

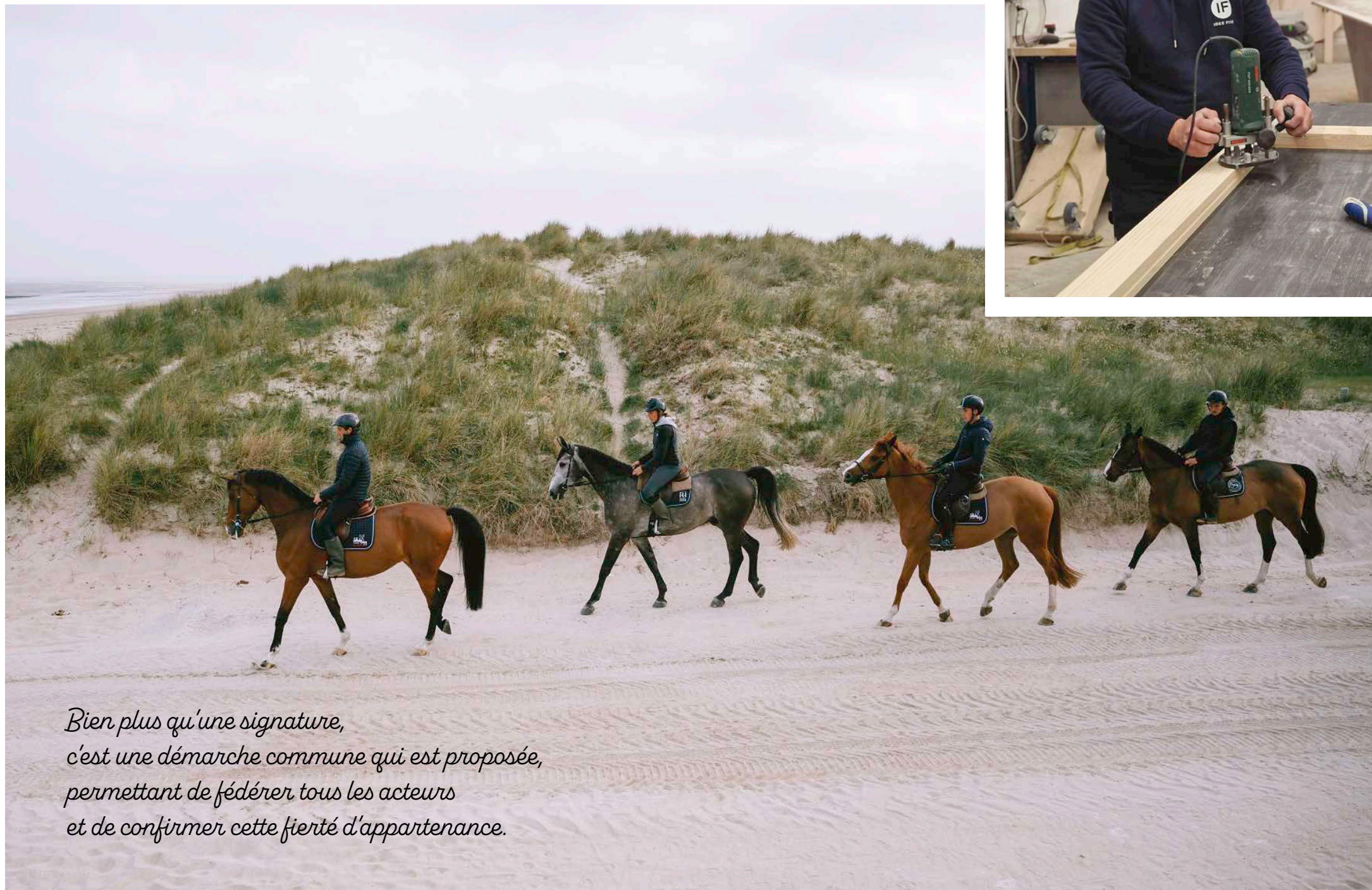


Destination
Granville
Terre & Mer

*Prenez le rythme
des marées*

LE CODE DE MARQUE





*Bien plus qu'une signature,
c'est une démarche commune qui est proposée,
permettant de fédérer tous les acteurs
et de confirmer cette fierté d'appartenance.*



