

<b>INTITULE DU PROJET</b>	<b>DEFINITION D'UNE IDENTITE GRAPHIQUE ET PROMOTION</b>
<b>Porteur de projet</b>	<b>Office de tourisme intercommunal Tulle en Corrèze</b>
<b>Coordonnées</b>	Place Jean Tavé 19000 TULLE <a href="http://www.tulle-en-correze.com/">http://www.tulle-en-correze.com/</a>
<b>Fiche action concernée</b>	1.2 / Favoriser le développement de l'itinérance culturelle, touristique, patrimoniale, sportive et de loisirs sur le territoire
<b>Descriptif du projet</b>	<p>Cette demande d'aide a été déposée le 22 octobre 2015 ; le projet présenté consiste en la définition d'une identité graphique et la réalisation de supports de communication :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- La réalisation d'une nouvelle charte visuelle et graphique : en 2015, l'office de tourisme ne possédait pas sa propre charte graphique et utilisait des visuels pour ses supports promotionnels. Il s'agit de se démarquer en créant sa propre identité visuelle en définissant un concept de communication globale adaptable aux différentes situations de communication et de réaliser des modèles types pour chaque catégorie d'outils ;</li> <li>- La déclinaison de cette nouvelle charte sur les outils promotionnels touristiques (guide enfants, guide partenaire, guide touristique, guide hébergements, ...) soit les 1<sup>ères</sup> impressions de ces éditions pour l'année 2015 ;</li> <li>- La réalisation d'un circuit touristique ludiques et pédagogique à destination des familles, décliné en fonction de l'âge des enfants concernés.</li> </ul>
<b>Éléments d'évaluation</b>	<p><u>Objectifs stratégiques :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Affirmer le positionnement de la destination qui repose sur : art de vivre, gastronomie et terroir d'exception, patrimoine remarquable et dynamique artistique, nature et paysages, authenticité ressourcement</li> <li>- Valoriser l'image de Tulle en Corrèze par les atouts majeurs de la destination histoire, patrimoine, gastronomies, art de vivre, culture et traditions</li> <li>- Affirmer l'identité et l'existence du territoire en terme touristique afin de répondre à diverses clientèles</li> <li>- Donner une image positive et globale de l'ensemble de son territoire et de ses spécificités.</li> </ul> <p><u>Population cible :</u> <i>Familles, individuels ou couples, groupes et professionnels, habitants locaux</i></p> <p><u>Impacts attendus :</u> <i>Augmentation de la fréquentation des touristes sur le territoire, développement du rayonnement de Tulle aggro, hausse des retombées économiques via une progression de la consommation de l'offre de tourisme et de loisirs, tant par les clientèles touristiques que locales.</i></p>

	Eléments financiers					
	DEPENSES	Dépenses TTC	RECETTES	Recettes totales	Nature	%
	Traduction guides	179,11 €				
	Conception guide enfants	918,88 €				
	Conception charte et modèles type	7 584,00 €				
	Impressions	7 292,00 €				
	Frais salariaux conception circuits ludiques par catégorie d'âge (élaboration et sorties) 48 heures	723,68 €	Leader	13 216,92 €		64,00%
	Frais salariaux création d'un contenu éditorial et photographique 217,30 heures	3 953,77 €	Autofinancement	7 434,52 €	Cofinancé	36,00%
	<b>TOTAL</b>	<b>20 651,44 €</b>	<b>TOTAL</b>	<b>20 651,44 €</b>		
Calendrier	2015-2016					

CARACTERE INNOVANT			DANS QUELLE MESURE VOTRE PROJET REPOND –T'IL AUX CRITERES ET OBJECTIFS DE CET ITEM ?	NOTE
	Critères	Objectifs		
PHASE AMONT (CONSTRUCTION)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Partenariats engagés, accompagnement équipe Pays</li> <li>Implication de la population</li> </ul>	<b>Favoriser la co-construction des projets, éviter l'isolement des projets</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ces nouveaux éléments sont définis en adéquation avec la charte graphique de la collectivité de tutelle de l'Office de Tourisme de Tulle en Corrèze, Tulle Agglo.</li> <li>Les informations relayées dans les outils de communication sont collectées à partir de la plateforme Régionale d'information touristique.</li> <li>Le document de valorisation de l'offre patrimoniale de la ville de Tulle à destination des familles est élaboré en coordination avec l'Agence Départementale du Tourisme de la Corrèze (partenariat local, départemental et régional).</li> </ul>	1/2
OBJET DU PROJET	<ul style="list-style-type: none"> <li>Approche prospective /transversale</li> <li>Type de Cibles/publics</li> <li>Approche ESS</li> <li>Respect de l'environnement</li> <li>Lien urbain rural</li> </ul>	<b>Anticiper et mutualiser pour prendre en compte les enjeux de demain</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pilier de la stratégie de communication, l'identité visuelle et graphique caractérise tous les supports de communication de l'Office de Tourisme. Elle permet de promouvoir son image et donc celle du territoire. Cette charte est ensuite déclinée sur l'ensemble des outils de communication, à destination d'outils promotionnels (papiers ou numérique) ou bureautiques. Cette évolution des supports rend la destination plus attractive et dynamique (donner envie). Les nouveaux outils tels que le circuit randoland, valorisent l'offre patrimoniale à destination d'un public plus large (toutes tranches d'âges confondues).</li> </ul>	1.5/2
ACTION, VIE DU PROJET	<ul style="list-style-type: none"> <li>Développement des usages numériques</li> <li>Exemplarité / transfert d'expériences</li> <li>Accessibilité du projet</li> <li>Volet de sensibilisation</li> </ul>	<b>Favoriser l'innovation tout au long de la vie des projets</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>L'identité visuelle sera déclinée sur l'ensemble des supports de communication des années à venir : site internet, réseaux sociaux, newsletters...</li> </ul>	1.5/2

