

PLATEFORME DE MARQUE

SERRE CHEVALIER - BRIANÇON

9 décembre 2016



Table des matières

| | |
|--|----|
| PRÉAMBULE..... | 2 |
| La marque territoriale partagée : un axe prioritaire de la feuille de route d'attractivité et de marketing territorial..... | 2 |
| Les objectifs de la marque territoriale partagée : | 2 |
| LES ÉLÉMENTS DE LA PLATEFORME DE MARQUE..... | 4 |
| 1 / Qui sommes-nous ?..... | 4 |
| 2 / Notre vision et notre ambition | 4 |
| 3 / Notre mission | 5 |
| 4 / Nos valeurs..... | 6 |
| 5 / Le positionnement..... | 7 |
| L'EXPRESSION DE LA MARQUE..... | 9 |
| 1 / Les signes d'expression dans la communication..... | 9 |
| 2 / L'expression de la marque dans les projets opérationnels | 10 |

PRÉAMBULE

La marque territoriale partagée : un axe prioritaire de la feuille de route d'attractivité et de marketing territorial

La stratégie de marque territoriale est un levier mobilisé pour rassembler et fédérer les acteurs du territoire, élus et responsables institutionnels, chefs d'entreprise et socio-professionnels, habitants..., autour du projet commun de valorisation de la destination. Elle invite à penser « destination », à partager un même nom : « Serre Chevalier – Briançon », à faire de l'aigle un emblème commun, un repère, utilisé par tous pour rayonner en France et à l'international.

La marque de la destination Serre Chevalier – Briançon est l'expression de la stratégie co-construite et partagée par l'ensemble des parties prenantes du territoire lors de la démarche de « La Vallée au Sommet », initiée fin 2015 par l'Office de tourisme et associant les acteurs publics et privés du territoire. Elle illustre la vision, l'ambition et la promesse que le territoire adresse aux visiteurs et touristes, aux entreprises qui y développent ou veulent y développer leur activité, aux habitants qui ont choisi d'y vivre et ceux qui voudraient s'y installer, en respectant les valeurs qui l'animent.

Destinée à être partagée par tous ceux qui souhaitent promouvoir Serre Chevalier-Briançon, la marque et ses éléments stratégiques (définis dans cette plateforme de marque) orientent, aujourd'hui et pour les années à venir, la communication de la destination et l'ensemble des projets mis en œuvre sur le territoire.

Les objectifs de la marque territoriale partagée :

1. **Accompagner la transformation de la destination** : la marque, la promesse qu'elle véhicule et les valeurs qui l'animent, doivent vivre dans l'ensemble des projets mis en œuvre sur le territoire, mais également au travers de la communication des acteurs publics et privés, la signalétique, ...
2. **Porter le renouveau** : elle doit rajeunir et améliorer qualitativement l'image de la destination et de la station, lui donner un nouvel élan.
3. **Favoriser le « bien-être »**, en s'interrogeant pour chaque offre sur le niveau de qualité, de standing qu'elle propose : le bien vivre, le bien manger, bien dormir, ... à travers l'environnement, le cadre, la décoration, ... et l'image qu'elle renvoie.

4. **Développer les connexions entre les individus.** C'est l'état d'esprit de l'accueil et du service que la destination doit proposer en favorisant la mise en relation pour enrichir les expériences des visiteurs pendant leur séjour, mais aussi toute l'année pour les fidéliser.

Ce document a donc pour vocation de poser les premiers éléments stratégiques qui définissent l'essence de la marque afin de construire par la suite, un code de marque opérationnel, boîte à outils au service de tous les acteurs de la destination qui seront invités à utiliser la marque et ses différents signes d'expression pour développer une promotion territoriale plus cohérente, plus lisible, plus visible et donc plus efficace.

LES ÉLÉMENTS DE LA PLATEFORME DE MARQUE

1 / Qui sommes-nous ?

