



**GUIDE D'APPLICATION  
DU POSITIONNEMENT  
DE LA DESTINATION**

# Gorges du Tarn

## **AVERTISSEMENT**

- **Ce document est à usage uniquement interne, sa diffusion en est restreinte. Les photos présentées ici le sont exclusivement à titre d'exemple. Les utilisateurs de ce guide s'interdisent d'en faire un usage publicitaire et commercial sans autorisation préalable de leurs auteurs.**
  
- **L'usage de la dénomination UNESCO dans la rédaction de tout contenu (print, web...) lié à la destination Gorges du Tarn, est soumise à des règles très strictes exposées dans le Guide de Communication édité par l'Entente Interdépartementale des Causses et des Cévennes et disponible sur demande à l'adresse : *communication@causses-et-cevennes.fr***

# Sommaire

---

Introduction	p.4
Suivez le guide	p.5
La destination	p.6
La stratégie	p.8
Les fondements du positionnement	p.11
Le positionnement	p.13
Les éléments de langage	p.19
L'univers iconographique	p.23

# Introduction

Soucieux de développer une stratégie marketing qui vise à s'appuyer sur des destinations fortes de la région, les CDT-ADT et le CRTL Occitanie, ont mis en œuvre pour 2021 mais aussi 2022 et 2023, un dispositif PACT - Programme d'Actions Concertées du Territoire - sur certaines destinations.

Ces initiatives sont complémentaires des actions menées à l'échelle des territoires départementaux.

Dans cette optique, le CDT de la Lozère et l'ADAT de l'Aveyron, ainsi que les 3 Offices de Tourisme des Gorges, Causses, Cévennes, de l'Aubrac aux Gorges du Tarn, et de Millau Grands Causses, forts de leurs atouts touristiques, se sont associés autour de la promotion d'une destination commune et reconnue : « Les Gorges du Tarn ». Une démarche dans laquelle sont également parties prenantes un Grand Site de France (en cours), un Parc National (le Parc National des Cévennes), un Parc Naturel Régional (PNR des Grands Causses en Aveyron), L'Entente Causses et Cévennes UNESCO.

Pierre angulaire de cette stratégie de promotion de la destination, la définition d'un positionnement touristique qui permette à l'espace « Gorges du Tarn » de se positionner durablement et d'émerger dans un environnement de plus en plus concurrentiel, de véhiculer une image en adéquation avec les nouvelles aspirations des publics visés.

Un positionnement qui conjugue les acquis des destinations départementales et infra départementales en termes d'image et de notoriété.

Un travail collectif a permis de faire émerger un positionnement fort et différenciant, partagé par l'ensemble des partenaires et fondé sur la légitimité et la reconnaissance de la destination « Gorges du Tarn » en tant que terre de prédilection des activités de pleine nature.

L'adoption d'un certain nombre de principes formalisés dans ce guide facilitera et optimisera la mise en œuvre et la lisibilité de cette démarche commune.

# >> Suivez le guide

- **Un guide d'application du positionnement pourquoi ?**

L'image d'une destination se construit au travers de composantes identitaires ( ton, style, univers iconographique...) et d'un positionnement qui la distinguent d'autres destinations potentiellement concurrentes. Le guide d'application du positionnement a pour objectif de formaliser ces différents éléments afin d'en faciliter la compréhension, l'appropriation et l'usage par les différents utilisateurs potentiels. De façon opérationnelle, il permet de traduire le positionnement dans des mots et des visuels.

