COMMUNICATION TOURISTIQUE DÉPARTEMENTALE
Principes · Inspirations



Une dynamique à partager

Dans le cadre de sa nouvelle **Stratégie départementale de développement du tourisme et des loisirs** adoptée le 8 avril 2025 par ses élus, le Conseil départemental du Puy-de-Dôme souhaite impulser une nouvelle dynamique de communication touristique.

Cette démarche vise à retranscrire avec **authenticité** et **simplicité** l'essence de la destination en s'appuyant sur les perceptions et contributions des acteurs du secteur, des habitants et touristes*.

Ce document présente les codes d'une **identité forte** et d'un **positionnement clair**, au service d'une **dynamique collective**. Les éléments peuvent se combiner ou s'utiliser séparément en fonction des supports, thématiques, cibles...

Faire découvrir notre territoire et ses richesses, accroître notre notoriété, renforcer la fierté de nos habitants... Chaque acteur pourra contribuer à atteindre ces objectifs en utilisant, s'il le souhaite, tout ou partie des éléments présents dans ce guide lors de ses propres actions de promotion et de communication.

Les règles d'utilisation à suivre permettront de garder une cohérence d'ensemble et de préserver la force de l'identité de la destination.

*** 2 enquêtes ont été menées courant 2024, l'une auprès des acteurs touristiques locaux, ayant généré plus de 600 réponses, et l'autre auprès des habitants et touristes, représentant un panel de plus de 5 000 répondants. L'objectif, entre autres, était de connaître leur perception de la destination afin d'en actualiser le portrait identitaire.**

Les 4 éléments saillants

Les volcans
naturellement identitaires du territoire



Inscription UNESCO
une reconnaissance mondiale



Porte d'entrée de l'Auvergne
un rattachement naturel à l'Auvergne



Une position centrale
un département au cœur de l'Auvergne et de la France



Identité et univers de la destination



L'identité

» Le logo principal

PUY-de-DÔME
L'AUVERGNE DES VOLCANS

Il est composé de 3 éléments :

1 ***Le sigle*** *constitué des 2 puys les plus connus et d'un 3e faisant office d'accent circonflexe*

2 ***Le nom du département « PUY-de-DÔME »***
- *mise en avant de la destination principale*
- *lien avec la communication institutionnelle*

3 ***La signature*** *liée à un objectif d'attractivité*

AUVERGNE > *notoriété forte d'une localisation à fort potentiel d'image*

VOLCANS > *éléments identitaires et différenciant du territoire*

Un sigle simple et identitaire



Le sigle permet de rappeler l'élément différenciant principal de notre destination : **les volcans**.

Il fait référence aux deux volcans les plus connus de la Chaîne des Puys : **le puy de Dôme** et le **puy de Pariou**, générant naturellement un sentiment de fierté chez les habitants et étant plus facilement reconnaissables par les visiteurs.

Il fait le lien avec la communication institutionnelle du Département et garantit ainsi une **cohérence** plus grande de la communication globale du Département.

Il peut s'utiliser de façon autonome pour s'intégrer sur différents supports.



Couleurs et polices utilisées

CMJN 50 / 0 / 100 /0
RVB 128 / 196 /28
HTML #80c41c
Pantone 375 C
RAL 6018

CMJN 75 / 60 / 40 / 20
RVB 54 / 57 /82
HTML #363952
Pantone 7546C
RAL 7016



Déclinaisons colorées





Quand la visibilité ne permet pas de garder la version couleur d'une signature, il existe deux versions blanches pour une utilisation sur fond sombre. Si possible, la version blanche sur fond vert est à privilégier.

Pour une utilisation monochrome, la signature est utilisée en noir 100% sur fond clair. Afin de conserver une bonne lisibilité du logo, aucun élément ne doit figurer dans la zone de protection.





Zone de protection à respecter

La signature

AUVERGNE : *porte d'entrée "naturelle" de notre destination, très identifiée par les clientèles françaises et étrangères*

L'AUVERGNE DES VOLCANS

VOLCANS *: affirmation de l'élément qui nous rassemble à l'échelle départementale et qui nous différencie des autres destinations métropolitaines*

Déclinaison de la signature

La signature pourra être déclinée en différentes accroches adaptées au support, cible(s), message(s) à communiquer.

