Icare, Photo Coopérative (PNR), Thomas Cappelli, A Villecourt, Chartreuse Tourisme, IStock, Vecteezy.com