

**alpes**  
D U S U D

**GUIDE DE MARQUE**  
POUR LES PROFESSIONNELS



Ensemble, nous avons initié en 2017 une dynamique nouvelle pour promouvoir notre massif des Alpes du Sud, nos destinations, nos offres touristiques.

Ce travail collectif porte ses fruits. Les Alpes du Sud, tout comme nos territoires et nos entreprises, ont consolidé leur notoriété, leur image, gagné des parts de marché. Nous avons montré notre capacité à fédérer, mutualiser des moyens, organiser de belles opérations communes.

Il faut poursuivre cet effort. Ce petit guide d'utilisation permettra ainsi à chacun, de mieux comprendre les fondements de cette démarche collective, de la décliner sur ses propres supports de communication, de la faire vivre.

## SOMMAIRE

---

**Situation**  
4 > 5

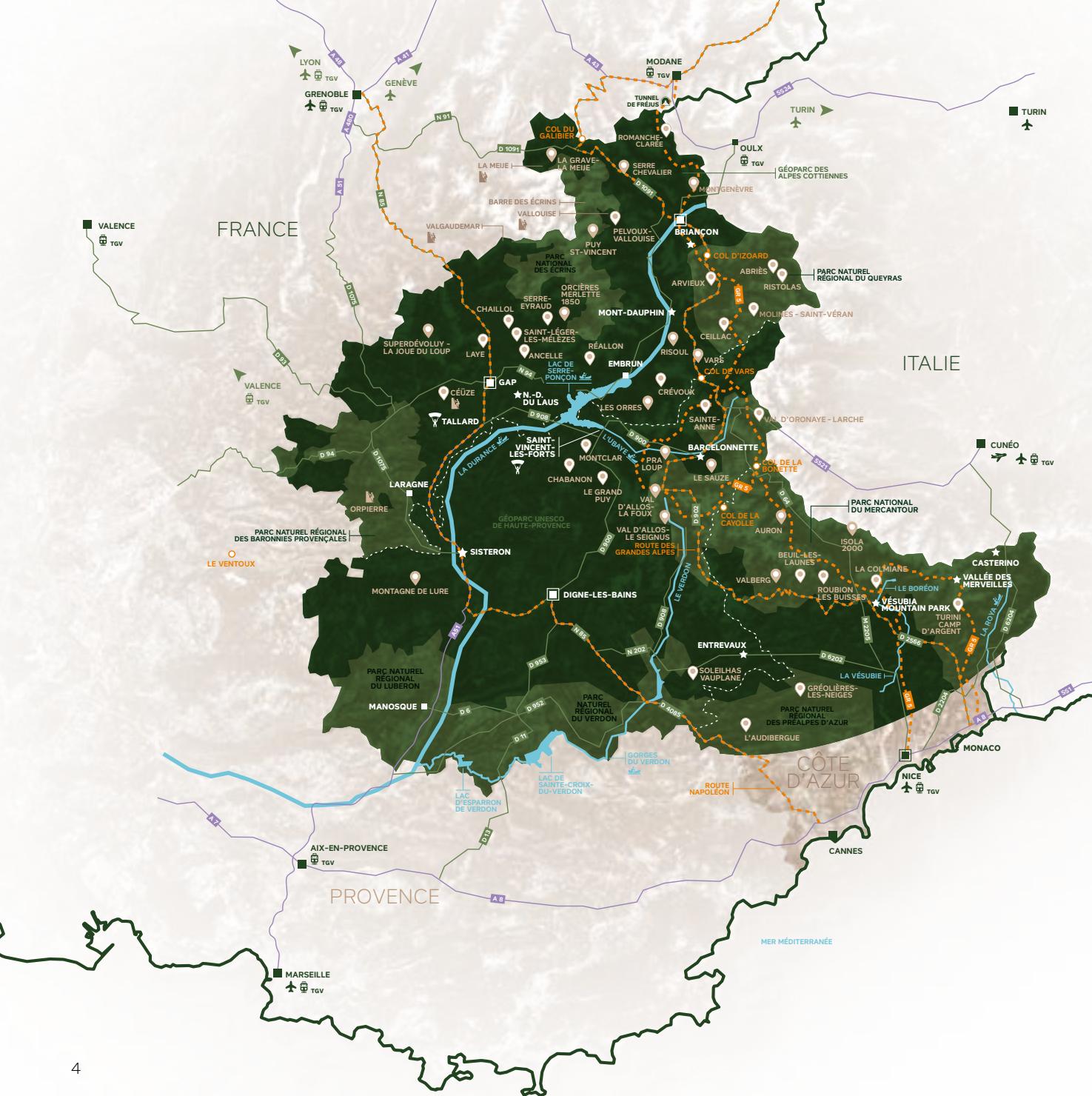
**Chiffres clés**  
5 > 6

**Des valeurs fortes**  
7

**Une marque | une signature**  
8

**Éléments graphiques**  
11