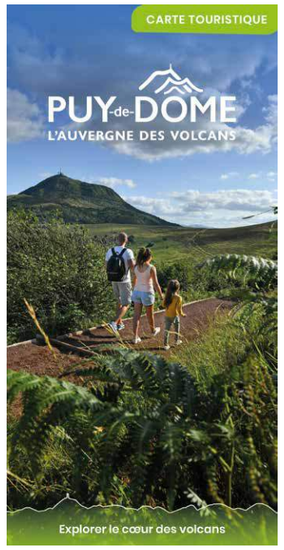
EXEMPLES :

S'évader sur un volcan
Vibrer au cœur des volcans
Skier sur un volcan
Voler au-dessus des volcans
L'âme des volcans
...

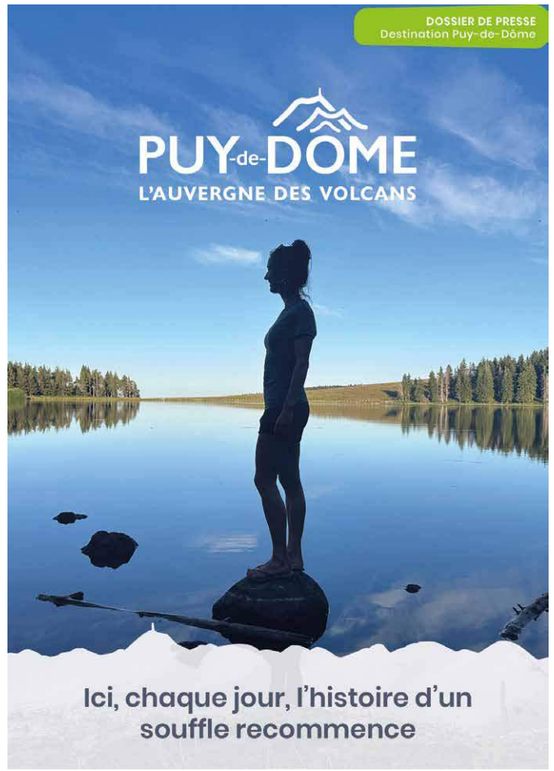
En fonction des visuels et de l'objectif du message, le mot volcan n'est pas obligatoire.

La ligne de crête

Élément identitaire central de notre destination, visible depuis la quasi totalité du territoire, la ligne de crête signe les visuels des éditions touristiques départementales.



Exemple d'utilisation avec une accroche



Exemple d'utilisation avec un titre

Les variantes du logo

PUY-de-DÔME
L'AUVERGNE DES VOLCANS

PUY-de-DÔME L'AUVERGNE DES VOLCANS

Un logo à destination des visiteurs
pour promouvoir l'attractivité du territoire

PUY-de-DÔME
MON DÉPARTEMENT

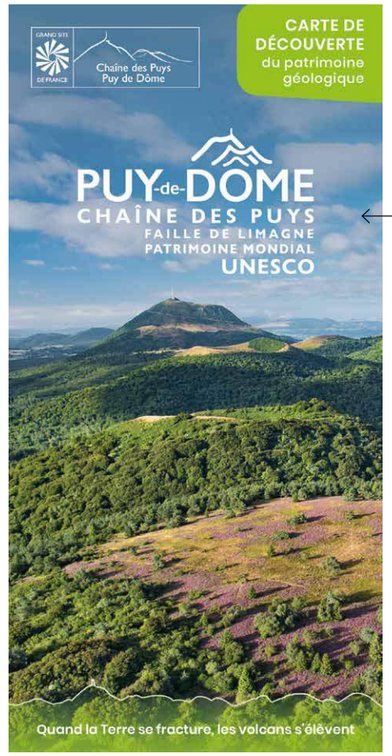
PUY-de-DÔME MON DÉPARTEMENT

Un logo à destination des habitants
pour la communication institutionnelle

PUY-de-DÔME
CHAÎNE DES PUYS
FAILLE DE LIMAGNE
PATRIMOINE MONDIAL
UNESCO

PUY-de-DÔME CHAÎNE DES PUYS - FAILLE DE LIMAGE PATRIMOINE MONDIAL UNESCO

Un logo dédié à la promotion des sites situés sur le territoire inscrit à l'UNESCO depuis 2018