UN CODE DE MARQUE

pour la destination

Le code de marque, c'est l'expression de la personnalité de « Granville Terre et Mer » à partager. Réalisé à partir de questionnaires, d'ateliers avec les habitants, les associations, ou encore d'entretiens avec les professionnels du territoire et les collectivités, ce code de marque est une boîte à outils pour tous. Il décrit, définit et codifie l'ensemble des signes écrits, visuels et graphiques destinés à confirmer ce qu'est Granville Terre et Mer, tant dans son image que dans son offre de vie.

Il répond à plusieurs ambitions :

- 1 **Confirmer et partager** une identité de territoire : éclairer sur son sens, ses valeurs, ses symboles, son expression -notamment en entreprise-, et renforcer le sentiment d'appartenance à Granville Terre et Mer ;
- 2 **Distinguer** Granville Terre et Mer dans sa promesse et les expériences qu'on y vit, pour la rendre unique, soit pour y vivre, y travailler ou y venir en séjour, pour un jour ou pour toujours ;
- 3 **Fédérer** tous les acteurs du territoire derrière une invitation simple que chacun peut s'approprier qu'il soit Terre ou qu'il soit Mer : « **Prenez le rythme des marées** », et s'affirmer ensemble pour être plus lisibles.

SOMMAIRE

Une signature partagée p.4

LES 8 VALEURS DE LA MARQUE p.6

LA BOÎTE À OUTILS p.17

- 1 La signature p.18
- 2 Le hashtag p.20
- 3 Emparez-vous de la signature ! p.21
- 4 Les typographies p.22
- 5 L'univers sémantique p.24
- 6 La palette de couleurs p.28
- 7 Les piliers d'images p.30
- 8 Le brief photo p.32
- 9 La façon d'être p.34
- 10 Les sons et odeurs du territoire p.36

MÉMENTO détachable p.37

Pratique, liens utiles et contact p.39

Prenez le rythme des marées

UNE SIGNATURE PARTAGÉE

Cette signature utilisable par tous a été lancée en 2023. Elle soutient le positionnement d'un « territoire [désormais] **labellisé Green Destinations*, résolument Terre ET Mer, invitant, au rythme des plus grandes marées d'Europe, au mouvement, à la nature, aux choses simples, aux éclats joyeux et à la créativité.** »

Elle est :

- **Vraie*** et crédible : elle s'appuie sur la réalité identitaire du territoire où l'on aime vivre ou revivre les bonheurs simples, partager les traditions, créer, en respectant le caractère authentique des lieux et leur histoire.
- **Attractive** :
 - > elle répond aux différentes attentes de ceux à qui l'on s'adresse : entrepreneurs, habitants, nouveaux habitants, touristes, résidents secondaires, étudiants, jeunes, collectivités, associations...
 - > elle possède une grande richesse d'évocation, et interpelle.
 - > elle est claire et simple.
- **Déclinable**, elle peut s'appliquer à différents secteurs d'activité
- **Différenciante**, elle se démarque des autres destinations de France du fait de la singularité des plus grandes marées d'Europe avec 14m de marnage à Chausey.
- **Enrichit l'image** en particulier sur les dimensions de dynamisme, de mouvement, de résilience, respect du territoire et ses habitants, sensibilisation du visiteur...
- **Pérenne**, car les grandes marées sont un phénomène qui est, et perdurera sur le territoire.
- **En phase avec les enjeux de territoire** et ses préoccupations.

*La signature a été validée par plus de 96% des habitants ayant répondu au questionnaire (sur les 1200 renseignés) en 2023.

C'est une promesse qui traduit la capacité de Granville Terre et Mer à s'affirmer ; une promesse à soutenir aussi bien dans sa façon de communiquer que dans ses propositions d'expériences de vie (une offre de séjour, un produit, un élément de sa marque employeur, un événement, une posture, un investissement...). Il est important de vivre et faire vivre ce que l'on promet.



