

Publié le 16 septembre 2019

## Clermont Auvergne Tourisme : La Spl se démarque

La logique de marque territoriale ? « C'est fini », assure Vincent Garnier, DG de la Spl Clermont Auvergne Tourisme. Il préfère le récit territorial, où habitants et professionnels écrivent le bonheur de vivre en Auvergne et diffusent ainsi à l'extérieur une image positive. Et ça marche...

**+**  
**clermont  
auvergne  
tourisme**

À MOINS DE  
**2H DE  
LYON !**

10H20  
VUE À 360° SUR LES VOLCANS  
DE LA CHAÎNE DES PUY-S-FAILLE DE LIMAGNE  
**PATRIMOINE MONDIAL  
DE L'UNESCO**

16H  
VISITE DE L'EXPO DU  
**FRAC**

18H  
AFTERWORK À LA  
**COOPÉRATIVE DE MAI**

Toutes nos offres sur **revelezvous.com**

Il suffit de se rendre sur le site de la Spl Clermont Auvergne Tourisme pour comprendre. Une véritable invitation à l'évasion, avec une mixité d'offres pour les amoureux de la nature comme du patrimoine et de la culture. Des atouts évidents que vante naturellement la Spl mais en empruntant un cheminement original, comme l'explique Vincent Garnier, directeur général de la Spl : « Je suis un ancien directeur de Comité régional de tourisme, celui du Centre Val de Loire. J'ai bien connu le temps où il était indispensable de créer sa marque territoriale pour se distinguer. C'est moins le cas aujourd'hui et nous ne sommes plus sur une logique de marque à Clermont Auvergne Tourisme »,

assure-t-il. Pourquoi ? « Trop de marques tuent les marques, si j'ose dire... ». Les collectivités s'y jetteraient dessus comme si elles avaient décroché le Graal « mais, en général, elles n'ont pas les moyens de les faire vivre, notamment sur un plan financier ».

## Capitale européenne de la culture en 2028 ?

La Spl a donc fait le choix du « récit territorial ». Quelle est la différence avec la marque ? « Nous publions pas mal de choses, en direction de publics ciblés, en vantant les valeurs de notre destination à partir desquelles nous pouvons envisager de déployer la communication. Le tourisme en a été la première expression, mais l'économie aussi. Il faut dire ce que nous faisons pour que cela entraîne une adhésion », affirme Vincent Garnier. En filigrane, ce récit vise à impliquer la population. « Les Clermontois et au-delà les Auvergnats sont fiers de leur territoire mais ils sont timorés dans la manière de transmettre cette fierté. Les deux axes du récit ont invité les gens à se révéler. Révétons-nous et révélez-vous étaient les deux accroches. C'est cette dynamique partagée que nous voulons conforter. Parce que nous sommes candidats au label Capitale européenne de la culture en 2028 et que ces préalables sont indispensables pour faire de ce moment, s'il y a lieu, une vraie affirmation de ce que nous sommes, une vitrine dont nous pourrions engranger les retombées pendant des années », poursuit Vincent Garnier. La Spl a été justement créée dans cette perspective. « C'était l'outil idéal pour réunir les 6 anciens offices de tourisme que nous comptons sur notre territoire. L'union fait la force, dit-on. Dans ce cas c'est une évidence », conclut-il.



Des affiches qui appellent habitants et acteurs du territoire à se révéler pour affirmer une fierté de vivre dans un endroit aux multiples atouts (Photo Spl Clermont Auvergne Tourisme).