Exemple d'insertion du logo Unesco
dans un projet de carte de découverte du patrimoine géologique

L’univers photographique

- Des plans larges, immersifs, qui soulignent la **majesté des paysages** avec une grande profondeur de champ et des contrastes qui amènent du relief et de l’intensité.
- Des points de vues subjectifs, des plans serrés qui viennent incarner des **sensations** soulignées par des verbes d’action « s’évader », « vibrer », « skier ».
- De l’émotion, de l’**action**, de la **spontanéité** dans les prises de vues de personnages. Saisir des expériences, de la vie, du **mouvement**. Mêler les générations pour que l’ensemble des cibles soit représenté. Pas de poses figées, ou trop vues, éviter les tenues criardes.
- Une **chromie chaleureuse**, une lumière capturée aux moments-clés (matin/soir). À éviter : les lumières crues qui écrasent, les chromies fades ou datées, le style documentaire.

Mots-clés : majestuosité, sensationnel, authentique, unique, émotions, spontanéité

Thématiques : pleine nature (hiver/été), patrimoine, thermalisme, gastronomie, savoir-faire local...

mots-clés : majesteux, grandiose, sensationnel, unique...









mots-clés : en immersion, émotion, expérience à vivre, mouvement...







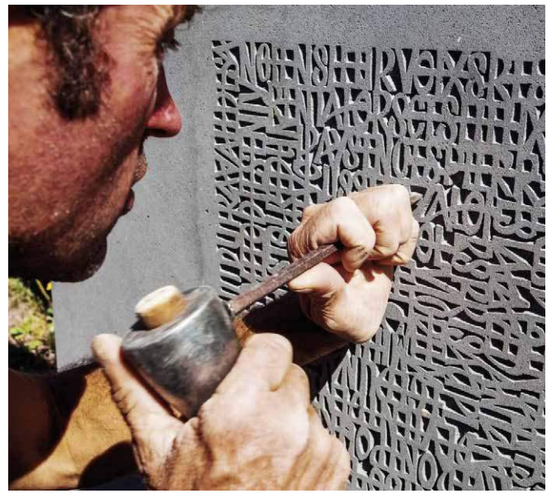






mots-clés : spontané, vivant, en action, savoir-faire, authentique...