Ce qui nous différencie, à Serre Chevalier – Briançon, c'est ce qui nous unit et nous rassemble : les Alpes et le sud qui, toute l'année, nous offrent une extraordinaire diversité d'espaces et une infinie palette d'activités. La montagne et ses paysages d'exception nous livrent, en hiver, un large domaine skiable qui devient, au printemps, en été et à l'automne, un tout autre terrain de jeux. Le climat du sud nous offre 300 jours de soleil par an. Les cours d'eau, emmenés par la Guisane, relient nos villages de caractère à la ville de Briançon, dont les fortifications sont inscrites au patrimoine mondial de l'UNESCO. Les vallées offrent des espaces de ressourcement entre chaque village, où la nature reprend ses droits pour le plaisir des yeux. En somme, une diversité naturelle d'exception qui nous permet de partager avec les visiteurs, à chaque instant de l'année, une destination aux multiples visages, pour les sportifs, les rêveurs, les familles, les amis et tous ceux qui souhaitent se retrouver et se ressourcer dans la quiétude et la sérénité. Nous, hommes et femmes de Serre Chevalier - Briançon, aimons, plus que tout, accueillir et partager les richesses de notre territoire.

2 / Notre vision et notre ambition

Notre façon de voir le monde et notre environnement, la philosophie qui sous-tend notre positionnement :

Montagne et vallées s'unissent pour offrir des libertés illimitées : un bien précieux que nous voulons préserver pour mieux le partager

Où qu'il se trouve dans le monde, chaque territoire est impacté par les effets de la mondialisation, du changement climatique, par les bouleversements liés au développement économique, à la concentration urbaine, aux nouveaux modes de consommation, aux atteintes environnementales...

Les territoires de montagne et leurs domaines skiables n'y échappent pas et nous nous mobilisons collectivement pour, ensemble, assurer la préservation de ce que la nature nous a offert de plus beau, garantir l'épanouissement durable des femmes et des hommes qui vivent ici dans nos vallées, accueillir dans les meilleures conditions et pour leur plus grand plaisir, les visiteurs qui rêvent d'espaces et de ressourcement.

Les modèles classiques des stations de ski sont aujourd'hui bousculés :

- *Effets des changements climatiques, les saisons d'hiver sont de plus en plus courtes, compromettant les modèles classiques des stations de ski ; mais il suscite aussi, l'été, des besoins de fraîcheur.*
- *Les tendances de consommation de ski évoluent, les journées skieurs diminuent, nécessitant une adaptation des stations. Elles apportent aujourd'hui des offres complémentaires au ski (activités scénarisées, grands événements festifs, musicaux, ...) autour de domaines toujours plus étendus mais aussi plus concentrés.*
- *Dans un monde qui bouge, qui s'accélère, toujours plus urbain, chacun a besoin d'espace pour ralentir, respirer, se déconnecter et se reconnecter, avec soi-même et avec les autres.*

Notre ambition est de devenir la destination montagne de référence, proposant toute l'année, une offre de nature, de sport et de culture illimitée.

De Briançon – Ville d'art et d'histoire dont les fortifications sont inscrites au patrimoine mondial de l'UNESCO – au Col du Lautaret, en passant par le massif de la Meije, par les villages et les hameaux authentiques, aux confins de l'Italie, vallées et montagne s'enchevêtrent. Serre Chevalier – Briançon bénéficie d'une double influence : la douceur méditerranéenne, avec un climat privilégié et 300 jours de soleil par an, et la montagne, offrant un vaste domaine skiable en hiver. La promesse d'un environnement préservé, à l'air pur et à l'écart des grandes villes, qui devient pour les visiteurs, une réserve de santé. L'assurance d'une destination authentique et humaine, où les habitants font vivre le territoire à l'année.

3 / Notre mission

Notre rôle dans la société et dans notre environnement, notre raison d'être et nos objectifs fondamentaux :

Partager notre montagne avec vous, vous révéler ses trésors, vous accompagner dans leur découverte et vous faire vivre des moments privilégiés toute l'année.

Face aux évolutions sociétales, au monde qui s'accélère, chacun a besoin de se retrouver, avec soi-même et avec les autres. Se retrouver avec soi-même, c'est profiter d'instantanés privilégiés, d'instantanés de bien-être, d'instantanés de libertés, d'instantanés de parenthèse, mais aussi de dépassement ...

Se retrouver avec les autres, c'est partager des moments de plaisir, entre amis ou en famille, renforcer les liens, partager des émotions, des expériences, pour en garder des souvenirs inoubliables.

Serre Chevalier – Briançon propose un environnement pour se rapprocher, de soi, des autres et de la nature. Dans la vallée de la Guisane, chacun est invité à découvrir et partager les plaisirs de la montagne, la richesse de la culture et du patrimoine légués par l'histoire, la nature et ses trésors : source d'eau chaude naturelle, jardin alpin, haute montagne, eaux-vives et canyons, ... Accrochées aux pentes de Serre Chevalier - Briançon, les forêts de mélèzes centenaires offrent des espaces de quiétude et une expérience de ski unique, quelle que soit la météo.

