

Haut Vaucluse

VAISON-LA-ROMAINE

L'office de tourisme prend ses nouvelles marques

Après deux ans de travail, un nouveau logo, un nouveau site internet et une vidéo mettent en avant l'unité et l'architecture qui caractérisent le territoire.

Joris Lech, le directeur de l'office intercommunal Vaison-Ventoux, n'a pas choisi au hasard de dévoiler en avant-première la nouvelle identité de marque de l'établissement qu'il pilote. C'est en effet dans les locaux de l'ancien cinéma Le Florian, devenus ceux de la nouvelle société de production et de réalisation audiovisuelle Odd Bird, qu'il a invité les élus communautaires, les partenaires du projet et la presse pour leur présenter un projet territorial qui a mobilisé ses concepteurs pendant deux années. Trois grandes actions sont à la base de cette opération : la création d'une nouvelle identité de marque pour Vaison-Ventoux - Provence, d'une vidéo promotionnelle et d'un nouveau site internet.

Jean-François Périlhou, maire, a mis en avant la nécessaire association entre tradition et modernité rappelant que Vaison-la-Romaine, désormais cité mistralienne, doit s'accorder avec le maître du Félibrige qui écrivait : "Les arbres aux racines profondes sont ceux qui montent haut." Le territoire Vai-



Joris Lech et Thierry Thibaud (office de tourisme), Jean-François Périlhou (maire), Xavier Luquet-Maire, Julie et Marie Carpentier Odd Bird ont présenté le logotype (►). /PHOTO A.A.

son-Ventoux est une terre de patrimoine et de culture et l'édile, pour illustrer l'idée qu'il faut aller de l'avant sans jamais oublier qui nous sommes, s'est référé à René Char : "Impose ta chance, sers ton bonheur et va vers ton risque ; à te regarder ils s'habitueront, tel est l'état d'esprit provençal qui est le nôtre." Thierry Thibaud, président de l'office de tourisme et maire de Savoillans, a, lui, rappelé que ce



projet de territoire est le résultat d'un travail d'enquête au cours duquel plus de 500 personnes - élus, professionnels du tourisme, associations, partenaires, habitants - ont été entendues. L'étude a été rendue possible grâce au soutien financier de l'Etat via le Fonds national d'aménagement et de déve-

loppement du territoire. Joris Lech a présenté le nouveau logo. Il utilise un cercle, symbole de l'unité et de l'intemporalité. "La bulle représente le monde Vaison-Ventoux - Provence, un lieu préservé et protégé. Nous avons complété ce logo avec un univers de marque que nous sommes allés chercher dans les couleurs du territoire. L'intemporel est un signe fort de notre environnement à travers l'architecture. Et l'élément architectural le plus présent dans nos villages c'est la porte, aussi le symbole de l'ouverture et de l'accueil." Les deux "V" de Vaison-Ventoux sont reliés pour figurer un chemin, celui de la rencontre et de l'échange.

La vidéo promotionnelle, réalisée par l'agence Odd Bird, que dirigent Xavier-Luquet-Maire, Julie et Marie Carpentier, sera diffusée pour la première fois sur les réseaux sociaux le 15 mai puis visible sur la page d'accueil du nouveau site web qui sera mis en ligne fin mai.

A.A.

Nouveau site web :
www.vaison-ventoux-provence.com