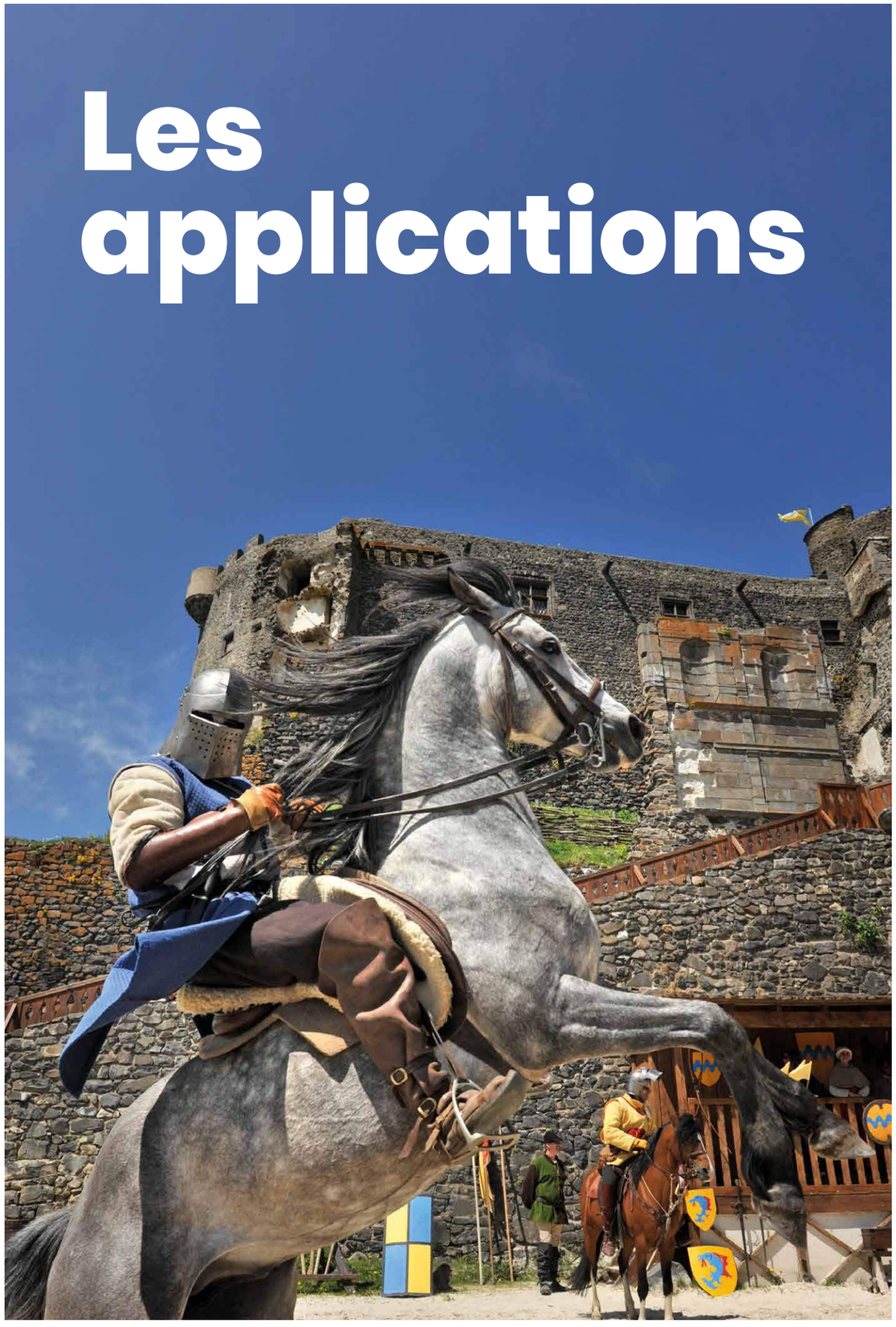






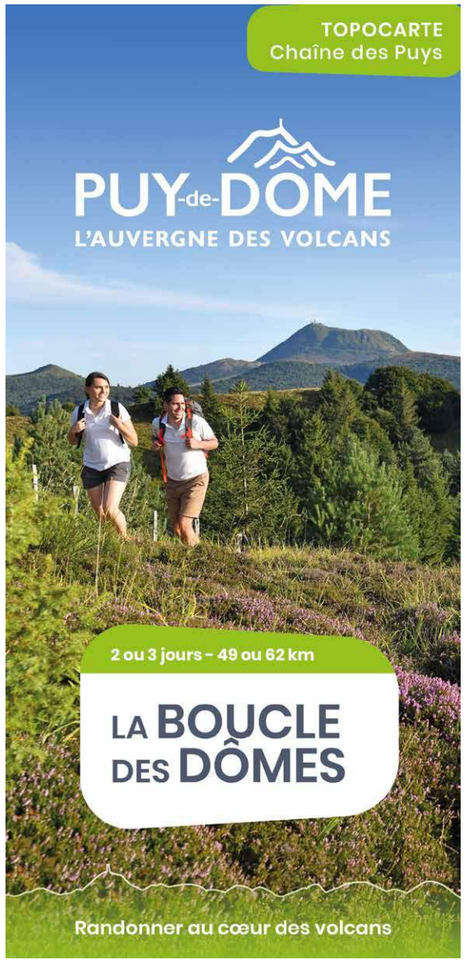


Les applications



Exemples d'usages

CARTE RANDONNÉE ITINÉRANTE



← ***Le cartouche*** *précise la spécificité du document : carte, dossier de presse…*

← ***Le logo*** *est positionné au centre, sa lisibilité est renforcée par un dégradé de couleur fondu avec celle du fond*

↑ ***La ligne de crête*** *est associée à une* ***accroche*** *et un* ***dégradé de couleur*** *qui renforce sa lisibilité.*

La couleur du dégradé sera soit choisie parmi celles du logo, soit en harmonie avec la photo.