**Cobranding et déclinaisons**  
11



## Légende

7 PARC

- PARCS NATIONAUX DES ÉCRINS ET DU MERCANTOUR
  - PARCS NATURELS RÉGIONAUX DU QUEYRAS DES BARONNIES PROVENÇALES, DU VERDON DU LUBÉRON ET DES PRÉALPES DU SUD

## 2 GÉOPARCS ET RÉSERVES NATIONALES GÉOLOGIQUES

GÉOPARC UNESCO DE HAUTE-PROVENCE  
ET GÉOPARC DES ALPES COTTIENNES

### --- GRANDES ITINÉRANCES

- ROUTE DES GRANDES ALPES (COL DU GALIBIER, DE L'IZOARD, DE VARS, DE LA BONETTE, ETC.)
  - ROUTE NAPOLÉON
  - GR5

## SPOTS D'ACTIVITÉS DE PLEINE NATURE

-  • **SERRE-PONÇON, GORGES DU VERDON, DURANCE, UBAYE ET LA ROYA (EAU-VIVE ET NAUTISME)**
  -  • **TALLARD, SAINT-VINCENT-LES-FORTS (LOISIRS AÉRIENS)**
  -  • **LA MEIE, VALLOUISE, VALGAUDEMAR, ORPIERRE, CÉUZE (ALPINISME ET ESCALADE)**

## ★ SITES REMARQUABLES

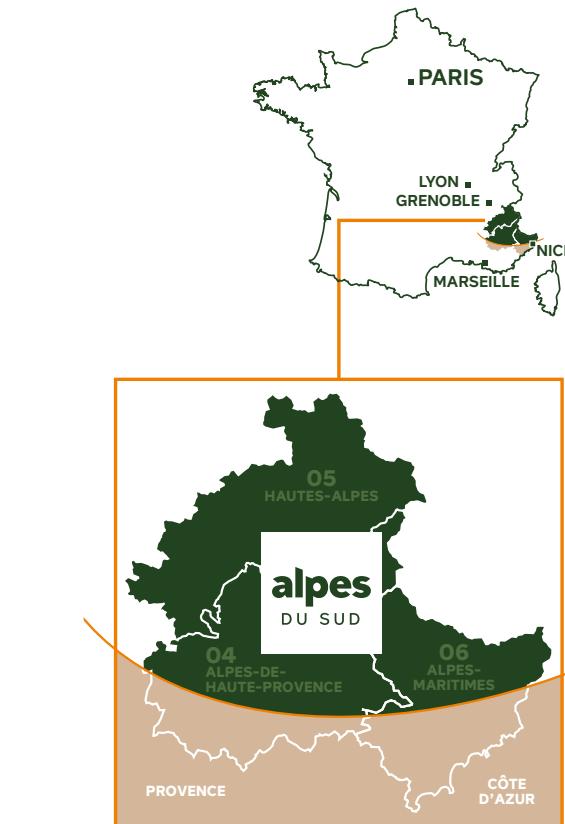
MONT-DAUPHIN (UNESCO), BRIANCON (UNESCO),  
ENTREVAUX, BARCELONNETTE, CASTERINO,  
NOTRE-DAME DU LAUS, VÉSUBIA MOUNTAIN PARK,  
VALLÉE DES MERVEILLES