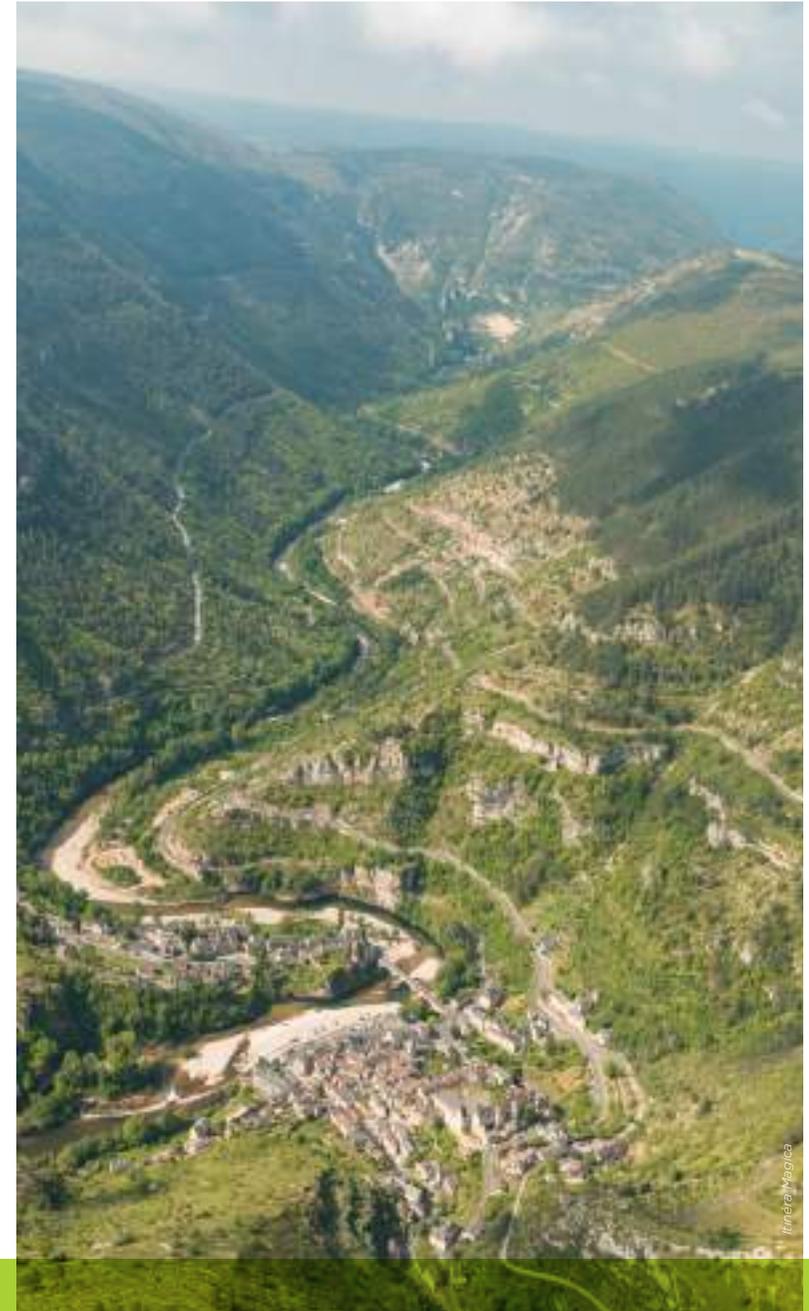
- **Un guide pour qui ?**

Ce guide s'adresse à l'ensemble des acteurs publics et privés qui souhaitent promouvoir la destination Gorges du Tarn.

- **Un guide pour quoi faire ?**

Ce guide sert à définir un cadre formel pour positionner la destination au travers de toutes les prises de parole média et hors média, on et off-line.

Ce cadre permet de garantir la cohérence du discours et des différentes actions de communication quels qu'en soient les émetteurs.



