

**GOLFE  
DU MORBIHAN  
VANNES...**

**LA RENCONTRE AVEC  
l'exceptionnel**

# **GUIDE DE MARQUE**



**Golfe du  
Morbihan  
Vannes**  
TOURISME

( OFFICE DE TOURISME )  
Golfe du Morbihan Vannes Tourisme

# SOMMAIRE

## 1 LA MARQUE 03>09

- 1.1 Manifeste
- 1.2 Promesse
- 1.3 Symbole
- 1.4 Voyage

## 2 LE STYLE 10>15

- 2.1 Émotion
- 2.2 Inspiration
- 2.3 Ambassadeur

## 3 LES CODES 16>23

- 3.1 Guide
- 3.2 Personnalité
- 3.3 Ton
- 3.4 Regard

Président de l'office de tourisme Golfe du Morbihan Vannes Tourisme : **Roland Tabart**  
Directeur de la publication : **Arnaud Burel**  
Responsable communication et marketing : **Aline Guiho** - Infos : communication@golfedumorbihan.bzh  
Conception éditoriale : **Le Homard Bleu** - Communication made in Breizh - 06 64 85 28 28 - www.lehomardbleu.bzh  
Conception graphique : **enel-rehel.com**  
Crédits photos : **Alexandre Lamoureux**  
Impression : Imprimerie des Hauts de Vilaine. Imprimé sur papier 100 % recyclé made in France.

Office de tourisme Golfe du Morbihan Vannes Tourisme - Quai Tabarly - CS 23921 - 56039 Vannes  
tourisme@golfedumorbihan.bzh - golfedumorbihan.bzh  
Organisme de tourisme inscrit au registre des opérateurs de voyages et de séjours : IMO 56130003 - SIRET 789 660 784 00024  
APE 7990Z TVA intracommunautaire FR 58789660784

# LA MARQUE

## 1.1

### Manifeste (n.m.)

Exposé théorique destiné à lancer un nouveau mouvement

### VOYAGEONS ENSEMBLE...

Nous ouvrons les portes d'une destination authentique  
Nous veillons sur l'âme familiale de ce territoire  
Nous promettons un séjour palpitant  
Nous cultivons les rencontres spontanées

...Pour mieux vous **embarquer.**  
...Pour mieux vous **accueillir.**  
...Pour mieux vous **fasciner.**  
...Pour mieux vous **découvrir.**

Nous partageons l'histoire d'une terre millénaire  
Nous revendiquons un patrimoine audacieux  
Nous révélons un territoire mystérieux  
Nous faisons parler les pierres

...Pour mieux vous la **raconter.**  
...Pour mieux vous **envoûter.**  
...Pour mieux vous **enchanter.**  
...Pour mieux vous **émouvoir.**

Nous révélons le potentiel d'une terre contrastée  
Nous conservons notre esprit de liberté  
Nous garantissons un territoire à la personnalité inspirante  
Nous partageons l'énergie d'un petit bout de paradis

...Pour mieux vous **séduire.**  
...Pour mieux vous voir **explorer.**  
...Pour mieux vous faire **rêver.**  
...Pour mieux vous **émerveiller.**

Nous respectons les gestes et savoir-faire traditionnels  
Nous développons des expériences ludiques et atypiques

...Pour mieux vous les **transmettre.**  
...Pour mieux vous **étonner.**

Nous protégeons des panoramas exceptionnels  
Nous revendiquons une biodiversité précieuse et fragile  
Nous préservons l'approche durable d'un séjour

...Pour mieux vous **surprendre.**  
...Pour mieux vous **fasciner.**  
...Pour mieux vous **ressourcer.**

Nous croyons en une destination connectée  
Nous défendons notre diversité culturelle  
Nous osons une gastronomie épatante  
Nous sommes confiants en l'avenir

...Pour mieux vous **accompagner.**  
...Pour mieux vous faire **vibrer.**  
...Pour mieux vous **faire plaisir.**  
...Pour mieux vous **rassurer.**

Nous restons ambitieux pour ce territoire singulier  
Nous valorisons les innovations, les initiatives et les talents  
Nous soutenons l'exploration créative

...Pour mieux vous le **révéler.**  
...Pour mieux vous **stimuler.**  
...Pour mieux vous **inspirer.**

Nous gardons un sens de l'exigence et de l'écoute  
Nous donnons du sens au voyage  
Nous promettons une expérience hors du commun

...Pour mieux vous **guider.**  
...Pour mieux vous **satisfaire.**  
...Pour mieux vous voir **revenir.**

Nous vous offrons une rencontre avec l'exceptionnel

...Êtes-vous prêt ?

