



# Communiqué de presse

8 avril 2024

## 3<sup>e</sup> Assises du tourisme durable : la nouvelle communication de la Destination Pilat

Les acteurs publics et privés du tourisme local ont travaillé, durant 5 mois, à une action phare du plan d'action de la nouvelle stratégie touristique du Pilat : le positionnement de la communication de destination touristique. Sous l'égide du Parc naturel régional du Pilat et de l'Office de tourisme du Pilat, ce travail collectif réalisé grâce au soutien du programme Avenir Montagne ingénierie et de la Banque des territoires a été présenté le 8 avril lors des 3<sup>e</sup> Assises du tourisme du Pilat.

### Un travail collectif

Accompagnés de l'Agence StorieStore, plus de 60 acteurs du territoire ont participé à l'élaboration d'une communication singulière et partagée :

- Analyse de la communication de la destination touristique existante ;
- Définition d'un positionnement et nouvelle prise de parole de la destination touristique du Massif du Pilat, basée sur des enjeux partagés ;
- Expression visuelle et éditoriale de ce nouveau positionnement.

### Faire destination commune au sein du « Massif du Pilat »

Il s'agissait de définir à plusieurs mains la manière la plus optimale de valoriser ce territoire authentique, préservé, riche de ses habitants et de ses touristes, de ses saveurs, de ses paysages diversifiés et de ses panoramas qui en mettent plein la vue !

Les éléments support de cette communication seront utilisés par tous les acteurs touristiques qui, collectivement, font la Destination Pilat.

### Les professionnels du tourisme à la source du positionnement

Un questionnaire adressé aux professionnels du tourisme ainsi qu'aux acteurs clés de la destination a permis de recueillir et de comprendre les représentations à l'oeuvre dans le Pilat sur la question touristique, son image, ses atouts, ses limites et ses potentiels.

Plus de 105 personnes ont répondu aux questions posées et ont ainsi réalisé un véritable portrait d'identité de la Destination !

Les atouts clefs du territoire identifiés grâce à ce travail : la beauté des paysages, les crêts, les points de vue, la randonnée, le sentiment de liberté, de bien-être, le calme, la sérénité et aussi les loisirs actifs.

### Les principes fondateurs stratégiques de la communication

La nouvelle communication de la destination touristique vise à conforter les différents défis de la stratégie de développement touristique élaborée lors des assises.

La communication déployée visera à faire du Pilat une destination de séjours.

La communication s'appuiera sur l'objectif de "préparer l'avenir avec la jeunesse".

---

#### CONTACTS PRESSE

Florence COSTE – Responsable de communication du Parc du Pilat - 04 74 87 52 01 – [fcoste@parc-naturel-pilat.fr](mailto:fcoste@parc-naturel-pilat.fr)

Marie MOTTOT – Directrice Adjointe du Parc du Pilat - 04 74 87 52 01 - [mmottot@parc-naturel-pilat.fr](mailto:mmottot@parc-naturel-pilat.fr)

Isabelle ARBUZ – Directrice de l'Office de tourisme du Pilat – 04 74 87 52 09 - [iarbuzz@pilat-tourisme.fr](mailto:iarbuzz@pilat-tourisme.fr)

Le Parc naturel régional donne toute sa valeur à la communication de la Destination.  
La signature graphique ne fonctionne pas comme une marque. Avec ses symboles forts, elle a d'abord vocation à développer le récit du territoire partagé par tous.

### L'image recherchée pour le Pilat

Le nouveau positionnement visera donc à asseoir une nouvelle image du Pilat en 6 dimensions :

- UN MASSIF À PART ENTIÈRE à découvrir dans son intégrité
- LES VUES ET VISIONS SPECTACULAIRES accessibles facilement
- L'IMPRÉGNATION ET L'IMMERSION dans un espace refuge
- LA RECONCILIATION, un nouveau regard sur soi, sur l'autre, sur la nature, un trait d'union
- LE VERTIGE HORIZONTAL, « Quand la douceur tutoie le grandiose »
- PLACE AU VIVANT, contribuer à maintenir les équilibres, tous les équilibres

### La nouvelle expression

La signature de la destination touristique s'incarne désormais à travers :

Un nom assumé : Le MASSIF DU PILAT

La signature d'une promesse : Plein la vue !

Un visuel et son symbole intégrés dans un univers graphique :



### Pilat, Mon Parc naturel régional devient LE MASSIF DU PILAT

La marque touristique du territoire, Pilat, Mon Parc naturel régional, développée à partir de 2009, va donc être remplacée par cette nouvelle signature. Si la marque "Pilat, Mon Parc" a permis l'émergence du fait touristique dans le Pilat, elle atteint aujourd'hui ses limites. La nouvelle signature sera mieux à même de projeter la destination dans de nouveaux potentiels, une promotion tournée vers l'extérieur, véhiculant de nouveaux imaginaires.

### Déploiement de la nouvelle communication touristique

La nouvelle signature de communication de la destination touristique "LE MASSIF DU PILAT" a été adoptée par les acteurs touristiques locaux. Elle va maintenant se déployer progressivement sur les supports de communication à venir.

Petit à petit, elle va apparaître sur les sites internet, les documents imprimés, les réseaux sociaux, être affichée par tous, et surtout les professionnels du tourisme.

L'Office de Tourisme du Pilat, qui porte la promotion de la destination touristique travaille en lien avec le Parc du Pilat et les autres offices du territoire, à la mise en place de cette communication avec les professionnels, afin de la diffuser pour la saison 2025.

Contact : Office de tourisme du Pilat