# La destination 1

# >> En quelques chiffres



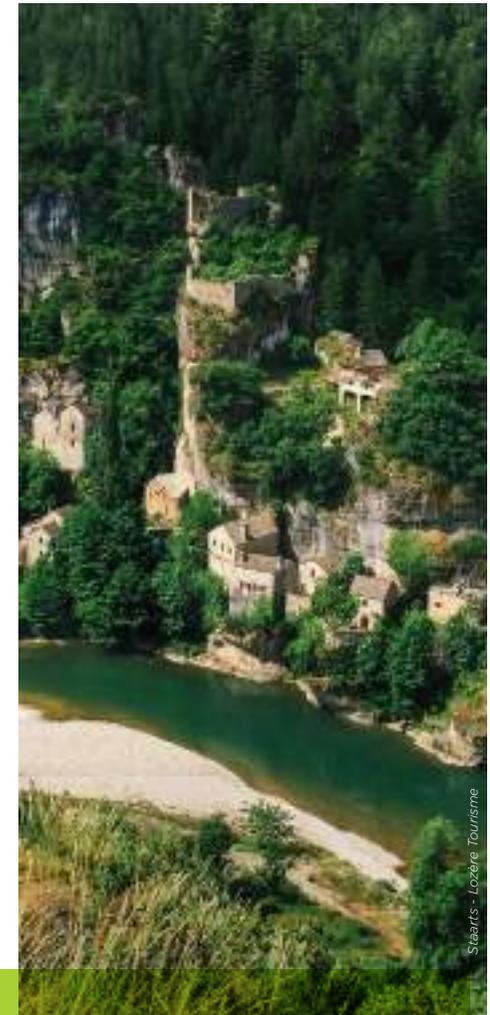
- 1 Région, l'Occitanie
- 2 Départements (Lozère et Aveyron)
- 12 sites Natura 2000
- 5 sites classés et 10 inscrits au titre de la loi de 1930 sur les paysages
- 46 monuments historiques inscrits ou classés
- 1 Plus Beaux Villages de France, 2 petites cités de caractère, 2 stations vertes, 1 village étape
- 1 grand site de France (en projet de labellisation)
- 2 grand site d'Occitanie (Gorge du Tarn, Millau Roquefort Sylvanès)
- 1 Parc National (Parc national des Cévennes)
- 1 Parc Naturel Régional (Grands Causses en Aveyron)
- 80 km de gorges profondes de 500 m
- 2000 espèces végétales et 500 animales répertoriées
- 2<sup>ème</sup> plus grand ensemble karstique d'Europe
- 35 activités de sports nature différentes
- 5 GR® principaux (GR® chemin de St-Guilhem, GR® 70 chemin de Stevenson, GR® 670 chemin urbain 5, GR® de Pays Tour du Causse Méjean et Tour du Causse de Sauveterre, GR® 736 Sentier des Gorges et de la vallée du Tarn)
- 600 km de sentiers de petite randonnée pédestre
- Les Causses et les Cévennes inscrits sur liste du Patrimoine mondial de l'UNESCO, dans la catégorie des « paysages culturels évolutifs vivants », au titre de l'agro-pastoralisme méditerranéen.

# La stratégie

# 2

# >> Un positionnement **co-construit**

- Une démarche qui a impliqué et fédéré l'ensemble des parties prenantes, au sein d'un groupe projet
- Une démarche qui agrège les atouts touristiques des différentes parties prenantes, au service d'une même ambition collective
- Une démarche qui conjugue les acquis des destinations départementales et infra-départementales en termes d'image et de notoriété
- Une démarche qui s'est nourrie des différents travaux de réflexion menés par les parties prenantes autour de la stratégie touristique de la destination



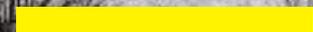
# >> 6 objectifs **stratégiques majeurs**

- 1 Renforcer l'attractivité touristique et résidentielle autour d'une politique de marque de destination fondée sur les sports et loisirs de nature**
- 2 Faire des sports et loisirs de nature un vecteur de découverte et de préservation de la destination, en réaffirmant l'engagement de la destination en matière de tourisme durable**
- 3 Qualifier et désaisonnaliser l'offre touristique pour maintenir l'emploi à l'année sur le territoire et pour répartir la fréquentation dans le temps et dans l'espace**
- 4 Porter une promesse d'authenticité, de bien être au naturel, d'expérience et d'aventure**
- 5 Cibler les clientèles qui viennent pour vivre une expérience sensible et émotionnelle avec le site et l'ensemble de ses composantes (humaines, naturelles...)**
- 6 Rajeunir l'image, innover dans l'offre pour rajeunir la clientèle**