( OFFICE DE TOURISME )  
Golfe du Morbihan Vannes Tourisme



# LA MARQUE

**1.2** | **Promesse** (n.f.) :  
Assurance, le plus souvent verbale, de faire ou de dire quelque chose

La marque « Golfe du Morbihan Vannes... la rencontre avec l'exceptionnel » véhicule des valeurs fortes que la puissance de notre réseau peut valoriser. Nous sommes fiers de partager une destination généreuse à l'identité atypique, une terre de rencontre où l'on cultive les échanges, les expériences, où l'on partage une authenticité naturelle, une énergie débordante, une source d'inspiration.

NOUS FORMULONS **UNE PROMESSE** AMBITIEUSE AUX VACANCIERS, RÉSIDENTS, HABITANTS :  
« ***Voyageons ensemble, partons à la rencontre d'un territoire exceptionnel*** ».

Nous vous donnons les clés pour y parvenir dans ce guide que vous pourrez conserver comme une source d'inspiration. Alors rassemblons-nous pour faire de Golfe du Morbihan Vannes « LA » destination phare de Bretagne-sud. Nous sommes convaincus qu'en exploitant le pouvoir d'attraction du territoire et en développant une marque dynamique, cette stratégie sera un véritable tremplin pour demain.  
Ce territoire empreint de vitalité le mérite.

**Une nouvelle manière de voyager est en train de s'écrire. Golfe du Morbihan Vannes doit répondre aux nouvelles attentes des voyageurs et incarner les valeurs fondamentales du tourisme durable**

ACTION » PARTAGE » VISIBILITÉ » VITALITÉ » ADHÉSION » ATTRACTIVITÉ

« **S'AFFIRMER POUR AFFIRMER** »

La marque « Golfe du Morbihan Vannes... la rencontre avec l'exceptionnel » émerge du positionnement du Schéma de développement touristique porté par Golfe du Morbihan Vannes agglomération. Ce code de marque, basé sur une stratégie de marketing territorial a été travaillé à partir de la colorimétrie et de l'iconographie de la destination.



Ce guide de marque est un outil conceptuel qui a généré une boîte à outils à consulter sur l'Espace pro de [www.golfedumorbihan.bzh](http://www.golfedumorbihan.bzh)

## POURQUOI S'APPROPRIER LA MARQUE ?

- Parce qu'elle **vous appartient**.
- Parce qu'elle **résonne** tel un signe collectif.
- Parce que l'adopter, **c'est s'engager**.
- Parce que **vous êtes acteurs** de votre territoire.
- Parce que **vous êtes sensibles** à la dynamique ambitieuse engagée par l'office de tourisme Golfe du Morbihan Vannes Tourisme.
- Parce qu'en la partageant, **vos actions rejouissent** sur l'ensemble de la destination.
- Parce qu'en véhiculant son message positif, **vous bénéficiez de ses retombées**.
- Parce qu'elle donne **du sens au voyage**.
- Parce que vous êtes les **meilleurs ambassadeurs de l'exceptionnel**.





# LA MARQUE

| 1.3 | **Symbole** (n.m.) : Signe figuratif qui représente un concept, qui en est l'image, l'attribut, l'emblème

GOLFE  
DU MORBIHAN  
VANNES...  
LA RENCONTRE AVEC  
l'exceptionnel



## BULLE

**Le symbole** de la marque « Golfe du Morbihan Vannes... la rencontre avec l'exceptionnel » est la bulle à message.

## INVITATION

Les points de suspension sont un appel à « la rencontre avec l'exceptionnel ». La marque s'y engage.

## ÉCHANGE

La bulle traduit un esprit de proximité et de partage direct. Elle invite à engager la discussion, à donner la parole.

## HUMANITÉ

La bulle suggère une certaine complicité avec les voyageurs, les habitants.

## DIVERSITÉ

Les points de suspension révèlent un territoire ouvert sur le monde, une destination aux multiples facettes.

## EAU

La bulle s'apparente à une goutte d'eau, omniprésente sur le territoire côté mer, côté ville et côté terre.

## ÉQUILIBRE

Sa forme arrondie symbolise une marque rassurante, accueillante, sympathique, engageante.

## ADN

Cette bulle à message est celle à laquelle nous nous identifions avec fierté, celle à laquelle nous sommes attachés.