La diversité des terrains et des activités permet, selon les envies, des moments de glisse, sportive ou extrême, des moments de découverte, des moments uniques.

Une montagne et ses vallées qui rassemblent, c'est aussi des habitants et des professionnels qui savent accueillir, partager et faire vivre la destination à l'année, l'esprit montagnard et le cœur tournés vers le midi.

4 / Nos valeurs

Le **PARTAGE** de tout ce qui constitue la richesse de notre territoire, des hommes et des femmes qui y travaillent et y vivent toute l'année. Faire découvrir notre histoire et notre patrimoine autour des fortifications qui surplombent Briançon ; la chaleur des relations entre les habitants, les professionnels et les touristes. Un partage équilibré entre le développement économique et le respect de la nature, entre les activités qui forgent notre identité et celles que nous créons pour demain. Un partage qui, ici, nous engage dans un accueil simple et vrai.

L'**AUTHENTICITÉ** d'une destination de caractère où la franchise et la sincérité des gens du sud côtoient la pureté des paysages, la singularité du patrimoine et de notre culture. Une authenticité qui nous permet de nous montrer tels que nous sommes et de faire partager de vrais moments de plaisir et de sérénité.

Le **PLAISIR** de nos visiteurs qui découvrent un immense terrain de jeux avec d'innombrables possibilités d'activités sportives ou culturelles, de détente et de ressourcement dans une nature exceptionnelle. Mais aussi le plaisir de la rencontre,

le plaisir de se retrouver, soi-même, entre amis ou en famille, le plaisir de la contemplation comme celui du dépassement. Le plaisir qui est le nôtre, de profiter chaque jour, d'un environnement et d'un cadre de vie exceptionnel que nous voulons partager.

La **SÉRÉNITÉ** offerte par la magie des grands espaces, la beauté des paysages, la quiétude et la douceur qui règnent lorsque vous déambulez dans les rues de Briançon, les ruelles de nos villages, quand vous descendez les pistes de Serre Chevalier, les flots de la Guisane, quand vous circulez à vélo sur nos routes de montagne ou arpentez les chemins de la vallée.

Le **BIEN-FAIRE** avec ce point d'honneur que nous mettons à vous accueillir dans les meilleures conditions pour vous faire vivre un séjour de qualité et prendre soin de vous. Chez nous, vous êtes comme chez vous : nos professionnels s'engagent pour soigner votre accueil, proposer des services et des équipements de qualité, pour vous faire vivre un séjour en toute tranquillité.

5 / Le positionnement...

Ce qui nous caractérise et nous différencie :

Serre Chevalier – Briançon : d'innombrables espaces pour se faire plaisir et booster sa vitalité, toute l'année.

...et la promesse

Notre engagement auprès de nos clients, visiteurs, habitants, professionnels :

Ici, trouvez mille et une manières de vous faire plaisir toute l'année

Chacun cherche, à sa manière, à booster sa vitalité. Pour sortir d'un quotidien citadin et fatigant, pour découvrir de nouvelles façons de se dépasser, découvrir de nouveaux horizons, de nouveaux espaces, de nouvelles expériences, tisser de nouvelles relations ou renforcer des liens, ...

La vitalité est au cœur de nos paysages, de nos relations, de nos offres. Serre Chevalier – Briançon est la promesse d'une destination aux multiples visages qui

propose une palette illimitée d'activités pour se faire plaisir et booster sa vitalité, une destination qui fait du bien au corps et à l'esprit :

