

L'Aude, l'âme sud, une marque partagée, une ambition commune

L'Aude, l'âme sud est bien plus qu'un slogan : c'est la voix d'un territoire en mouvement.

Elle incarne une ambition : construire ensemble un tourisme qui régénère, relie et rayonne.

Elle rassemble : autour d'un récit fort, cohérent, authentique, qui reflète toutes les facettes de l'Aude.

Déposée à l'INPI, cette marque collective fait vivre une vision partagée, dans le respect de chacun et en faveur de tous.

Rejoindre le réseau des partenaires,
c'est se mettre en mouvement ensemble pour porter la nouvelle ambition de la destination touristique, affirmer ses
valeurs d'une voix commune et harmonieuse qui favorisera l'attachement à ce territoire.
C'est aussi jouer collectif derrière la même bannière,
la construire ensemble pour mieux révéler les talents et les pépites de l'Aude.

Pourquoi rejoindre le réseau des partenaires ?

C'est faire le choix de :

- Porter ensemble une ambition commune,
- Affirmer les valeurs de l'Aude d'une même voix,
- Contribuer à une dynamique collective où chacun a sa place,
- Valoriser les talents et les pépites du territoire.

Qui peut devenir partenaire ?

Tout acteur du territoire, engagé dans une démarche touristique ou culturelle :

- Professionnels audois du tourisme, (hébergeur, restaurateur, acteur de loisirs, guide, agence réceptive), de l'itinérance, de l'agritourisme, des métiers de savoir-faire (hors caveaux et point de vente...),
- Acteurs institutionnels et réseaux de professionnels du tourisme (CRTLO, OT, Chambres consulaires, Sites du Pays Cathare, PNR, syndicats, fédération de pro etc...),
- Acteurs de la sphère socio-culturelle en lien avec le tourisme (associations socio-culturelles, organisateurs de festivals/d'événements, associations en lien avec les jeunes).

Les engagements du partenaire

1. Agir en faveur du tourisme à impact positif

- Faire évoluer son offre vers des pratiques plus responsables et en être le relai auprès des clientèles dont les audois,
- Participer et/ou initier des projets collectifs en faveur du tourisme à impact positif.

2. Incarner les engagements de la marque, être un porte-parole actif pour participer au rayonnement de l'Aude

- Porter fièrement le signe de son engagement avec le marqueur dans sa communication, dans le respect du guide de marque,
- Communiquer positivement sur l'Aude, en être prescripteur,
- Porter les valeurs du territoire dans leur contenu (éléments de langages, éditorial, visuels...) et valoriser les savoir-faire et les produits locaux,
- Participer à des actions collectives de communication.

3. S'impliquer pour la communauté des partenaires

- Participer aux différents événements organisés par le réseau sur tout le territoire, dont le premier atelier de présentation de la marque lors de l'adhésion,

- Ouvrir ses réseaux, inviter d'autres partenaires ou amoureux de l'Aude à rejoindre le mouvement et faire lien*,
- Être force de proposition : Innover, inspirer, impulser et partager des solutions positives et collectives.

** A ce titre, faire partie du répertoire qui référence l'ensemble du réseau.*

Les engagements de l'Agence de Développement Touristique de l'Aude

1. Animer une dynamique collective

- Co-construire les actions dans le cadre de la stratégie touristique,
- Organiser des ateliers participatifs et faire émerger des projets communs.

2. Accompagner les partenaires

- Mettre en lumière les actions sur les supports de la marque,
- Aider à faire évoluer les offres vers des expériences à impact positif,
- Proposer un centre de ressources et des outils adaptés.

3. Faire vivre une communauté engagée

- Créer des connexions entre les partenaires,
- Favoriser la rencontre avec les ambassadeurs du territoire,
- Soutenir les projets collaboratifs.

4. Valoriser les initiatives

- Communiquer sur les projets et les engagements,
- Partager portraits et témoignages inspirants,
- Cibler les clientèles sensibles à ces valeurs.

5. Fournir des outils de valorisation

- Kit de communication, espace pro, ressources éditoriales et visuelles,
- Outils RH pour valoriser l'attractivité du territoire (ex : MOOC pour l'accueil des saisonniers).

Bonnes pratiques et respect de la marque

Pour préserver l'image collective et l'intégrité de la marque :

- Son usage est strictement réservé à la valorisation de la destination, dans un cadre non commercial,
- Toute utilisation à des fins politiques, syndicales, religieuses ou militantes est interdite,
- L'ADT se réserve le droit de retirer l'usage de la marque en cas de manquement.

En rejoignant le réseau, le partenaire autorise l'ADT à mentionner son nom, son activité et sa qualité de partenaire dans ses supports de communication, sans contrepartie financière.

L'adhésion n'a pas de durée limitée, mais peut être suspendue en cas de non-respect des engagements.