## LIEN

Cette goutte d'eau prend sa source dans les Landes de Lanvaux pour cheminer vers Vannes la capitale, la presqu'île de Rhuys, les îles...

## TERRITOIRE

Cette bulle épouse les traits du territoire Golfe du Morbihan Vannes. Les couleurs noir et blanc rappellent l'attachement identitaire profond à la Bretagne.





# LA MARQUE

| 1.4 | **Voyage** (n.m.) : Déplacement que l'on fait hors de son domicile habituel pour explorer de nouveaux territoires



GOLFE DU MORBIHAN VANNES  
RASSEMBLE DES ATOUTS  
QUI RENDENT CHAQUE **VOYAGE**  
UNIQUE ET INTENSE

## DESTINATION

- ↳ HISTORIQUE
- ↳ NATURELLE
- ↳ MARITIME
- ↳ TRADITIONNELLE
- ↳ CULTURELLE

## RENCONTRE

- ↳ MERVEILLEUSE
- ↳ PASSIONNÉE
- ↳ MARITIME
- ↳ GÉNÉREUSE
- ↳ AUTHENTIQUE

## EXCEPTIONNEL

- ↳ PANORAMA
- ↳ TALENT
- ↳ TERRITOIRE
- ↳ HÉRITAGE
- ↳ HÔTE





# LE STYLE

**2.1** | **Émotion** (n.f.) :  
Réaction affective d'assez grande intensité, habituellement provoquée par une stimulation venue de l'environnement

“

*Parler de Golfe du Morbihan Vannes,  
c'est susciter **l'émotion**,  
l'attachement, la passion*

”

## ICI, SUR LES TERRES DE GOLFE DU MORBIHAN VANNES, ON MURMURE QUE...

### LA MER

- Libère
- Apaise
- Surprend
- Revigore
- Fait rêver
- Saisit
- Tonifie

### LA NATURE

- Calme
- Épanouit
- Détend
- Surprend
- Relaxe
- Enchante
- Exalte

### LA CULTURE

- Émeut
- Divertit
- Mobilise
- Bluffe
- Rafraîchit
- Amuse
- Transporte

### LE TERROIR

- Interpelle
- Rassasie
- Bouleverse
- Émerveille
- Stimule
- Rayonne
- Séduit

### LES MÉGALITHES

- Épatent
- Impressionnent
- Captivent
- Interpellent
- Étonnent
- Intriguent
- Ensorcellent

Ici, sur les terres de Golfe du Morbihan Vannes, on murmure qu'...  
on vit pleinement « **la rencontre avec l'exceptionnel** ».



# LE STYLE

**2.2** | **Inspiration** (n.f.) :  
Enthousiasme, souffle créateur qui anime l'écrivain, l'artiste, le chercheur

“

Golfe du Morbihan Vannes est cette destination **inspirante**.  
Son caractère exceptionnel rejaillit dans le style employé pour la décrire.  
Ici, vous ne vivez pas une destination banale.  
Ici, vous vivez la rencontre avec l'exceptionnel.

”

“

ICI, SUR LES TERRES DE GOLFE DU MORBIHAN VANNES, ON RACONTE QUE...

6 500 coureurs tombent « Raid dingues » du Golfe tous les ans  
*Ultra marin - Raid du Golfe du Morbihan de 36 à 177 km, dernier week-end de juin*

**Des fleurs poussent chaque printemps sur le bitume au cœur de Vannes**  
**Jardins éphémères de la ville, de mars à septembre**

L'Histoire de la plus sécurisée des résidences secondaires de Rhuys s'écrit à ciel ouvert  
*Les archéologues tentent de percer les mystères du château des Ducs de Bretagne à Suscinio*

Des « chevaliers » jouent avec des « spatules » dans les marais de Séné chaque hiver  
*Retour annuel des oiseaux d'eau migrants dans le Golfe du Morbihan*

L'empereur romain Jules César s'est installé sur la presqu'île de Rhuys  
*Tumulus de Tumiac à Arzon, appelé butte de César, où l'homme aurait observé une bataille*

La Jument la plus rapide d'Europe s'entraîne chaque jour dans les eaux de la Petite mer  
*Le deuxième courant maritime le plus fort d'Europe, celui de la Jument, est situé face à l'île Berde*

Le record de selfies devant des bateaux d'occasion a été battu à Arzon  
*Le salon nautique Mille Sabords du Croesty Golfe du Morbihan se tient en novembre depuis 34 ans*

