

La marque **L'Aude, l'âme sud** est l'expression d'une vision et d'une ambition portée par le territoire, qu'il souhaite partager avec tous les partenaires volontaires.

Cette marque :

- S'inscrit dans la stratégie touristique départementale pour un tourisme à impact positif dont l'ambition est de créer un nouveau modèle touristique qui régénère le territoire et s'engage positivement dans les transitions,
- Fait exister l'Aude dans l'imaginaire collectif autour d'une communication cohérente et homogène,
- Eclaire toutes les facettes du territoire en révélant son unité singulière,
- Révèle le contenant sensible de la destination,
- Densifie l'image de l'Aude en dévoilant un récit contemporain, collectif et porteur de sens.

La marque **L'Aude, l'âme sud** est déposée à l'INPI.

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.

### Qui peut devenir partenaire ?

- 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'évènements, associations en lien avec les jeunes).

### Engagement du partenaire

- **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.
- **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.
- **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.

### Engagements de l'ADT de l'Aude

- **Animer la co-construction de la destination dans son renouveau via un réseau solidaire de partenaires avec :**
  - La participation à la mise en œuvre de la stratégie touristique,
  - La co-construction de plans d'actions via des ateliers participatifs autour de thématiques fortes,
  - L'animation du réseau via l'élaboration de projets communs à définir ensemble.
- **Accompagner les partenaires sur la démarche du tourisme à impact positif**
  - Permettre à chacun de valoriser son offre, ses actions dans le cadre de contenus éditoriaux dédiés sur ses propres supports, accompagner pour faire évoluer les offres en expériences à impact positif,
  - Participer à la régénération du territoire en accompagnant les partenaires sur les démarches de sensibilisation des clientèles,
  - Mettre en place un centre de ressources partagées.
- **Favoriser l'action d'une communauté engagée**
  - Mettre en réseau les partenaires qui ont la même démarche et partager les bonnes pratiques,
  - Favoriser la rencontre avec les ambassadeurs privés attachés à leur territoire et partager avec eux les offres,
  - Accompagner les projets collaboratifs avec les partenaires et institutions parties prenantes.
- **Valoriser les initiatives en lien avec la stratégie**
  - Mettre en lumière les projets et actions partagées,
  - Révéler les engagements via des portraits, témoignages pour le grand public,
  - Travailler les cibles clientèles les plus sensibles à ces initiatives.
- **Mettre à disposition des marqueurs de cet engagement**
  - Kit de communication,
  - Espace pro,
  - Outils dédiés (photos, espace sémantique etc.).
- **Attirer des compétences**
  - Bénéficier d'une image dynamique et collective, porteuse de sens,
  - Mettre à disposition des outils pour les employeurs pour améliorer l'accueil des saisonniers (MOOC).

**Parce que contribuer au rayonnement de la destination participera à la montée en puissance de celle-ci auprès des clientèles et générera des retombées positives, il reste essentiel que le partenaire joue le jeu.**

Aussi, le partenaire s'interdit d'utiliser la marque à des fins politiques, religieuses, syndicales, militantes, contestataires ou à toute autre fin de nature à porter atteinte à ladite marque ou à induire en erreur le public sur la nature et les caractéristiques de celle-ci. Le partenaire n'est pas autorisé à apposer sur ses produits, services et tous supports à finalité commerciale ladite marque.

Dans le cadre de la promotion de la destination touristique, le partenaire autorise l'ADT à mentionner publiquement son nom, sa marque, le descriptif de son activité et sa qualité de partenaire, et ce, sur tous supports, à titre gratuit et sans limitation géographique.

L'adhésion à la marque partagée n'a pas de durée limitée dans le temps, sauf volonté du partenaire de se retirer.

Toutefois, si l'ADT constate un détournement délibéré dans l'usage de la marque, elle se réserve le droit de notifier par courrier les manquements, voire de retirer l'usage.