# Les fondements du positionnement



# >> Sur quelles compétences objectives peut se construire **le positionnement de la destination ?**

## **Des caractéristiques naturelles exceptionnelles**

- Biodiversité exceptionnelle (500 espèces animales, 2000 espèces végétales)
- Complémentarité Causses-Gorges
- Espace multidimensionnel : verticalité-horizontalité

Un **vaste site naturel** qui a construit sa notoriété sur la beauté de ses **paysages sauvages et préservés** exceptionnels **sur la terre, sous la terre, dans le ciel.**

Un territoire **historique et mythique** des sports nature (+ de 35 activités recensées, des spots de notoriété internationale).

## **Une destination multi-labellisée**

Un **tourisme durable ancré** dans une profonde tradition de préservation de l'environnement

Des **valeurs identitaires fortes** intimement liées aux paysages

Une **promesse d'authenticité**, de bien être au naturel...



# Positionnement

4

## >> Qu'est ce que **le positionnement** ?

Le positionnement définit la raison d'être de la destination Gorges du Tarn, ce qu'elle a d'unique, de singulier, de spécifique.

- Il définit une identité distincte, exclusive, qu'aucune destination concurrente ne doit pouvoir s'attribuer. **C'est en cela qu'il est compétitif**
- Il exprime la manière dont la destination veut être perçue par ses principaux publics cibles. **C'est en cela qu'il est volontariste**
- Il inscrit la communication dans la durée.  
**C'est en cela qu'il est un engagement à long terme**

*Le positionnement est un véritable fil rouge garant de la cohérence de la communication de la destination Gorges du Tarn à travers chacune de ses prises de parole, média ou hors média.*

*Le positionnement repose sur des compétences objectives, pour ne pas créer d'effet déceptif.*

*Le positionnement engage et implique, il doit se traduire concrètement dans les faits.*



## >> Un positionnement à la croisée de deux concepts

- Vivre quelque chose d'unique
- Participer et intégrer le quotidien des populations et territoires
- Émotions et sensations
- Acquisition de nouvelles connaissances
- Stimulation des sens



- Activité physique de plein-air
- Interaction avec un milieu naturel particulier
- Nouveauté, découverte
- Expérience culturelle immersive
- Valeur humaine

# >> Un positionnement **construit** :

## ➤ autour du couple **ESPACE / AVENTURE**

**Aventure** : Événement fortuit, de caractère singulier ou surprenant, qui concerne une entreprise comportant des difficultés, une grande part d'inconnu, parfois des aspects extraordinaires, à laquelle participe(nt) une ou plusieurs personne(s).

**Espace** : Étendue qui ne fait pas obstacle au mouvement, milieu idéal dans lequel sont localisées les perceptions (l'espace visuel, tactile...).

Humaine, sportive, individuelle, collective... On ne vit pas une aventure, mais des aventures dans les Gorges du Tarn.

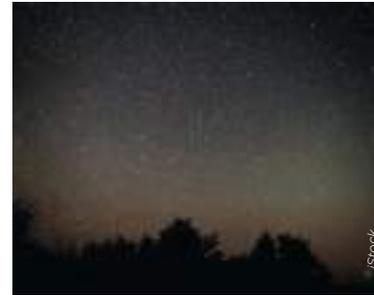
La notion d'espace est omniprésente, c'est LA composante identitaire forte de la destination.