**Nos musiciens ont un « Incroyable talent »**  
**Le populaire Bagad de Vannes a remporté le concours de l'émission sur M6 en 2015**

Les rivières, les villes, les ponts portent parfois le même nom  
*Le Bono*

Les meilleurs lanceurs du monde apprennent aux huîtres à voler chaque été  
*Championnat du monde de lancer de bourriche d'huîtres, à Saint-Armel, depuis 15 ans*

On peut accoster sur une île différente de la Petite mer chaque jour de l'année  
*La légende dit qu'il en existe 365 dans le Golfe, les observateurs en comptent réellement 42*

Les hommes dressent des menhirs à mains nues  
*Le cairn de Gavrinis et ses décors uniques au monde sont visitables depuis Larmor-Baden*

Des otaries déguisées fêtent Noël avant l'heure chaque année plage du Goh-Velin  
*Bain des otaries, 23 décembre, Saint-Gildas-de-Rhuys*

On produit encore de l'alcool royal sur la terre des Ducs de Bretagne  
*Cidre « Royal Guillevic », issu de la culture de la célèbre pomme verte éponyme*

On cherche encore de mystérieux souterrains sous le plus haut donjon de France  
*Forteresse de Largoët également appelée les Tours d'Elven*

**Le vent souffle des airs de jazz dans les terres chaque hiver**  
**Les Hivernales du Jazz, Golfe du Morbihan Vannes Agglomération**

Le stade de la Rabine prend feu presque tous les week-ends  
*Le public du Rugby Club Vannes (RCV) a été élu le meilleur de Pro D2*

Les randonneurs gardent l'exclusivité du plus populaire des sentiers douaniers  
*Le GR® 34, élu GR® préféré des Français en 2017, serpente sur 180 km autour de la Petite mer*

**C'est « La Cohue » tous les jours derrière les remparts de Vannes**  
**Musée des Beaux-Arts de la ville, appelé « La Cohue »**

”

# LE STYLE

## 2.3 | Ambassadeur (n.m.) :

Personne susceptible de représenter une certaine image de son pays ou qui est chargée d'une mission

“ Ils vivent, ils construisent, ils préservent, ils transforment le Golfe du Morbihan. Ces **ambassadeurs** demeurent les mieux placés pour valoriser la marque « Golfe du Morbihan Vannes... La rencontre avec l'exceptionnel ». Avec la richesse de notre territoire, nous pouvons nourrir 1 000 ans de témoignages. ”

“

Maxime Le Bourhis, arrière au Rugby Club Vannes  
« Ici, à la Rabine, on sent un territoire très présent, la ferveur autour des matchs, l'ambiance autour de la galette saucisse. Il faut venir voir ça sur place pour comprendre cette énergie ! »

**Eugène Riguidel, navigateur, légende de la course au large des années 70**  
« **Le Golfe du Morbihan a toujours eu cette tradition d'accueil et je souhaite vivement qu'il continue à l'incarner** »

Joachim Garraud, DJ et producteur français  
« Je viens dans le Golfe du Morbihan en été, profiter des paysages, de la nature sauvage, et j'aime les gens de ce pays »

Marie-Thérèse Pasco, fille du sculpteur Alexis Le Breton  
« Mon père identifiait une veine de pierre et prélevait ce dont il avait besoin, du granit tout venant. Il a créé plus de 200 sculptures »

Lucie Papin, photographe naturaliste  
« Je promène mon objectif sur les plages et dans les marais, prairies, forêts du Morbihan pour mettre à l'honneur la faune et la flore du territoire »

Jean-Michel Nicol, producteur de cidre à la cidrerie Nicol de Surzur  
« Ici dans le Morbihan, nous avons une pomme particulière, la Guillevic, qui donne le Royal Guillevic, un cidre très doux, très fin, très fruité »

Vincent Chapuis, gardien de l'île d'Ilur  
« Notre objectif est de développer un tourisme responsable sur Ilur. C'est une île d'expérimentation tant au niveau de la protection des espaces et des espèces que du côté pédagogique et de l'économie énergétique »

Jean-Pierre Arcile, peintre officiel de la Marine  
« Les innombrables lumières qui inondent l'Île-aux-Moines, souvent de façon très fugitive, restent sans doute le spectacle le plus fascinant dont on sait que le prochain coup de projecteur sera différent »

