

DÉPARTEMENT DES
ARDENNES

ARRONDISSEMENT
DE
CHARLEVILLE-MÉZIÈRES

Délibération n°

N°45CD/06/2026

RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

ETABLISSEMENT PUBLIC
INDUSTRIEL ET COMMERCIAL
OFFICE DE TOURISME
ARDENNE RIVES DE MEUSE

Place du Château
08320 VIREUX-WALLERAND

EXTRAIT DU REGISTRE DES
DÉLIBÉRATIONS DU COMITÉ
DE DIRECTION

SÉANCE DU 25 JUIN 2026

OBJET : CHANGEMENT DE MARQUE ET NOUVELLE STRATÉGIE DE COMMUNICATION

L'an deux mille VINGT-SIX, vingt-cinq juin à dix-huit heures, le Comité de Direction de l'Établissement Public Industriel et Commercial Office de Tourisme Ardenne rives de Meuse, légalement convoqué, s'est réuni au siège de l'office de tourisme, rue du château, à Vireux-Wallerand sous la Présidence de Monsieur Pascal GILLAUD.

Membres en exercice : 13

Membres présents : 8

Suffrages exprimés : 8

N'ayant pas pris part au vote : 0

Convocation faite le : 10 juin 2026

Etaient présent(e)s :

Mesdames Isabelle BODART, Evelyne DEVOUGE-AUDART (jusqu'au point 50), Messieurs Dominique BERNIER, Slimane CHIBANE, Pascal GILLAUD, Frédéric LORIETTE, Maël PION, Frédéric PIERANGELI et Michaël WALTER.

Étaient excusé(e)s :

Mmes Marion JACQUEMIN, Isabelle COQUET, Evelyne DEVOUGE-AUDART (à partir du point 51) et Monsieur Olivier DIEUDONNE.

Secrétaire de séance :

Madame Isabelle BODART.

Objet : CHANGEMENT DE MARQUE ET NOUVELLE STRATÉGIE DE COMMUNICATION	Délibération avec incidence financière	Délibération n° N°45CD/06/2026
		Date : 25 JUIN 2026

Vu la présentation de Maxime Zelis, responsable communication de l'OTC ;
 Vu l'ancienneté de la marque actuelle, créée il y a 20 ans ;
 Vu le manque de notoriété de la marque Val d'Ardenne après 20 ans d'existence, ainsi que l'incapacité de son nom à géolocaliser précisément la destination auprès des prospects et clients ;
 Vu l'absence d'identité propre du slogan actuel "La nature vous donne rendez-vous" ;
 Vu l'absence de charte graphique et le manque d'adaptabilité du logo existant (notamment sur les petits formats et les supports numériques) ;
 Vu la nécessité de garantir une meilleure cohérence graphique sur l'ensemble des supports ;
 Vu les évolutions et attentes du marché, la volonté de maintenir le dynamisme et la compétitivité du territoire, de revaloriser l'image de l'Office de tourisme communautaire et de marquer une rupture avec les années précédentes ;
 Vu l'objectif d'améliorer la notoriété de la destination et de refondre les supports de communication ainsi que le schéma d'accueil et d'information touristique ;
 Vu l'ambition de créer une marque identitaire globale pour la destination — dépassent le seul cadre de l'Office de tourisme —, destinée à être adoptée par l'ensemble des partenaires, prestataires et ambassadeurs, et déclinable sur divers supports (goodies, produits souvenirs, signalétique, etc.) ;

Le Comité de direction, après en avoir délibéré, à l'unanimité,

VALIDE le principe d'un repositionnement et d'un rebranding global à l'occasion des 20 ans de l'Office de tourisme, incluant le changement d'identité de la marque Val d'Ardenne, la création d'une nouvelle marque et l'élaboration de la stratégie de communication associée.

Cette refonte devra formaliser les livrables suivants :

- Une marque cohérente et adaptée aux deux cibles prioritaires de l'Office de tourisme (grand public et professionnels), assortie d'une déclinaison optionnelle pour l'ensemble de ses services (commercialisation, croisières, etc.) ;
- Une refonte intégrale en rupture avec l'existant, le prestataire devant concevoir la nouvelle identité (nom, logotype, charte graphique) à partir de zéro, sans obligation de continuité avec la marque actuelle ;
- Une charte éditoriale opérationnelle, immédiatement exploitable au quotidien par un chargé de communication unique ;
- Une stratégie de communication synthétique et structurée sur trois ans, réaliste au regard des ressources humaines et budgétaires d'un EPIC en milieu rural et qui tiendra compte des partenariats existants (SPL Rives de Meuse, communauté de communes, Ardennes Tourisme, Comité régional du tourisme, GEIE Destination Ardenne...) ;
- Une articulation claire entre la communication grand public (B2C) et la communication institutionnelle à destination des partenaires et prestataires (B2B).

AUTORISE la directrice à lancer un appel d'offres auprès d'agences de communication spécialisées, à sélectionner le prestataire et à signer l'ensemble des actes et documents afférents.

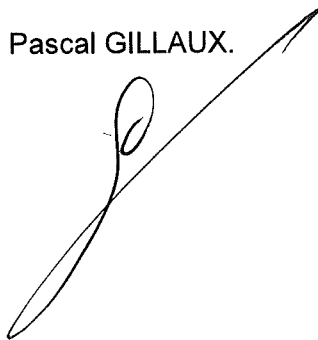
*Fait et délibéré en séance les jours, mois et an
susdits et ont signé les membres présents.*

Pour extrait conforme,

Certifié Exécutoire,

Le Président de l'EPIC
Office de Tourisme Ardenne rives de Meuse.

Pascal GILLAUD.



Transmis au représentant de l'État le :

Affiché le :