- **Un vaste terrain de jeu**, adapté aux grands sportifs, aux connaisseurs et aux débutants – pour tous les skieurs, snowboarders, randonneurs, amateurs de raquettes, de snowkite, de karting (sur circuit de glace l'hiver), de parapente, ou simplement les férus de plein air – ce terrain de jeu est bordé **d'une vallée reliée par la Guisane**, proposant des activités d'eaux-vives, rafting, canyoning, kayak, nage, ... mais aussi des itinéraires remarquables pour les passionnés de deux roues, motos, vélos de route, VTT, ... ou pour les randonneurs.
- **L'urbanité reliée à la nature** : Briançon, plus haute ville de France comptant 12 000 habitants, reliée à de nombreux villages et hameaux authentiques et accueillants.
- **Un patrimoine historique et culturel exceptionnel** : les fortifications Vauban classées au patrimoine mondial de l'UNESCO à Briançon, le Musée d'Art Sacré au Monétier, les fresques du XVème siècle en Guisane, ... couplés à une **nature et une biodiversité** préservées : des forêts de mélèzes aux glaciers en passant par les sommets calcaires et les pâturages d'altitude, le Briançonnais renferme une grande variété de milieux naturels abritant une belle diversité d'animaux et de végétaux alpins.
- **Une destination montagne** avec un enneigement de qualité doublé d'un **climat méditerranéen** apportant 300 jours de soleil par an et une douceur de vivre

Ici, tout le monde peut se trouver un espace de vitalité : le sport, la détente, le repos, la contemplation, l'oxygénation, ...

L'EXPRESSION DE LA MARQUE

1 / Les signes d'expression dans la communication

Il s'agit des caractéristiques intrinsèques qui ont construit et constituent aujourd'hui notre identité collective, ce que nous sommes et ce qui nous rassemble. Ils vont refléter notre territoire, de façon graphique et verbale.

Un nom et un bloc marque : Serre Chevalier - Briançon

Un signe emblématique : l'aigle

Historiquement l'armoire familiale de la famille Borel du Bez, ce blason constitue notre signe fédérateur que beaucoup s'approprient (il est utilisé par de nombreux acteurs du territoire dans leur communication/signalétique)

Cinq marqueurs identitaires :

- | La montagne et ses vallées
- | Les forêts de mélèzes
- | L'eau (sous toutes ses formes : solide, liquide – la neige, la Guisane (littéralement « l'eau qui guérit »), sources d'eau chaude, l'énergie hydraulique, ...)
- | Les villages
- | Les fortifications

Des traits saillants :

| **Énergique par nature**

- La grandeur des espaces : montagne et vastes vallées
- L'espace entre les villages : espace de vie
- La puissance des fortifications
- L'énergie de l'eau (liquide ou solide)
- L'esprit montagnard
- Les relations franches

| **La beauté des contrastes**

- Montagne / vallée / ville
- Chaleur du soleil / fraîcheur de la neige, des lacs et cours d'eau de montagne
- Parfums d'Italie et terroir de montagne
- Ville / villages / hameaux
- Nature-géologie-biodiversité / culture-Histoire-patrimoine
- Architecture imposante / vastes paysages ouverts

- Sensations fortes / sérénité

| **Esprit de partage et de convivialité :**

- Relations franches
- Sens de l'accueil
- La chaleur, douceur (feu)
- "Serre Che" : la fierté, la connivence dans les relations

| **Espaces de ressourcement :**

- Un rapport privilégié à la nature
- Vivre des moments d'entière sincérité
- Une réserve de santé
- Ralentir, se déconnecter

2 / L'expression de la marque dans les projets opérationnels

Pour qu'elle vive, notre marque partagée n'a pas uniquement vocation à être un signe, un repère visuel, c'est aussi un état d'esprit, des valeurs, et une promesse qui doivent être réinjectés dans les actions et projets du territoire.

La marque est un socle commun, un guide pour orienter nos actions en illustrant la promesse faite par le territoire : elle ouvre le champ des possibles en insufflant dans chaque projet une valeur ajoutée propre à l'image de la destination.

Nous avons co-construit, avec les acteurs du territoire, une feuille de route stratégique qui développe de nombreux projets à mettre en œuvre pour favoriser l'attractivité du territoire. Nous présentons ici l'application de la marque au travers de quelques uns de ces projets :

| **Projet 1.6 : La mise en place d'une stratégie d'ambassadeurs**

| **Objectif général :** Construire un réseau d'ambassadeurs qui deviendront des prescripteurs de la destination notamment par le biais du partage d'expériences, de services...

| **Descriptif du projet :** capitaliser sur le réseau « Serre Che Addict », déjà actif, du domaine skiable pour donner plus encore la parole aux « locaux », aux influenceurs / « leaders d'opinion » et élargir la communauté à l'échelle de la destination Serre Chevalier – Briançon



Leviers de la marque : Pour illustrer la promesse, le réseau d'ambassadeurs doit donner la parole aux habitants / résidents secondaires pour générer de l'émotion par le partage (les clients sont bien entendu toujours invités à partager leurs bons plans : covoiturage, cogliss, ...). Une nécessité de renforcer le lien : partage de « coups de cœur » / « moments secrets / privilégiés » / « mon trésor de montagne » pour faire vivre les valeurs de partage et d'authenticité.