Maryvonne Le Roch Nocéra, présidente du Club TGV Morbihan  
« Je me suis engagée dans le développement de mon territoire notamment à travers le projet LGV. En associant 350 décideurs bretons du privé avec ceux du public, nous construisons ensemble plus de services, mieux et plus vite »

Yann Penfornis, directeur général de Multiplast  
« Les personnes qu'on recrute, en général, ne repartent jamais »

**Étienne Chouzier, Bagad de Vannes**  
« **Nous travaillons sur un mélange de musique bretonne intimiste et épique de type blockbuster hollywoodien !** »

Juliette Lecuyer, potière  
« Fêrue de voile, attirée par la mer, je trouve dans la terre l'expression de mon attachement à mon territoire »

Yann Le Baraillec, directeur du festival Motocultor à Saint-Nolff  
« J'imaginais ce que donnerait un festival de métal sur ce super terrain ! Partout où on est passé, les locaux nous témoignaient comme le public était super »

Ronan et Fabien Mahé, ostréiculteurs  
« Depuis 4 ans, nous avons développé du captage naturel. Nous élevons nos huîtres pendant trois ans sur deux sites de la presqu'île de Rhuys, la rivière de Pénerf et le Golfe du Morbihan autour d'Arradon, de l'île aux Moines et de l'île d'Arz »

**Mathieu Feurprier, skipper de Pen Duick**  
« **Le Golfe offre un plan d'eau protégé, composé d'une multitude d'îlots au charme fou entre lesquels je prends toujours autant de plaisir à me faufiler** »

Serge Cassen, directeur de recherches CNRS au Laboratoire de recherches archéologiques (Lara)  
« Nous avons réalisé un enregistrement tridimensionnel du site de Gavrinis. L'objectif est de décrypter l'ensemble des gravures qui sont conservées à l'intérieur du cairn et d'avoir un accès à la représentation du monde des hommes du Néolithique »

”



# LES CODES

**3.1 | Guide (n.m.) :**  
Ensemble de règles stratégiques et symboliques donnant une direction pour agir de manière logique et obtenir un résultat

L'office de tourisme Golfe du Morbihan Vannes Tourisme a développé une charte graphique autour de la marque « Golfe du Morbihan Vannes... la rencontre avec l'exceptionnel ». Cette charte graphique se révèle être une véritable boîte à outils au service de votre communication. La méthode exposée dans ces pages et les instruments mis à votre disposition demeurent la véritable carte d'identité du territoire. Elle permet aussi de respecter l'image de la marque, son tempérament, son positionnement.

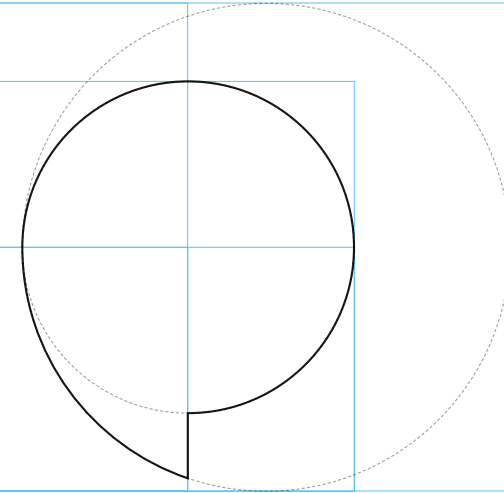
Ce code, vous pouvez vous l'approprier. À condition de respecter quelques règles techniques rigoureuses et principes de base énoncés dans ce guide. Vous trouverez ici les ingrédients qui vous permettront de faire vivre notre destination par le biais d'une communication cohérente. Adopter ces principes, c'est revendiquer votre adhésion à la démarche ambitieuse de l'office de tourisme Golfe du Morbihan Vannes Tourisme.

N'HÉSITEZ PLUS À PARTAGER, INVITER, SUGGÉRER, PROPOSER UNE  
« RENCONTRE AVEC L'EXCEPTIONNEL »  
Osez décliner cet état d'esprit dans votre communication pour permettre aux voyageurs, aux clients, aux habitants, de reconnaître la marque tant par ses symboles que par les valeurs véhiculées par sa promesse, par son message.