► autour d'une RÉALITÉ NATURELLE



H O R I Z O N T A L I T É



V E R T I C A L I T É

# >> Un positionnement fort et différenciant

L'antériorité, la référence à l'histoire  
le rapport au temps, ... Il ne s'agit pas  
d'un phénomène de mode

On capitalise sur l'aventure,  
on exprime la diversité  
d'expériences que la destination  
permet de vivre

## Gorges du Tarn

Ici, depuis toujours, les **grands espaces** donnent  
à chaque **aventure** une autre dimension

On renforce l'ancrage  
Territorial et l'appartenance

LA composante identitaire  
forte, distinctive et indissociable  
de la destination

C'est l'interaction de ces grands  
espaces. Chaque aventure dans les  
Gorges du Tarn provoque quelque  
chose de plus qu'ailleurs : plus  
d'émotion, plus de sensations....



# 5 Les éléments de langage

Pour s'exprimer d'une même voix, les parties prenantes vont structurer leurs prises de parole autour d'un certain nombre de mots clés, d'expressions, dont la récurrence contribue à installer et nourrir le positionnement.

Ce principe renforce la cohérence entre les différents messages véhiculés et participe à la lisibilité de la communication.

Ces éléments de langage sont directement associés à l'univers d'évocation du positionnement.



# >> Les mots et **expressions clés**

Pour exprimer  
le côté unique de  
l'environnement  
dans lequel j'évolue

Grands espaces - Paysages grandioses - Verticalité/horizontalité -  
Complémentarité Gorges/Causse - Sites de renommée internationale  
Sites classés mondialement reconnus - Territoire habité authentique  
Sites naturels - Milieu naturel préservé et protégé -  
Espaces sauvages - Biodiversité exceptionnelle

Pour exprimer  
ce que j'y fais  
de spécifique

Tourisme d'aventure - Tourisme expérientiel - Tourisme authentique -  
Tourisme durable - Une offre d'activités de pleine nature, d'une richesse  
et d'une diversité exceptionnelles - Découverte - Rencontre - Apprentissage -  
Échange - Partage

Pour exprimer  
ce que ça m'apporte de  
plus qu'ailleurs

Émotions - Sensations - Enrichissement personnel - Découverte de soi -  
Vivre et ressentir la nature - Se ressourcer - Déconnexion - Bien-être -  
Authenticité - Rapport au temps

## >> Le sens **des messages**

Ils expriment cette **interaction positive** directe entre le caractère exceptionnel de l'environnement naturel des Gorges du Tarn et les aventures que l'on va y vivre.

Ils sont porteurs d'une promesse de bien-être, de naturel et d'authenticité.

Dans cet espace grandiose, toutes les aventures qu'il est possible de vivre (humaine, sportive...) , toutes les expériences, prennent une **autre dimension** et sont **sublimées**.

La destination Gorges du Tarn offre une caisse de résonance unique, un amplificateur, à toutes les émotions, à toutes les sensations que l'on peut éprouver.

# >> Exemples

## >> Thème **Activités de pleine nature**

Depuis toujours, les Gorges du Tarn offrent à tous les amateurs d'activités de pleine nature un terrain d'aventure exceptionnel, au milieu de paysages grandioses, dans de grands espaces préservés.

Avec plus de 35 activités praticables, la destination propose une offre emblématique et d'une rare richesse : randonnée pédestre sous toutes ses formes, escalade, via-ferrata, canoë-kayak, VTT, spéléologie...

Ici, dans ce territoire mythique des sports nature, façonné entre verticalité et horizontalité, au cœur de sites de notoriété internationale, chaque émotion, chaque sensation, prend une autre dimension.

## >> Thème **bien-être**

Fuir l'effervescence citadine pour savourer l'espace d'un week-end la quiétude et la beauté de ces paysages XXL que le printemps et l'automne subliment.

Explorer, goûter à l'authenticité de ce territoire, partir à pied, à vélo, à la rencontre de celles et ceux qui en forgent l'identité. Découvrir ces villages typiques à l'architecture traditionnelle.