Parce que nous sommes la destination des **plus grandes marées d'Europe**, du plus grand marnage au cœur de la baie du Mont-Saint-Michel.

Parce que le lien Terre et Mer est une **évidence géographique, historique, culturelle** avec des va-et-vient permanents de la terre vers la mer et de la mer vers la terre.

Parce que nous invitons à vivre **plusieurs expériences par jour**.

Parce que nous invitons à **ralentir**, à se mettre au rythme de la nature.

Parce que nous nous organisons en fonction des **horaires des marées**.

Parce que nous sommes conscients d'**un art de vivre unique**, que nous voulons préserver.

Parce que nous incitons nos visiteurs à être **respectueux**, en les invitant à s'adapter à notre territoire et non le consommer.



C'est ici que se vivent les plus grandes marées d'Europe.



Ces valeurs fidèles à la destination
que l'on souhaite voir reconnues par tous.



LES 8 VALEURS

DE LA MARQUE

maritimité | *convivialité* | *simplicité*

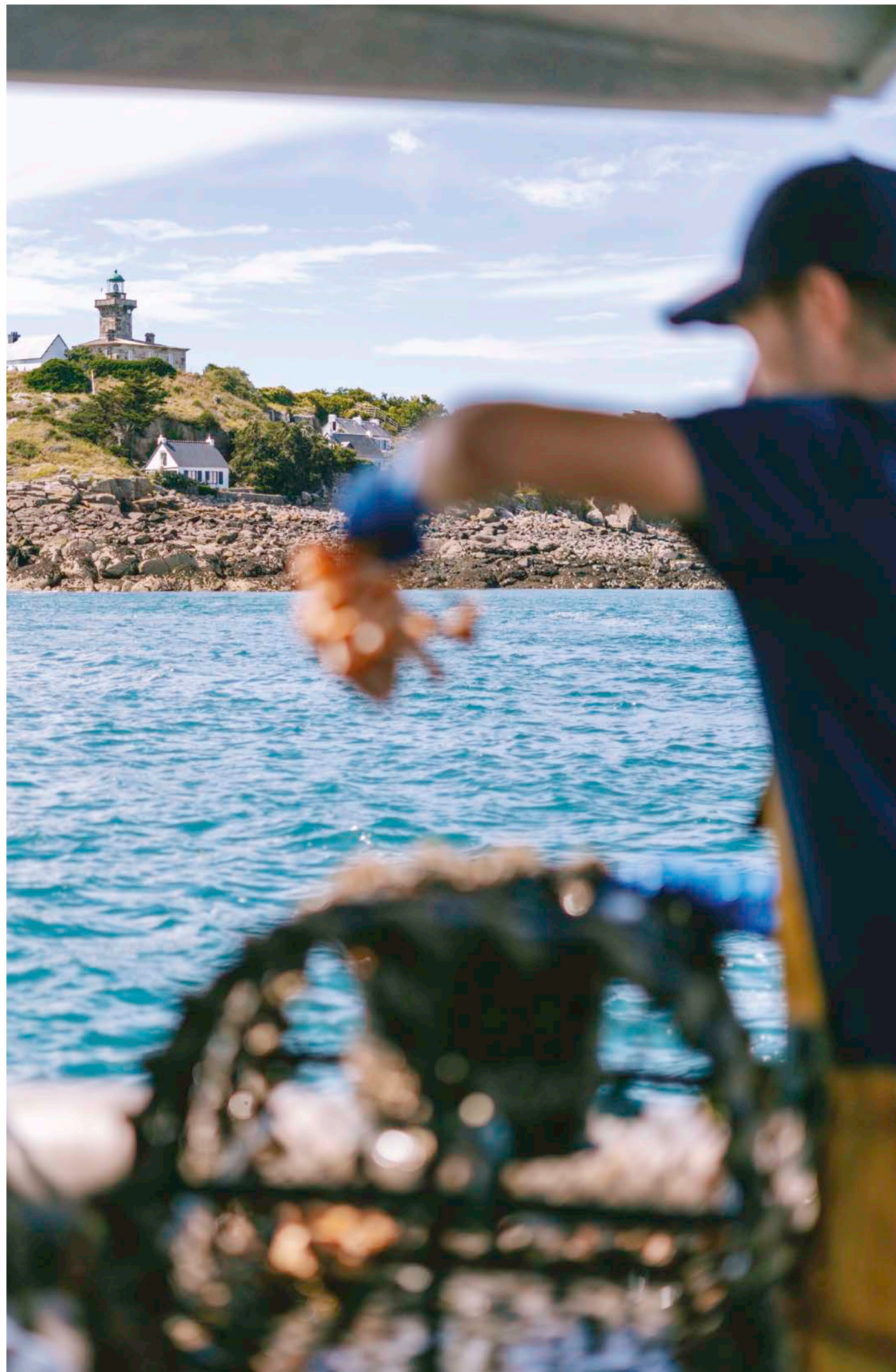
créativité | *dynamisme* | *préservation*