## LE PRINCIPE

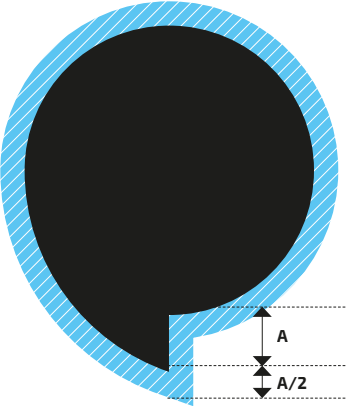
**Notre communication s'appuie sur un élément de base : la bulle.**

Elle permet de traduire un esprit de proximité et d'échange direct. Grâce à sa modularité elle exprime notre diversité tout en restant dans une même forme.



## LA ZONE DE PROTECTION

La zone de protection détermine un espace dans lequel aucun élément graphique ne doit franchir cette délimitation (illustrations, textes etc...). La zone de protection autour du logotype doit être impérativement respectée.



## LA COULEUR

**NOIR**



<b>QUADRI</b>	<b>C.50</b>	<b>M.30</b>	<b>J.30</b>	<b>N.100</b>
<b>RVB</b>	<b>R.000</b>	<b>V.000</b>	<b>B.000</b>	
<b>HTML</b>	<b>#000000</b>			
<b>PANTONE</b>	<b>PROCESS BLACK</b>			

## LA TAILLE MINIMALE

Afin d'assurer une lisibilité maximale du logotype, une taille minimum doit être respectée. Le logotype ne doit en aucun cas être inférieur à cette valeur.



PRINT : 30 mm • DIGITAL : 80 px

## LA BOÎTE À OUTILS

Retrouvez des exemples d'utilisation, d'intégration sur vos supports papier et web, de publication médias sociaux disponibles dans la **boîte à outils de l'Espace pro** sur [www.golfedumorbihan.bzh](http://www.golfedumorbihan.bzh)



# LES CODES

**3.2** | **Personnalité** (n.f.) : Ensemble des traits physiques et moraux pour lesquels une personne est différente des autres, aspect par lequel une marque affirme son originalité

“

Parler de Golfe du Morbihan Vannes,  
c'est parler de la mer, la nature, la culture, le terroir, les mégalithes.  
Toutes ces thématiques adoptent un code couleur spécifique :  
des couleurs du territoire.

”

## LA MER

- Activités nautiques
- Phare
- Ports
- Croisières
- Passeurs
- Voiliers du patrimoine
- Chantiers navals
- Criée
- Pêche
- Îles
- Cales
- Quais Plages
- Architecture balnéaire
- Activités balnéaires (thalasso...).

## LA NATURE

- Flore
- Faune
- Marais
- Forêt
- Landes
- PNR
- Réserve naturelle
- GR®
- Sentier des douaniers
- Ornithologie
- Vélo
- Eau douce (rivière, étang)
- Activités de plein air
- Rando
- Golf.

## LA CULTURE

- Patrimoine bâti : château, villages, moulin à marée, maisons à colombage, remparts, tours, manoirs
- Patrimoine religieux : abbatale, chapelles, cathédrale
- Petit patrimoine : fontaines, lavoirs
- Arts
- Traditions bretonnes (langue, musique, danses)
- Médiéval
- Légendes.

## LE TERROIR

- Savoir-faire
- Marchés
- Gestes
- Gastronomie
- Productions locales
- Producteurs
- Ostréiculture
- Sel
- Paysan
- Artisanat.

## LES MÉGALITHES

- Tumulus
- Cairn
- Dolmen
- Menhir
- Allée couverte
- Cromlech marin
- Alignement
- Néolithique.



