



La Charente Maritime  
"ma préférence"

# Guide de la marque "ma préférence"

Valeurs  
Utilisations  
Bénéfices

La Charente Maritime  
"ma préférence"



## La Charente Maritime «ma préférence»

Pour rester compétitif dans un contexte de forte concurrence, la Charente-Maritime a lancé une véritable stratégie de marque touristique. Née d'une réflexion collaborative, elle se traduit par un nouveau positionnement, une nouvelle signature « La Charente-Maritime, ma préférence » et une nouvelle charte graphique. Cette marque, au service du rayonnement de la Charente-Maritime, est un capital collectif qui, porté par chacun d'entre nous, développera l'aire d'influence de notre destination. La nouvelle plateforme de communication est un partage : l'utiliser à votre compte donnera plus de force à votre communication sans renier votre propre identité. Ce guide de la marque vous rappelle les éléments de construction de notre image et comment vous, partenaire de la marque, pouvez l'appliquer sur vos outils de communication.

# Comment utiliser "ma préférence" ? sur le web

Pour partager sa marque, la Charente-Maritime a également conçu une communication web dédiée à ses partenaires :

## Bannières

Mettez en ligne des bannières. Plusieurs formats sont à votre disposition :

- Estampille Fort Boyard Format carré 180x150
- Format rectangulaire horizontal 728x90
- Format rectangulaire vertical 160x600



Bénéfices :

- Une insertion discrète qui s'intègre dans votre univers de communication
- Une animation chaleureuse et attractive qui valorise votre page d'accueil
- Un clin d'œil pour ancrer votre offre dans la grande famille Charente-Maritime

Vous souhaitez un format personnalisé pour une intégration au plus juste dans votre site ?  
Rendez-vous sur [www.ma-preference.fr](http://www.ma-preference.fr)

## Liens

Dans l'objectif de développer votre trafic, un lien est déjà établi depuis notre site renvoyant sur votre propre site internet. A titre de réciprocité, créez un lien vers [www.en-charente-maritime.com](http://www.en-charente-maritime.com) depuis le format pub que vous aurez retenu.

Bénéfices :

- Optimisez le référencement naturel de votre site internet

## Vidéos

Mettez en ligne des "clips-découverte" de la Charente-Maritime.

Bénéfices :

- Répondre aux nouvelles attentes des "touristonautes"
- Offrir un site interactif et vivant

# Pour tout savoir

Retrouvez toutes les informations pratiques sur  
[www.ma-preference.fr](http://www.ma-preference.fr)

# La marque Charente-Maritime

## Pourquoi une marque ?

Pour capitaliser sur un état de fait : la Charente-Maritime est la 2<sup>e</sup> destination touristique française. Elle a donc besoin de se doter d'une communication qui traduise son statut de destination leader et qui affirme sa compétitivité.

## Sous la marque, un positionnement

« Etre Charente-Maritime, c'est vivre le meilleur de soi »

Il définit la personnalité de la marque. La Charente-Maritime est un état d'esprit, elle est du côté de l'être et non du paraître. Elle sublime la relation que chacun entretient avec ses vacances, ses week-ends, sa famille, ses amis... Elle entre en empathie avec ses cibles.

## → Issu de ses 5 valeurs

**Le raffinement :** parce que la demande d'esthétisme est croissante

**Le festif :** parce que la joie de vivre est au cœur des vacances

**L'accomplissement :** parce que l'épanouissement est une valeur fondamentale pour chaque être

**L'audace :** parce que l'aventure et l'expérience font rêver

**La clairvoyance :** parce que les clients ont de nouvelles attentes en matière de consommation éthique, citoyenne ou qui a du sens.

## Traduit par une signature

La Charente Maritime  
"ma préférence"

Elle traduit l'attachement des consommateurs à la destination Charente-Maritime et rend hommage à leur fidélité dans un registre affectif qui parle droit au cœur.

# Comment utiliser "ma préférence" ? en print

Un identifiant (représentant le Fort Boyard stylisé) a été spécialement conçu à l'attention des partenaires pour qu'il soit porté sur tous nos supports de communication. C'est le premier signal de reconnaissance de la marque touristique Charente-Maritime. Il est facilement utilisable et ne concurrence pas l'identité de chaque prestataire, mais au contraire, vient l'ancrer dans une entité plus vaste. Utilisé par tous, ce signe unifiera nos prises de parole.



- utilisé de préférence en haut à gauche sur les 1<sup>res</sup> de couverture
- ou
- positionné en fonction de la charte du partenaire

Aucune couleur n'est imposée ; seule l'utilisation d'un aplat pour le fond, avec les typographies en blanc, est recommandée.

## À ne pas faire

Pour assurer la pertinence et l'efficacité de la marque « ma préférence », appliquons l'estampille partenaire dans le respect de la charte en veillant à une utilisation uniforme.



Taille minimale recommandée : 25 mm

## Les interdits

- déformer l'estampille partenaire
- s'éloigner des couleurs de la gamme chromatique
- modifier le texte ou faire des ajouts
- utiliser l'estampille dans une autre typographie

Vous souhaitez un encart personnalisé pour une intégration sur votre édition ?  
Rendez-vous sur [www.ma-preference.fr](http://www.ma-preference.fr)

## Pour tout savoir

Retrouvez toutes les informations pratiques sur  
[www.ma-preference.fr](http://www.ma-preference.fr)

# Qui peut utiliser la marque ?

Tous les opérateurs touristiques de Charente-Maritime qui en font la demande.

## Pour quels bénéfices ?

- **Un effet collection** : créer un ton de communication commun, donner un « air de famille » à tous nos supports et prises de parole pour démultiplier l'impact de l'offre de la Charente-Maritime.
- **Un effet réseau** : plus fort ensemble, soyons tous ambassadeurs de la marque Charente Maritime qui est notre patrimoine commun.
- **Un effet notoriété** : la répétition est la clé de la communication. C'est un moteur de notoriété, plus la marque sera utilisée, plus elle sera reconnue.
- **Un effet concurrentiel** : la marque a vocation à devenir un véritable passeport concurrentiel, pour affirmer davantage notre leadership de destination touristique.

Tous ambassadeurs de notre marque,  
tous bénéficiaires de sa notoriété.



« Partageons une marque qui renforce chacun »

Stéphane UILLAIN, Président de Charente-Maritime Tourisme

