

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

PLAN DE COMMUNICATION 2025

LA NOUVELLE PLATEFORME DE COMMUNICATION TOURISTIQUE

LA CAMPAGNE DE COMMUNICATION 2025

// LA NOUVELLE PLATEFORME DE COMMUNICATION TOURISTIQUE

Après plusieurs années portées par la signature "Corrèze, l'envie d'ailleurs", la Corrèze adopte une nouvelle signature : "La Corrèze, c'est loin, mais c'est unique". Une promesse audacieuse et assumée, qui revendique fièrement la singularité d'un territoire préservé, loin des destinations standardisées, pour mieux marquer les esprits.

La Corrèze part d'un constat simple : elle ne possède pas les atouts "évidents" de certaines destinations touristiques, et c'est précisément ce qui fait sa richesse. Ici, pas de faux-semblants. Le territoire offre une expérience authentique, émotionnelle et mémorable, loin des paysages trop lisses. Il ne cherche pas à plaire à tout prix, mais touche profondément ceux qui s'y aventurent, par sa nature brute, son âme sincère et sa capacité à se reconnecter à l'essentiel.

Cette ambition se traduit aussi visuellement, à travers une nouvelle identité graphique : une typographie marquée, reflet de son caractère affirmé ; une palette de verts et de bleus, en écho à la diversité de ses paysages ; des feuilles stylisées, symboles de nature et de proximité ; ou encore une signature manuscrite, chaleureuse et humaine.



LA CORRÈZE
"C'EST LOIN, MAIS C'EST UNIQUE"



LA CORRÈZE
tourismecorreze.com



Ici Le Livre de Communication

<https://correzetourisme.notion.site/partenaires>

"À travers cette nouvelle signature, nous assumons un positionnement fort : celui d'un territoire qui ne cherche pas à se conformer, mais à marquer. La Corrèze ne se compare pas, elle se vit. Elle s'adresse à ceux qui cherchent du vrai, du lien, de l'essentiel", déclare Pascal Coste, Président du Département de la Corrèze.

LA CORRÈZE BROUILLE LES PISTES AVEC UNE CAMPAGNE ASSUMÉE ET DÉCALÉE

Cette nouvelle identité s'incarne dans une campagne signée par un duo d'agences : Le Vestiaire et My Destination.

La campagne "Rien à voir" est déployée du 29 mai à fin juillet avec un dispositif ambitieux qui combine affichage dans le métro parisien, affichage dynamique dans 4 gares de l'axe néo-aquitain, plan digital et réseaux sociaux ainsi qu'une campagne d'influence et des relations presse.

Près de 10 millions de vues sont attendues sur la campagne, dont une audience cumulée de près d'un million de personnes.

Un dispositif 360° en deux temps pour révéler sa différence

Temps 1 : 29 mai au 2 juin - Une accroche originale pour susciter la curiosité

Depuis le 29 mai, une accroche intrigante attire l'attention du public "Rien à voir". Un message volontairement ambigu, presque provocateur, détourne les codes habituels du tourisme pour capter l'attention. Plusieurs leviers de communication sont prévus pour créer la surprise :

- Affichage dans le métro parisien - Gare Montparnasse / Ligne 6
- Affichage dynamique (DOOH) dans les gares de Paris Montparnasse, Bordeaux, Poitiers et Angoulême
- Social media (Instagram/Facebook) : visuels immersifs et messages à double lecture
- Relais par des influenceurs nationaux, locaux et les offices de tourisme



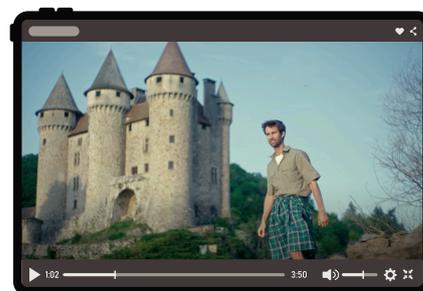
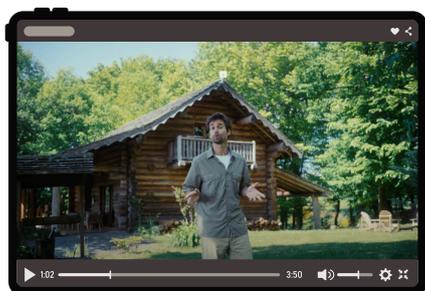
[Ici tous les visuels de la campagne 2025](https://correzetourisme.notion.site/partenaires)

<https://correzetourisme.notion.site/partenaires>

Temps 2 : 9 juin au 27 juillet - La nouvelle signature dévoilée avec humour

À partir du 9 juin, un second temps fort de communication reposera sur une série de trois films humoristiques de 20 secondes réalisés en Corrèze : Lac des Bariousses, Ségur-le-Château et Château de Val. On y suit Jérôme, un personnage volontairement à contre-courant, qui feint de ne pas reconnaître la singularité de la Corrèze, en convoquant avec humour les accents et imaginaires associés au Canada, à Venise ou à l'Écosse.

“Une singularité que nous revendiquons comme un marqueur fort de notre stratégie touristique. En refusant les comparaisons faciles, nous faisons le choix d’un positionnement clair, fondé sur l’authenticité du territoire et la fidélité à ce qu’il est profondément. La Corrèze n’a pas vocation à ressembler à d’autres : elle a vocation à exister pleinement, par elle-même.” témoigne Agnès Audeguil, Présidente de Corrèze Tourisme.



[Ici les vidéos de la campagne 2025](https://correzetourisme.notion.site/partenaires)

<https://correzetourisme.notion.site/partenaires>

La 2nde phase de la campagne sera diffusée de la manière suivante :

- Affichage dynamique (DOOH) dans les mêmes gares que celle du temps 1, pour créer un effet miroir
- Large diffusion digitale des 3 films sur YouTube et les réseaux sociaux
- Relais par des influenceurs nationaux et locaux
- Page web dédiée : www.rienavoir.co

Contact Corrèze Tourisme
Gilles Bergeal – Corrèze Tourisme
gbergeal@correze.fr – 06 40 36 49 62

Corrèze Tourisme est l'Agence du Conseil départemental de la Corrèze pour le développement et la promotion du tourisme.