attachement au territoire | *ressourcement*

maritimité

Ce sont les différentes façons de s'approprier la mer, de près ou de loin. Que l'on soit en front de mer, ou à l'intérieur des terres, nul doute que l'influence marine iode l'ensemble du territoire et que la terre alimente la mer. Notre territoire est lié à la mer à travers son histoire, ses activités, son expression artistique, son climat, et ses ressources. La mer est vécue comme un élément de compétitivité économique, de modernité, de fierté et d'identité. Chacun a appris à vivre avec elle et en faire une force. Elle est source d'activité, d'inspiration, de défis, d'évasion et de ressourcement.

« Toutes les dimensions
de la mer sont vécues partout
sur la Destination Granville Terre et Mer. »



convivialité

Elle est à la fois la rencontre, le partage, l'hospitalité et la bienveillance. Les qualités humaines des habitants sont de forts atouts de ce territoire. La convivialité se vit lors d'événements festifs et culturels, comme le Carnaval, et se retrouve autour de nos tables, ou dans les échanges.

« La convivialité permet de renforcer la cohésion,
c'est un état d'esprit qui fédère depuis toujours ! »



simplicité

En lien avec l'authenticité, le naturel fait écho à la simplicité de la vie dans ce territoire, aux plaisirs simples, bien souvent liés aux bonheurs que l'on cherche à retrouver de son enfance : une glace sur la digue, un plongeon dans les vagues, se costumer dès que l'on peut, une balade dans le bocage, un coucher de soleil, le chant des oiseaux, le goût du lait...

« C'est une des clés du bonheur créant de la légèreté, de l'insouciance et du lâcher-prise sur le territoire, et permet de se concentrer sur ce qui est vraiment essentiel. »



