



Chronique de l'Observatoire Départemental du Tourisme
Agence de Développement Touristique des Pyrénées-Orientales
Catalyseur des énergies du Tourisme et des Loisirs

Belle et heureuse année 2020

PRISE EN COMPTE DE L'IMPACT SOCIÉTAL DANS UNE POLITIQUE DU TOURISME ET DES LOISIRS. QUEL MEILLEUR SIGNAL QU'UNE ACCROCHE, UN MARQUEUR, UNE MARQUE, UN CODE MARQUE L'INTEGRANT ?

Créer une marque de destination en ayant en tête sa géographie et son identité n'est pas chose facile. Beaucoup de critères sont à prendre en compte. Cela peut paraître insurmontable pour certaines entreprises ou destinations d'ailleurs. Mais la **création d'une marque de destination est impérative** pour prendre en compte l'impact sociétal et nous inscrire dans la durée et la cohérence des enjeux futurs. Courage, audace et prospective sont donc nécessaires.

COMPRENDRE L'ENJEU DE L'IDENTITE DE MARQUE PYRENEES MEDITERRANEE EN PAYS CATALAN, LA QUATRIEME DIMENSION

Au-delà de différents éléments visuels (logo, couleurs, graphisme), une identité de marque est un message, un positionnement qui donne du sens. On affirme sa destination, sa stratégie territoriale en se projetant. Il s'agit d'un tout : valeurs, histoire, culture, prise en compte de l'environnement etc.

Au-delà d'un message, l'identité de la marque est un symbole fort qui doit

permettre à la destination de **se distinguer, s'affirmer, s'ancrer dans les mémoires, stimuler, interpeler**. Elle doit être reconnaissable et véhiculer une promesse tenue.

Le « j'aime, j'aime pas » n'est pas la question fondamentale. Il faut voir plus loin. Nous vivons collectivement des changements : vitesse, échelle, ampleur, complexité.

Le bon sens en 4 points :

1. La recherche d'un positionnement singulier, d'une marque en co-construction avec nos partenaires, véhiculant une promesse tenue a-t-elle eu du sens ?
2. Notre destination a-t-elle intérêt à améliorer sa lisibilité ? Nous situe-t-on vraiment ? Notre destination est-elle bien identifiée ? Est-il urgent de se fédérer autour d'une marque de destination ? Cette question a-t-elle du sens ?

3. La prise en compte de l'aspect sociétal est-elle importante ? Cette marque de destination va-t-elle dans le bon sens ?

Sénèque disait : « Il n'est de vent favorable que pour celui qui sait où il va ».

Le fait de mettre en avant le contenu avant la destination a-t-il du sens ? Le fait de revendiquer l'appellation géographique autour de deux marques monde (Pyrénées et Méditerranée) et identitaire (en Pays Catalan) pour notre département est-il pertinent ? **Nos 4 atouts ou singularités autour de la géographie, le tout sur de courtes distances, l'évasion, la lumière est-il judicieux ?** La demande client actuelle et à venir est-elle en adéquation avec cette proposition ?

4. Le chiffre 4, notre fil conducteur repose-t-il sur une réalité (historique, géographique, stratégique, saisonnière). Enfin quelle meilleure ou autre proposition qu'une marque singulière pour une offre plurielle ?

Bergson disait que le bon sens est « la raison sans raison »... une certaine logique, une certaine évidence, porteuse de vérité... précieuse comme l'est notre département. Tous ces arguments sont-

ils justes ? N'est-ce pas la bonne question à se poser ?

Notre département est un bijou dans un écrin, avec 4 espaces géographiques qui offrent une singularité et une diversité uniques. Cette différence est un véritable atout qui doit être à la base de notre offre de tourisme et de loisirs sur 4 saisons.

L'impact sociétal, les changements de mobilité à venir, l'environnement, autant de sujets que de questionnements... Nous voulons un tourisme plus maîtrisé, différent, à taille humaine, dans lequel les habitants se retrouvent, mais dans lequel les visiteurs vivent des expériences uniques autour de 4 espaces géographiques proches et entrelacés (Mer, Ville, Campagne, Montagne) ne promettant pas la lune mais **le soleil, la lumière, l'évasion, un tout sur de courtes distances**. Un rêve diraient certains. La 4^{ème} dimension diraient d'autres.

Pourquoi partir aux 4 coins du monde ? La 4^{ème} dimension c'est ici et maintenant

Pour toutes questions éventuelles ou suggestions de sujets contactez le [P'OBS](#)

Retrouvez nos publications sur notre site pro pro-tourismeadt66.com