Exemples d'actions (non validées ni exhaustives) :

- Plateforme de partage où les ambassadeurs livrent quelques uns de leurs « secrets de montagne » : leurs bons plans, leurs sentiers préférés, les lieux où l'on peut admirer les meilleurs panoramas, ...
- Développement d'une application smartphone dédiée à la communauté sous le prisme du partage : bons plans, covoiturage, mais aussi mise en relation/connexion entre les résidents, touristes, socioprofessionnels, ...
- Renforcement de la présence du dispositif sur la station et d'autres territoires de partage : par exemple, scénariser les espaces pour développer l'usage et le partage (cadres photos "brandés SerreCheAddict" pour selfies/photos de groupes dans la station, sur les sentiers, ...)

Projet 2.6 : Développement de l'hospitalité du territoire

Objectif général : renforcer le professionnalisme des acteurs, l'accueil et donc l'hospitalité pour faire monter l'offre en qualité

Descriptif du projet : mettre en place un dispositif de formation auprès des acteurs locaux pour les aider à faire monter leur offre en qualité

Leviers de la marque : développer la valorisation de la marque par l'incitation à l'usage et le respect des valeurs d'authenticité, de partage et surtout de « bien-faire ».

Exemples d'actions :

- Séances de travail / coaching individuel proposées par l'OT pour favoriser l'intégration de la promesse dans les politiques commerciales et l'accueil des socioprofessionnels de la destination : les axes à développer pour un meilleur accueil, la qualité de l'offre, ...
- *Séances de travail sur la communication et l'application du code de marque : quel type de contenu, quelles illustrations, ... => on privilégiera par exemple plutôt des photographies de grands espaces, d'extérieurs,*

des lieux de vie, des instants de convivialité, des produits locaux, ... plutôt que des lieux vides et sans vie.

Projet 3.11 : Une carte de transport unique et des déplacements facilités

Objectif général : permettre l'accès facilité à l'ensemble de l'offre sur le territoire

Descriptif du projet : pour relier la multitude d'offres sur un territoire « morcelé », la mobilité est au cœur des dispositifs. Une mobilité douce et durable pour une « smart & green vallée » qui simplifie la vie et les connections entre les espaces et les offres.

- PTU étendu
- Skipass utilisé pour le bus
- Carte rechargeable avec transport payant
- Élargissement au stationnement
- ...

Leviers de la marque : proposer des solutions alternatives de déplacement favorisant le partage, le renforcement des liens, l'authenticité, ...

Exemple d'actions :

- L'extension du concept de Blablacar utilisé par la plateforme #SerreCheAddict pour les courts trajets en période plus creuse (hors période d'hiver où les bus sont réguliers dans la vallée) afin de partager sa voiture avec des visiteurs du territoire
- Des panneaux de « stop » brandés / outils de signalétique / goodies (avec la marque comme caution) distribués par l'Office de Tourisme qui permettent de se poster à des endroits délimités et profiter de partager un court trajet avec des habitants ou d'autres touristes pour se déplacer d'un bout à l'autre de la vallée

Projet 3.12 : Réactiver le projet voie verte

Objectif général : valoriser les déplacements doux en développant les voies vertes

Descriptif du projet : création d'une voie verte permettant de relier les points stratégiques de la destination notamment de la vallée de la Guisane. Le projet

voie verte/blanche permettrait ainsi aux visiteurs de passer de villages en villages à pieds/à vélo pour relier les différents points d'intérêt

| **Leviers de la marque** : au delà du projet d'aménagement, la voie verte a une portée symbolique : symbole de la transformation, espace de lien pour les visiteurs, pour les habitants, partagée par tous et reliant la multitude d'offres du territoire. Il faut qu'elle soit pensée comme créatrice de liens, activité à part entière mettant en scène l'étendue des espaces, le partage d'une nature préservée, l'authenticité des villages, ...

| **Exemples d'actions :**

- Des étapes proposant des panoramas privilégiés, pour se détendre au soleil et profiter de la vue et de l'espace
- Des lieux de rencontre avec un espace central pour se retrouver autour d'un café
- Des prêts de vélos possibles entre résidents et touristes
- ...