

# FORMATION PARTENAIRES – CODE DE MARQUE - Décryptage

Vous pourrez retrouver le replay très bientôt, en attendant voici les points clés !

**Objectifs du code de marque** : faire accroître la notoriété du territoire, permettre aux prestataires touristiques (en autres) de montrer leurs appartenances à ce dernier et permettre des retombées économiques sur l'ensemble du territoire.

## La marque (du territoire), qu'est-ce que c'est ?

- **Des valeurs** : liberté, authenticité, transmission, solidarité et respect de l'environnement (en adéquation avec les envies des voyageurs pour 2020 et bien au-delà)
- **Angle de communication** / positionnement : libre à vous, manifeste
- **Code de marque** : icotype (rappel identité du territoire), choix des couleurs (jaune : moderne, blanc et noir + couleurs secondaires), typographie (silka et nexa), iconographie en lien avec les valeurs
- **Co-branding** (alliance entre la MDT et ses partenaires) = ce que vous pouvez utiliser : marqueur, pastille... sur TOUS vos supports (print, web...)
- **Portage** : partenaires, ambassadeurs et fondateurs
- **Outils** : bandeaux, bannières Facebook, pastilles

**Présentation de la boîte à outils** (disponible pour tous les partenaires sur [l'espace Pro](#), après avoir signé la convention d'utilisation) :

- **Explication des objectifs**, de la marque, etc.
- **Guide d'utilisation** : démarche, utilisation, marqueur, etc.)
- **Kit de communication** : **affiche**, cover Facebook, visuels et bannière web, **motions** (courte vidéo) et vidéo de présentation de la Communauté de communes d'ALF
- **Marqueurs** à votre disposition (vectorisé : pour les agences de communication et pixellisé pour les personnes qui s'occupent en interne de leurs sites)

## Éléments à prendre en compte dans la conception d'un dépliant touristique :

Il n'y a pas de règles générales ! Chaque cas est particulier MAIS

- Sur un flyer en recto/verso

- Recto : **doit donner envie, séduire le lecteur** et l'inciter à aller plus loin (= photo pour le mettre en scène)
- Verso : informations pratiques
  
- **S'appuyer sur les valeurs**, la spécificité, ce qui fait l'essence de votre structure (environnement, la qualité des prestations/de l'accueil, bâtisse authentique...)
  
- Lorsque vous avez plusieurs activités : un flyer par activité pour être mieux identifiable
  
- Si vous avez des **labels : intéressant de les mettre en avant** (surtout si cela va dans le sens de votre démarche, ex : respect de l'environnement = label clé verte...) = réassurance et garantie d'une certaine qualité d'accueil et/ou de produit
  
- Logos : pas vraiment de règle (possible en noir et blanc pour ne pas dénoter avec la création)
  
- Limitation à 2 typologies différentes (taille : entre 8 et 10)

Pour toutes vos questions, vous pouvez vous adresser à Anna-Maria VEYRET (anna-maria.veyret@vacances-livradois-forez.fr)  
Prenez soin de vous et belle soirée !