Arrêter le temps, déconnecter, se ressourcer, se laisser submerger par une vague de sérénité et de bien-être.  
Bienvenue dans les Gorges du Tarn !

## >> Thème **nature**

Ces grands espaces sauvages abritent une biodiversité exceptionnelle, reconnue au travers de Parc national des Cévennes, du Parc naturel régional des Grands Causses et du territoire des Causses et des Cévennes, inscrit sur la liste du patrimoine mondial de l'UNESCO.

Partez à la découverte des 500 espèces animales et des 2000 espèces végétales recensées. Au gré de votre itinérance, écoutez, observez, apprenez, partagez.

Ici la nature se vit et se ressent. Les éléments et milieux naturels vous font vivre une expérience sensorielle unique et décuplent votre sensibilité.

## >> Thème **rivière**

Les Gorges du Tarn tirent leur renommée du spectacle naturel unique qu'elles offrent. Des Causses arides aux vallées profondes, vous êtes partout entourés de grandiose.

En rafting, en canoë, en paddle, partez à la découverte de cet espace sauvage préservé. Baignez-vous le temps d'une pause dans ses eaux turquoise au pied de ses falaises majestueuses de plus de 500 mètres.

Laissez-vous surprendre par ces villages troglodytiques perchés, insolites. Au fil de l'eau, l'émerveillement est total, permanent, l'émotion intense. Ici l'aventure se vit en grand.

Hôtel - Follow  
Gorges du Tarn



Itineris Magics



Aimé par xyz and 120 autres  
**Hôtel** Notre hôtel vous accueille toute l'année au cœur du fabuleux site naturel des Gorges du Tarn. Envie de prendre de la hauteur ? Pendant votre séjour, profitez de 35 activités de pleine nature dans un cadre exceptionnel. Envie de nouveaux horizons ? Pour que votre soit de découverte soit totalement comblée, 46 monuments classés ou inscrits attendent plus que vous.  
#gorgesdutarn

X • Follow  
Gorges du Tarn



Stavans - Lezère Tourisme



Aimé par xyz et 120 autres  
**X** Besoin de vous (re)connecter à votre vraie nature ? Avec plus de 2000 espèces végétales et 500 animaux sauvages, les Gorges du Tarn sont un cadre unique pour découvrir une biodiversité exceptionnelle et faire le plein de nature.  
#gorgesdutarn

X • Follow  
Gorges du Tarn



A. Perona



Aimé par xyz et 120 autres  
**X** Passionnés de randonnée ? 1 Parc national. 1 Parc naturel régional. 1 canyon de plus de 80 km de long. De la marche accessible à tous. Des chemins escarpés pour les plus chevronnés. Venez vivre le bonheur des grands espaces au cœur des Gorges du Tarn.  
#gorgesdutarn

Spéléo - Follow  
Gorges du Tarn



iStock



Aimé par xyz and 120 autres  
**Spéléo** Amateurs de spéléo, nous avons le spot qu'il vous faut !  
Les Gorges du Tarn sont le 2ème plus grand ensemble karstique d'Europe, regorgeant de souterrains colorés d'une grande richesse.  
Quitter la surface de la terre afin de découvrir une autre dimension dans les profondeurs de ce territoire unique en son genre.  
#gorgesdutarn

Canoe-Kayak • Follow  
Gorges du Tarn



Remi Flament



Aimé par xyz et 120 autres  
**Canoe-Kayak** Fans de canoë-kayak ? Découvrez les majestueuses Gorges du Tarn et leurs milieux naturels préservés. Le Printemps est la période idéale pour vous ressourcer au fil de l'eau vive dans une harmonie minérale, végétale et animale. Sensations garanties !  
#gorgesdutarn



# L'univers iconographique

6

# >> Principes généraux

Attention : les photos présentées dans ce document sont données à titre d'exemple. Elles ne sont pas libres de droits et les utilisateurs de ce guide s'interdisent d'en faire un usage publicitaire et commercial.