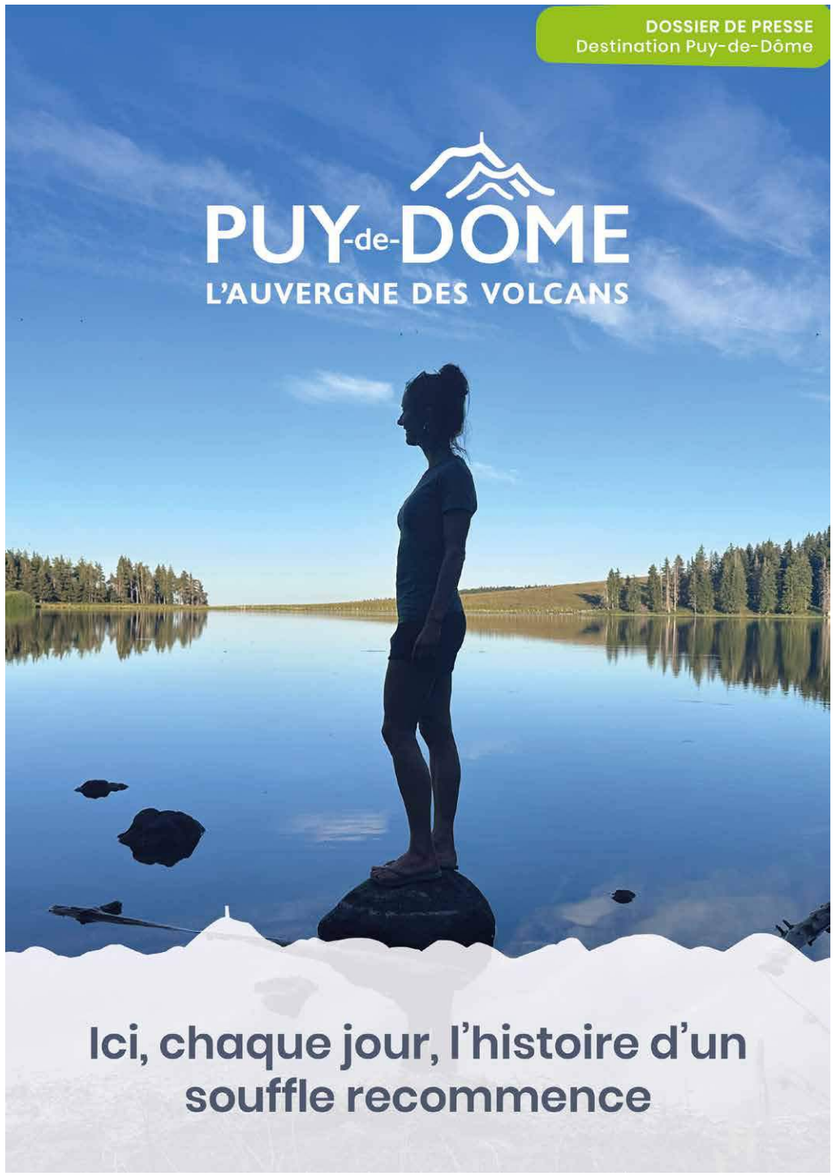
La typo de l'accroche doit être simple et lisible, l'accroche est toujours centrée dans la composition.



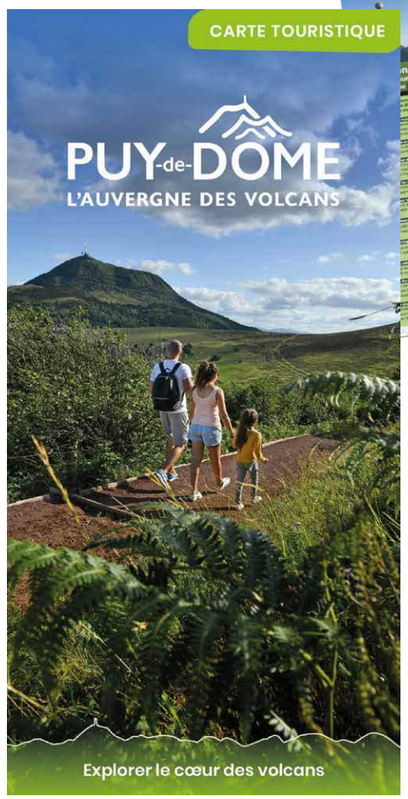
↑ *Le logo « L'Auvergne des volcans » en couverture s'acccompagne du logo* ***« Mon département »*** *au dos du document*