## 65 STATIONS DE SKI ET DOMAINES NORDIQUES

- GRANDS DOMAINES
  - STATIONS VILLAGEES

□ VILLE PRINCIPAL

UN TERROIR D'EXCEPTION





**450 000**

**HABITANTS**

(8 % de la population de la Région)



**12 000 km<sup>2</sup>**

(40 % de la superficie de la Région Sud - Provence-Alpes-Côte d'Azur)



**2<sup>ème</sup>**

**DESTINATION  
FRANÇAISE  
DE MONTAGNE**

**15 %**

**DE L'ACTIVITÉ DE LA  
MONTAGNE FRANÇAISE**



**30  
MILLIONS  
DE NUITÉES  
TOURISTIQUES/AN**

**1,8 MILLIARD  
DE CONSOMMATION  
TOURISTIQUE**



#### RÉPARTITION DES NUITÉES

	<b>HIVER</b>	<b>37 %</b>
	<b>ÉTÉ</b>	<b>47 %</b>
	<b>PRINTEMPS - AUTOMNE</b>	<b>16 %</b>



**85 %  
DE FRANÇAIS**

dont 30% de  
la Région Sud -  
Provence-  
Alpes-Côte  
d'Azur



**15 %  
DE CLIENTÈLE  
INTERNATIONALE**

majoritairement:



**PROVENANCE  
DES  
CLIENTÈLES**



## Des valeurs fortes

**Rien n'est plus beau que les choses simples.**

Nos Alpes sont simplement éblouissantes. Elles proposent naturellement un cadre de vie si somptueux et si préservé qu'elles ont la force d'inviter et d'émerveiller tout au long de l'année.

Outre une pureté intrinsèque, elles portent des valeurs fortes : le respect, l'humilité, la persévérence.

## Une dynamique collective



## Une marque



La Région Sud - Provence-Alpes Côte d'Azur et ses trois départements alpins (Hautes-Alpes, Alpes de Haute-Provence et Alpes-Maritimes) se rassemblent autour d'une ambition et d'une stratégie communes.

Entreprises et institutions se mobilisent pour promouvoir et valoriser, en France et à l'international, cette belle et grande destination touristique.

- Un nom iconique et un imaginaire fort : ALPES
- Une localisation géographique : SUD
- Un positionnement, une promesse : une nature préservée

## Une signature

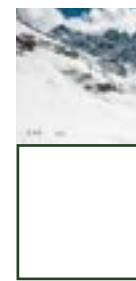
**purealpes**

## Éléments graphiques

EN NATIONAL


**alpes** DU SUD

COULEURS PRINCIPALES

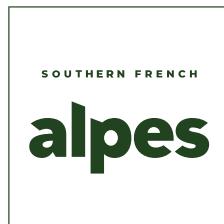


COULEURS SECONDAIRES



- Des couleurs empreintes de nature, profondes et intenses
- Un graphisme simple et beau

À L'INTERNATIONAL


**alpes** SOUTHERN FRENCH

TYPOGRAPHIE

Une typographie identitaire a été définie pour créer le lien entre le logotype et les textes pour communiquer : il s'agit de la «Rutan».

### Rutan

ABCDEFGHIJKLMNPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

SIGNATURE DE MARQUE

**purealpes**

## Cobranding et déclinaisons



Le logotype des partenaires est placé dans un bloc de taille similaire à celui du logotype de la marque Alpes, à sa gauche

Un mécanisme de communication qui permet de décliner toutes les valeurs de la marque et les caractéristiques de la destination.

**alpes**  
DU SUD