CARACTERE ECONOMIQUE			DANS QUELLE MESURE VOTRE PROJET REPOND –T'IL AUX CRITERES ET OBJECTIFS DE CET ITEM ?	NOTE
	Critères	Objectifs		
PHASE AMONT	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mobilisation, sensibilisation des acteurs</li> <li>Faisabilité du projet</li> <li>Viabilité du projet</li> </ul>	<b>S'assurer de la réalisation de projets faisables et viables</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Equipe et moyens financiers dédiés au projet global de définition de l'identité graphique et des nouveaux outils de promotion (une personne dédiée, chargée de promotion et communication - une chargée de mission dédiée au suivi du document de valorisation du patrimoine de Tulle), durabilité du projet dans le temps à travers la déclinaison de nouvelles actions chaque année (évolution progressive des outils numériques au regard de la nouvelle charte graphique,...)</li> </ul>	2/2

OBJET DU PROJET	<ul style="list-style-type: none"> <li>Prise en compte des nouveaux potentiels</li> <li>Zone de chalandise</li> <li>Effet levier sur l'économie / retombées locales</li> <li>Maintien / création / diversification</li> <li>Nouveaux services, nouveaux produits</li> </ul>	<b>Anticiper la reprise, favoriser la création ...</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Une amélioration de l'identité visuelle et la définition d'une charte graphique sur l'ensemble des outils augmentera l'attrait des visiteurs pour les outils de promotion et donc la destination de l'agglomération de Tulle. Ainsi, les retombées économiques seront accrues par la hausse des flux touristiques sur le territoire et l'élargissement des clientèles.</li> </ul>	2/2
ACTION, VIE DU PROJET	<ul style="list-style-type: none"> <li>Développement des usages numériques</li> <li>Pérennité du projet</li> <li>Qualification de l'offre</li> <li>Diffusion de l'information</li> <li>Accessibilité du projet</li> </ul>	<b>Faciliter l'essor des projets</b> (éviter reconduction actions identiques)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Les nouveaux supports de communication offriront une meilleure visibilité de l'offre touristique et assureront une plus grande diffusion de l'information.</li> </ul>	1/2

CARACTERE STRUCTURANT / DEVELOPPEMENT TERRITORIAL			DANS QUELLE MESURE VOTRE PROJET REPOND –T'IL AUX CRITERES ET OBJECTIFS DE CET ITEM ?	NOTE
	Critères	Objectifs		
PHASE AMONT	<ul style="list-style-type: none"> <li>Intégration locale du projet (bonne prise en compte des acteurs ...)</li> <li>Structuration du projet par rapport à son environnement</li> </ul>	<b>Prendre en compte de l'existant dans la construction du projet</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Réalisation d'outils de promotion touristique permettant de communiquer de façon coordonnée et attractive sur l'offre touristique et les acteurs du territoire (l'ensemble de l'offre se trouvant sur des supports communs)</li> </ul>	1/2
OBJET DU PROJET	<ul style="list-style-type: none"> <li>Echelle territoriale</li> <li>Mutualisation / mise en réseau</li> <li>Promotion / valorisation du territoire</li> <li>Amélioration du cadre de vie</li> <li>Préservation de l'environnement</li> </ul>	<b>Valoriser les ressources et les dynamiques territoriales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Rayonnement de l'offre touristique au-delà du territoire de compétence.</li> <li>Promotion et valorisation du territoire en cœur de projet.</li> <li>Préservation de l'environnement par la valorisation du téléchargement numérique des documents au dépend du papier (Possibilité de télécharger les guides et circuits sur le site internet de l'Office de Tourisme).</li> </ul>	2/2
ACTION, VIE DU PROJET	<ul style="list-style-type: none"> <li>Développement des usages numériques</li> <li>Qualification de l'offre du territoire</li> <li>Equilibres territoriaux et complémentarités entre zones urbaines/rurales</li> <li>Accessibilité du projet</li> </ul>	<b>Mailler le territoire pour renforcer son attractivité</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Coordination de l'offre touristique sur des supports reflétant une identité du territoire, pour une meilleure promotion du territoire tant en zones urbaines (ex : Tulle) que rurales, à destination d'un public large (familles, seniors, couples..., toutes tranches d'âge confondues).</li> </ul>	2/2
BONUS	<b>Emergence en lien avec l'animation – projet collectif</b> (ex projet émergent du travail des groupes)			/2
TOTAL				<b>14/20</b>
REMARQUES	<b>Avis d'opportunité favorable délivré xxxxxx</b>			