Le parti-pris iconographique est un vecteur essentiel de la traduction du positionnement de la destination Gorges du Tarn et repose sur un certain nombre de principes fondamentaux :

- La traduction des notions d'espace, de verticalité et d'horizontalité au travers du cadrage des photos, **traitées prioritairement en vertical ou en horizontal. Dans le cas de formats carrés (digital) la contrainte de la représentation des notions de verticalité et d'horizontalité doit être respectée**
- **Pas de gros plan, de plan serré**
- Respecter un rapport de proportion entre les personnages et l'espace naturel qui **renforce la notion d'immensité**
- Des visuels qui **valorisent l'espace naturel, sauvage, préservé, authentique.**  
Présence des éléments naturels emblématiques : l'eau, la pierre, le végétal, la faune
- Pas de présence humaine sur du hors-piste, privilégier des photos d'activité sur des sentiers visibles et balisés

# Do

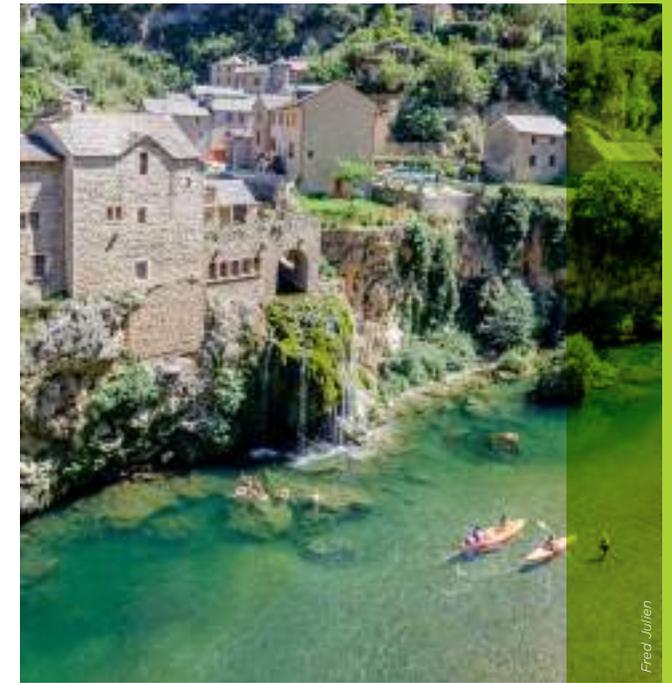


# Don't





Benoit Colomb - Lozère Tourisme



Fred Julien

## >> Style de visuels

Des visuels qui subliment l'environnement naturel et le rapport de l'homme à l'espace, qui expriment une rencontre avec la nature sauvage, préservée.



Sandy Berthomieu - Lozère Tourisme



Benoit Colomb - Lozère Tourisme





Laz Broz



OT Millau, Grands Causses



Rémi Flament



Entre 2 pôles



Benoît Colomb - Lozère Tourisme



iStock



Entre 2 poles



Eric Maury - Tourisme Aveyron



## CONTACTS

### **Comité Départemental du Tourisme de la Lozère (CDT)**

Caroline VIDAL-SALS : c.vidal-sals@lozere-tourisme.com

### **Agence Départementale de l'Attractivité et du Tourisme (ADAT)**

Christian SABATHIER : christian.sabathier@aveyron-attractivite.fr

### **Agence d'Attractivité Touristique Gorges Causses Cévennes**

Ludovic INSALACO : l.insalaco@attractivite-tourisme-gcc.com

### **Office de Tourisme de l'Aubrac aux Gorges du Tarn**

Alexandre ROUZIER : alex@aubrac-gorgesdutarn.com

### **Office de Tourisme Millau Grands Causses**

Laetitia RAISIN-ROBERT : laetitia@ot-millau.fr

