

# Cassis devient une marque pour rayonner encore plus

Les prestataires touristiques et acteurs économiques de la commune se pressaient en grand nombre à l'Oustau Calendal, à l'invitation de la Ville de Cassis et de son office de tourisme pour assister au lancement officiel de la marque Cassis et du nouveau site web de l'office.

En leur souhaitant la bienvenue, Danielle Milon, maire de Cassis, a rappelé le contexte touristique et les enjeux de Cassis, "commune touristique et station classée, lovée entre terre et mer, entre vignoble et calanques, telle un concentré de Provence et de Méditerranée". Rappelé également l'étude du cabinet Émotio qui avait conclu à la nécessité d'une refonte du site internet de l'office et d'une présence accrue sur les réseaux sociaux afin de répondre aux attentes des différents publics. À la nécessité aussi de créer une marque bien identifiée pour la destination Cassis.

## Un positionnement international

"Très vite, a poursuivi le maire, une proposition de La Société Secrète s'est imposée comme la marque idéale résumant la qualité de vie, le cadre, les activités, le terroir: Cassis, Le Bonheur Haute Définition. Une marque à laquelle s'adosse l'appellation Provence-Méditerranée qui positionne géographiquement le village dans son environnement et résonne dans l'esprit de tous les touristes étrangers. Cette marque avec son message sera encore plus forte si chacun à Cassis se l'approprie et la rediffuse."

Le nouveau site web de l'office, en ligne depuis le 11 mai à l'adresse [www.ot-cassis.com](http://www.ot-cassis.com), a été conçu par La Société Secrète pour le graphisme et l'agence Novius pour la technique. Il se veut plus séduisant et intègre de nouvelles fonctionnalités. En premier lieu, l'adaptation automatique au



"Ce cadre porteur de la marque Cassis permettra aux gens de se photographier et de poster leurs clichés sur les réseaux sociaux", indique Danielle Milon.

/PHOTO C.R.

format des terminaux, sachant qu'en 2015 30% des consultations ont été effectuées à partir de smartphones ou de tablettes. Mais aussi les actualités, la géolocalisation des offres, les bons plans, le "clik to call", la promotion des événements locaux, le chat en ligne avec l'office, l'intégration poussée des réseaux sociaux.

Le tout avec un positionnement international fort (cinq langues disponibles), une réactivité accrue à la demande d'infos, des informations plus segmentées et mises à jour en temps réel, une présentation beaucoup plus claire pour chaque type de recherche grâce à une nouvelle charte gra-

phique et une ergonomie soignée. "Les enjeux de communication de cette refonte, a souligné la directrice de l'office, Carole Clouet, sont de susciter auprès du grand public des envies, de générer des réservations pour des hébergements, des loisirs ou des activités et de donner une image qui ne limite pas aux Calanques; auprès des professionnels, de réaffirmer le potentiel unique de Cassis."

"C'est un superbe outil pour promouvoir notre destination", assuraient, convaincus, plusieurs professionnels lors du verre de l'amitié qui a suivi la présentation.

Claude RIVIÈRE