BLEU DES EAUX DU GOLFE DU MORBIHAN

BLEU



QUADRI C.85 M.35 J.10 N.20  
SRVB R.000 V.113 B.161  
HTML #0071A1  
PANTONE 307C



VERT DE LA FORÊT DES LANDES DE LANVAUX

VERT



QUADRI C.50 M.10 J.100 N.0  
SRVB R.148 V.180 B.030  
HTML #94B41E  
PANTONE 376C



ROUGE DES MAISONS À PANS DE BOIS DE VANNES

ROUGE



QUADRI C.5 M.90 J.100 N.0  
SRVB R.222 V.050 B.013  
HTML #DE320D  
PANTONE 485C



MARRON DE L'ENVIRONNEMENT NATUREL DE L'HUÎTRE

MARRON



QUADRI C.40 M.60 J.90 N.0  
SRVB R.161 V.122 B.63  
HTML #A17A3F  
PANTONE 730C



GRIS DES PIERRES DES MÉGALITHES

GRIS



QUADRI C.30 M.0 J.0 N.55  
SRVB R.125 V.139 B.150  
HTML #7D8B96  
PANTONE 430C



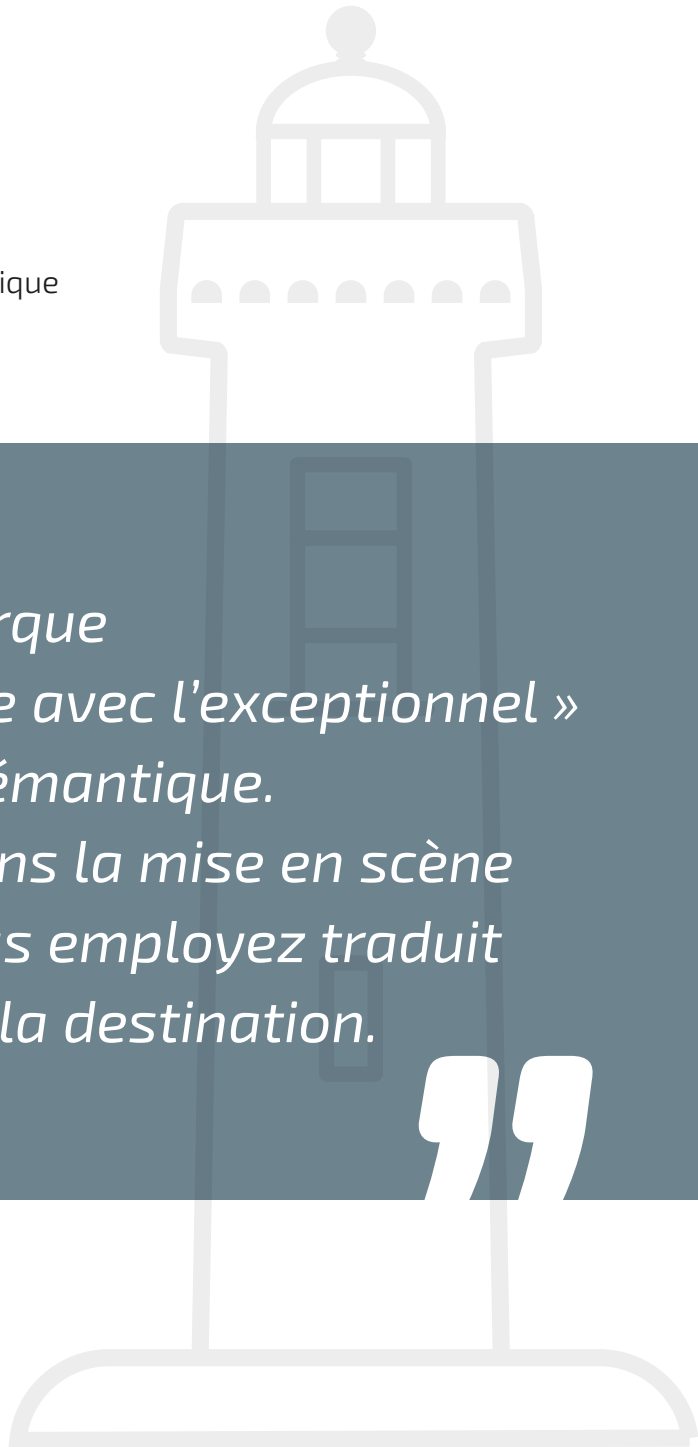
# LES CODES

**3.3** | **Ton** (n.m.) :  
Atmosphère générale qui se dégage d'une expression orale, écrite, artistique

“

*La philosophie de la marque*  
*« Golfe du Morbihan Vannes... la rencontre avec l'exceptionnel »*  
*attache de l'importance à la sémantique.*  
*Les mots jouent donc un rôle capital dans la mise en scène*  
*des atouts du territoire. Le **ton** que vous employez traduit*  
*une vision illustrée et poétique de la destination.*

”



## RENCONTRE

- ↳ Expérience
- ↳ Approche
- ↳ Plongée
- ↳ Partage
- ↳ Échange
- ↳ Découverte
- ↳ Invitation
- ↳ Accueil
- ↳ Famille
- ↳ Maison
- ↳ Foyer
- ↳ Lien
- ↳ Trait d'union

## CARACTÈRE

- ↳ Générosité
- ↳ Ouverture d'esprit
- ↳ Enrichissement
- ↳ Rapprochement
- ↳ Grand cœur
- ↳ Écoute
- ↳ Honnêteté
- ↳ Humilité
- ↳ Simplicité
- ↳ Générosité
- ↳ Respect
- ↳ Sensibilité
- ↳ Bienveillance