Exemples d’usages

DOSSIER DE PRESSE TOURISME DÉPARTEMENTAL

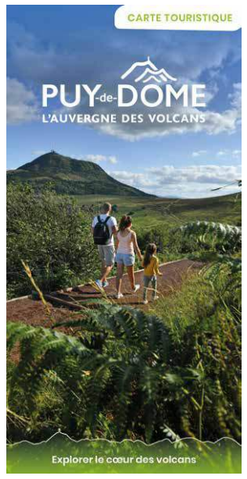


CARTE TOURISTIQUE DU DÉPARTEMENT



Couverture







Variantes colorées

Exemples d’usages

CAMPAGNE D’AFFICHAGE AVEC ACCROCHE





Simulations

CAMPAGNES D’AFFICHAGE SANS ACCROCHE





Simulations

Exemples d'usages

VIDÉO INSPIRATIONNELLE



Ici, le jour se lève comme un souffle,
le souffle des volcans.

Chaque sourire est une promesse
que le vent emporte sur les crêtes.
Il donne du courage.

Les forêts respirent
comme des poumons.
L'air soulève.

Le souffle est parfois coupé
ou partagé ensemble.

L'eau bouillonne,
les cœurs battent à l'unisson.

Le souffle s'accélère et la vie
se réinvente au gré des rencontres,
au gré des paysages.

Et quand le jour s'éteint,
le temps s'allonge un instant.
Les rires s'installent sur les visages.
C'est le cœur qui bat encore.

Et le souffle simplement,
recommence.







Flashez ce lien
pour découvrir la
vidéo complète

GOODIES









Exemples d'usages

SALON (BtoC / BtoB)





Stand collectif

La présence des partenaires sur les stands doit garantir une visibilité équilibrée à chacun, tout en préservant la lisibilité et la cohérence de la destination Puy-de-Dôme.

Les logos et visuels sont intégrés selon un principe de hiérarchisation, afin d'éviter toute surcharge et de valoriser le message principal.

Règles essentielles :

- *Respecter des espaces dédiés et aérés*
- *Ne pas modifier les logos (couleurs, proportions)*
- *Assurer une cohérence graphique globale*
- *Garantir une équité entre partenaires de même niveau*





Exemple de stand
Origine Auvergne 2025 réalisé par Solutions Stands

CARTE TOURISTIQUE ILLUSTRÉE



Exemples de communications partagées

Les exemples présentés dans les pages suivantes sont des simulations réalisées à titre illustratif *afin de montrer différentes possibilités d'intégration des éléments de communication de destination.*

Ils ne correspondent pas à des supports actuellement utilisés par les partenaires concernés.

CAMPAGNE D'AFFICHAGE EN CO-BRANDING



Simulation

Exemples de communications partagées

AFFICHAGE URBAIN, ANNONCE PRESSE EN CO-BRANDING



Simulation



Simulation



Simulation

Exemples de communications partagées

ÉDITION / SUGGESTION D'INTÉGRATION POUR PUBLICATION



Simulation

DIGITAL / SUGGESTIONS D'INTÉGRATION POUR SITES INTERNET



Simulation

PUY-de-DÔME
MON DÉPARTEMENT

DROIT À L'IMAGE / INFORMATIONS

Les photos présentées dans ce guide sont là à titre d'exemple et ne sont pas libres de droit.

Si vous souhaitez l'une d'entre elle, ou si vous souhaitez obtenir plus d'informations sur la démarche illustrée par ce document, nous vous invitons à prendre contact avec la Direction Développement du Tourisme et des Loisirs du Conseil départemental du Puy-de-Dôme : tourisme@puy-de-dome.fr

© Photos : Audigier J., Auvergne Rhône-Alpes Tourisme / Damase J., Auvergne Rhône-Alpes Tourisme / Octobre O., Bachelerie C., Bompan F., Busser P., Christian G., Combe L., Coquard M., Cormon F., Fayet G., Frich A., Frobert D., Gonthier D., Grudet D., Kunkel, Magma Créa / Carte illustrée p26, Manzone R., Niels M., OT Pays d'Issoire / Alba Photographie, Prudhomme T., Roodenberg S., Solution Stands / Visuels salon