## EXCEPTIONNEL

- ↳ Singulier
- ↳ Inoubliable
- ↳ Remarquable
- ↳ Incontournable
- ↳ Mémorable
- ↳ Magique
- ↳ Rêve
- ↳ Émerveillement
- ↳ Atypique
- ↳ Unique
- ↳ Original
- ↳ Sauvage
- ↳ Surprise
- ↳ Richesse

## BIEN-ÊTRE

- ↳ Bonheur
- ↳ Calme
- ↳ Rythme
- ↳ Plénitude
- ↳ Romantisme
- ↳ Liberté
- ↳ Qualité de vie
- ↳ Pureté
- ↳ Équilibre
- ↳ Vitalité
- ↳ Énergie

## TRADITION

- ↳ Authenticité
- ↳ Histoire
- ↳ Gestes
- ↳ Savoir-faire
- ↳ Culture
- ↳ Terroir
- ↳ Art
- ↳ Passion
- ↳ Talents
- ↳ Marins
- ↳ Paysans
- ↳ Gastronomie
- ↳ Gourmandise

## DESTINATION

- ↳ Escale
- ↳ Voyage
- ↳ Découverte
- ↳ Aventure
- ↳ Territoire
- ↳ Chemin
- ↳ Paysages
- ↳ Mer
- ↳ Terre
- ↳ Ville
- ↳ Visite
- ↳ Mégalithes

## NATURE

- ↳ Protection
- ↳ Écologie
- ↳ Préservation
- ↳ Saisons
- ↳ Panoramas
- ↳ Forêts
- ↳ Plages
- ↳ Îles
- ↳ Océan
- ↳ Petite mer
- ↳ Golfe
- ↳ Ciel bleu
- ↳ Ostréiculture

## DYNAMISME

- ↳ Innovation
- ↳ Inspiration
- ↳ Opportunités
- ↳ Création
- ↳ Vision
- ↳ Enthousiasme
- ↳ Événement
- ↳ Ambition
- ↳ Effervescence
- ↳ Attractivité
- ↳ Économie
- ↳ Initiative



# LES CODES

**3.4** | **Regard** (n.m.) :  
Action de regarder, de porter la vue sur quelqu'un ou quelque chose

“

*La promotion de la marque*

*« Golfe du Morbihan Vannes... la rencontre avec l'exceptionnel »  
se déploie de façon exponentielle par l'image, notamment  
via les réseaux sociaux et le web. Le **regard** porté  
sur la destination doit être à la hauteur de la promesse  
énoncée par la marque.*

”

- ➔ Nos paysages **méritent d'être magnifiés** par des couleurs intenses.
- ➔ La **qualité d'une mise en scène** doit être préférée à la quantité d'images montrées.
- ➔ Les images ne doivent pas seulement montrer du sable, de l'eau, une forêt, un château : elles **doivent faire passer une émotion**.
- ➔ Illustrer cette identité atypique de la marque en **humanisant vos images** : vos personnages incarneront la marque et faciliteront l'envie de s'y identifier.
- ➔ La diversité des paysages de carte postale et la saisonnalité (prises de vues en été et en hiver) doivent permettre d'ancrer la destination Golfe du Morbihan Vannes de façon **intemporelle dans l'imaginaire collectif**.
- ➔ En prenant le temps de les construire, vous pourrez rendre vos photos vivantes, notamment **en restant dans la simplicité**, en cherchant les expressions.
- ➔ La lumière, le cadrage, les couleurs viendront **sublimer la réalité**.
- ➔ Si vos images font rêver, elles déclencheront une émotion, une envie de voyager, **une envie de consommer**.







## DEVENEZ AMBASSADEUR DU GOLFE DU MORBIHAN

SUIVEZ-NOUS :



**Golfe du  
Morbihan  
Vannes**  
TOURISME

### GOLFE DU MORBIHAN VANNES TOURISME

Quai Tabarly - CS 23921 - 56039 Vannes

tourisme@golfedumorbihan.bzh

www.golfedumorbihan.bzh

Vannes - Grand-Champ : +33 (0)2 97 47 24 34

Presqu'île de Rhuys : +33 (0)2 97 53 69 69

( OFFICE DE TOURISME )  
Golfe du Morbihan Vannes Tourisme

**GOLFE DU  
MORBIHAN**  
VANNES AGGLOMERATION