créativité

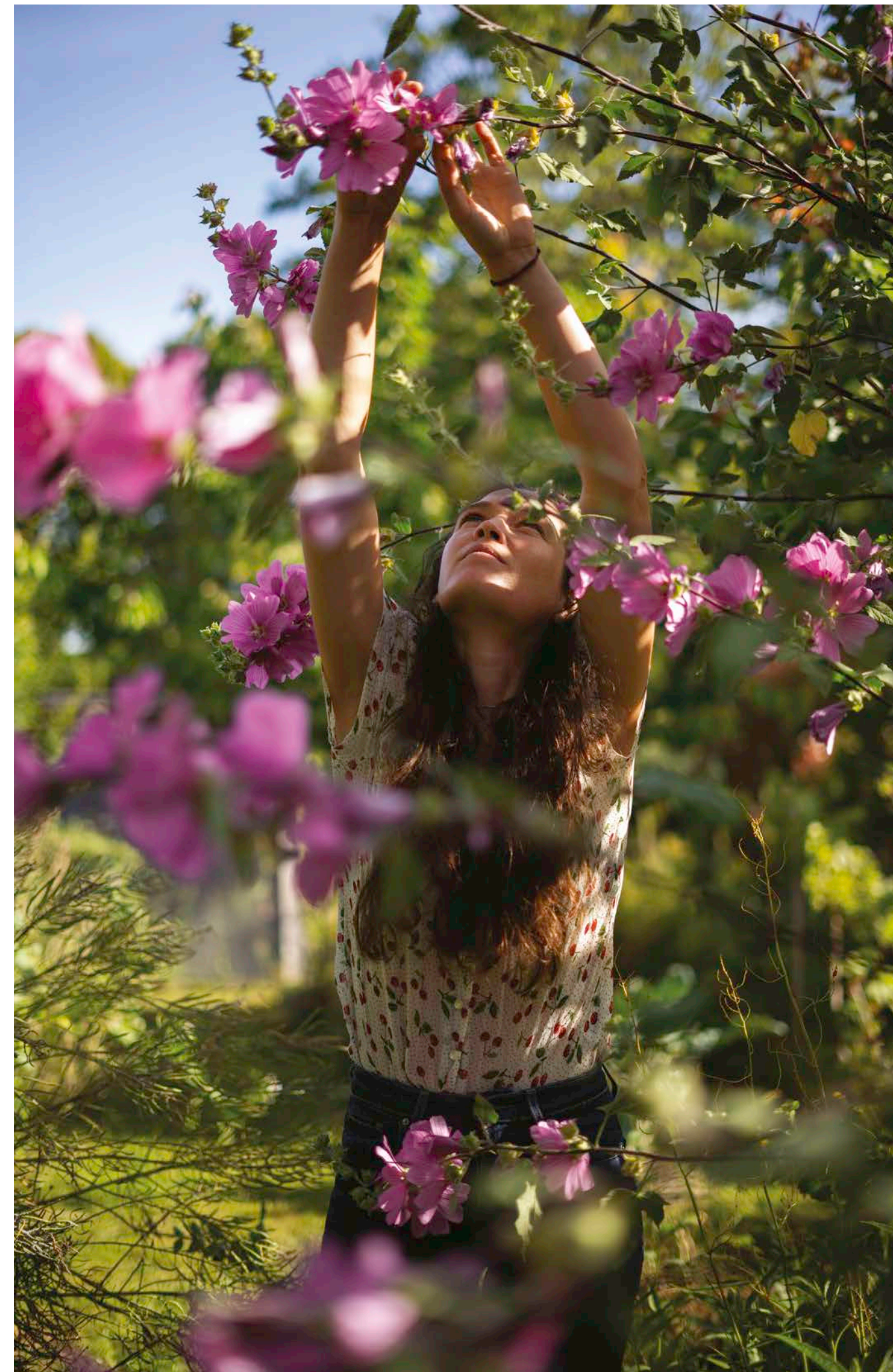
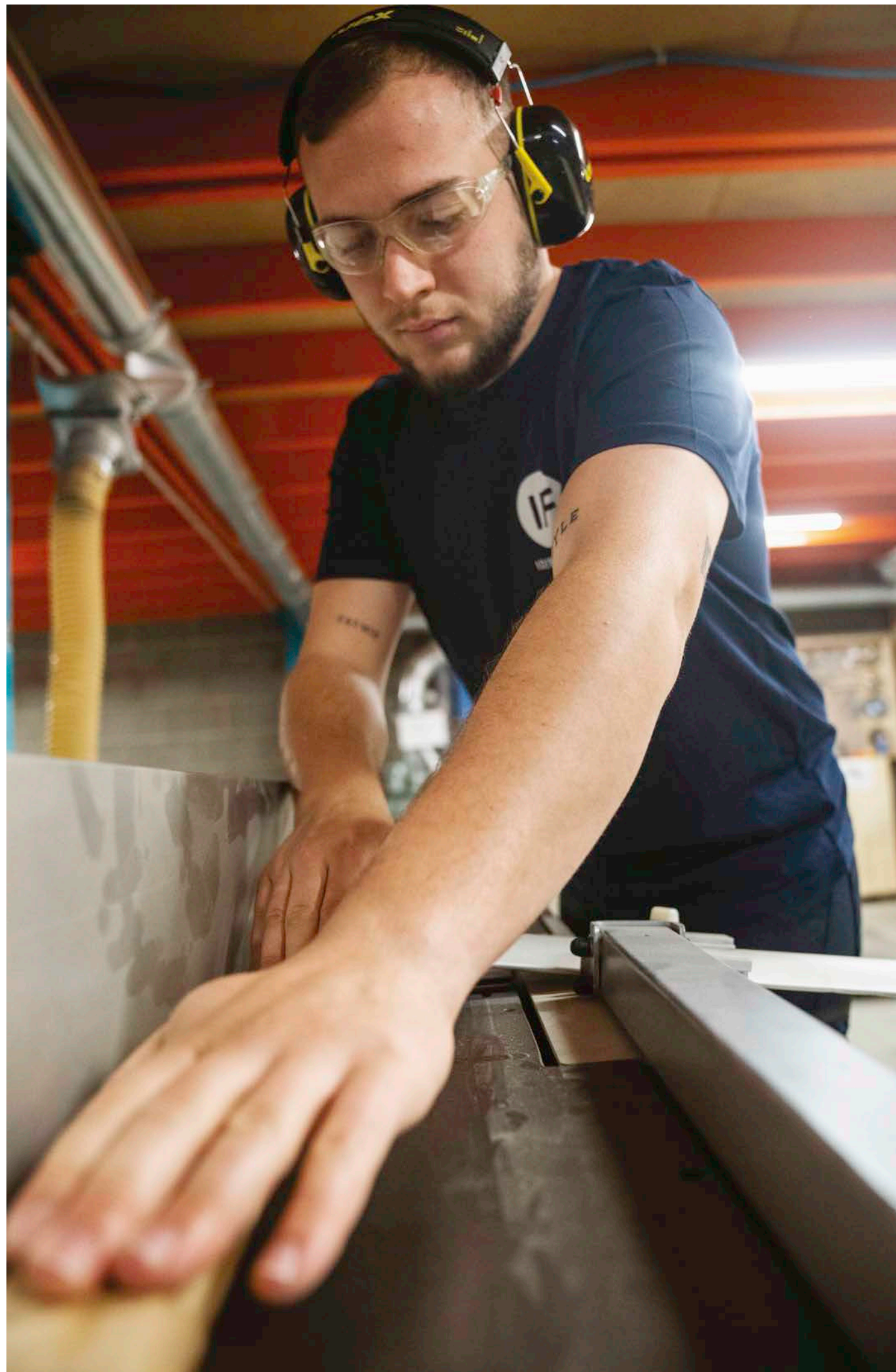
Le territoire a inspiré et inspire encore aujourd'hui beaucoup d'artistes de tous horizons. Les plus illustres y laissent leur trace : peintres, sculpteurs, plasticiens, graffeurs, céramistes, musiciens, couturiers, cuisiniers... Peut-être liée aux lumières uniques de la Baie, à l'histoire ou la position géographique du territoire, la créativité est omniprésente dans les univers de l'art, de l'artisanat et des savoir-faire locaux et se partage dans les musées, les galeries, les ateliers ou les événements tout au long de l'année.

« La créativité, c'est l'intelligence qui s'amuse. »
Albert EINSTEIN

dynamisme

Le territoire est dynamique grâce à l'ensemble des acteurs du territoire : entrepreneurs, professionnels du tourisme, associations et bénévoles, habitants... mais également vis-à-vis de la vitalité liée à l'iode et à la force des vagues.

« C'est le mélange des hommes et des forces de ce territoire qui en crée le dynamisme. »



préservation

C'est une fierté et c'est désormais un devoir : Granville Terre et Mer est un territoire « préservé ». Les habitants sont conscients de veiller à respecter ses richesses naturelles et culturelles. La Destination a été labellisée par Green Destinations au niveau or en 2023, 3^{ème} marche sur 5 avant la certification accréditée par le Conseil mondial du Tourisme durable. Passés au filtre de plus de 100 critères socio-économiques, environnementaux et culturels, les efforts déjà faits pour les humains, la nature et le climat ont été reconnus, invitant à poursuivre dans cette direction.

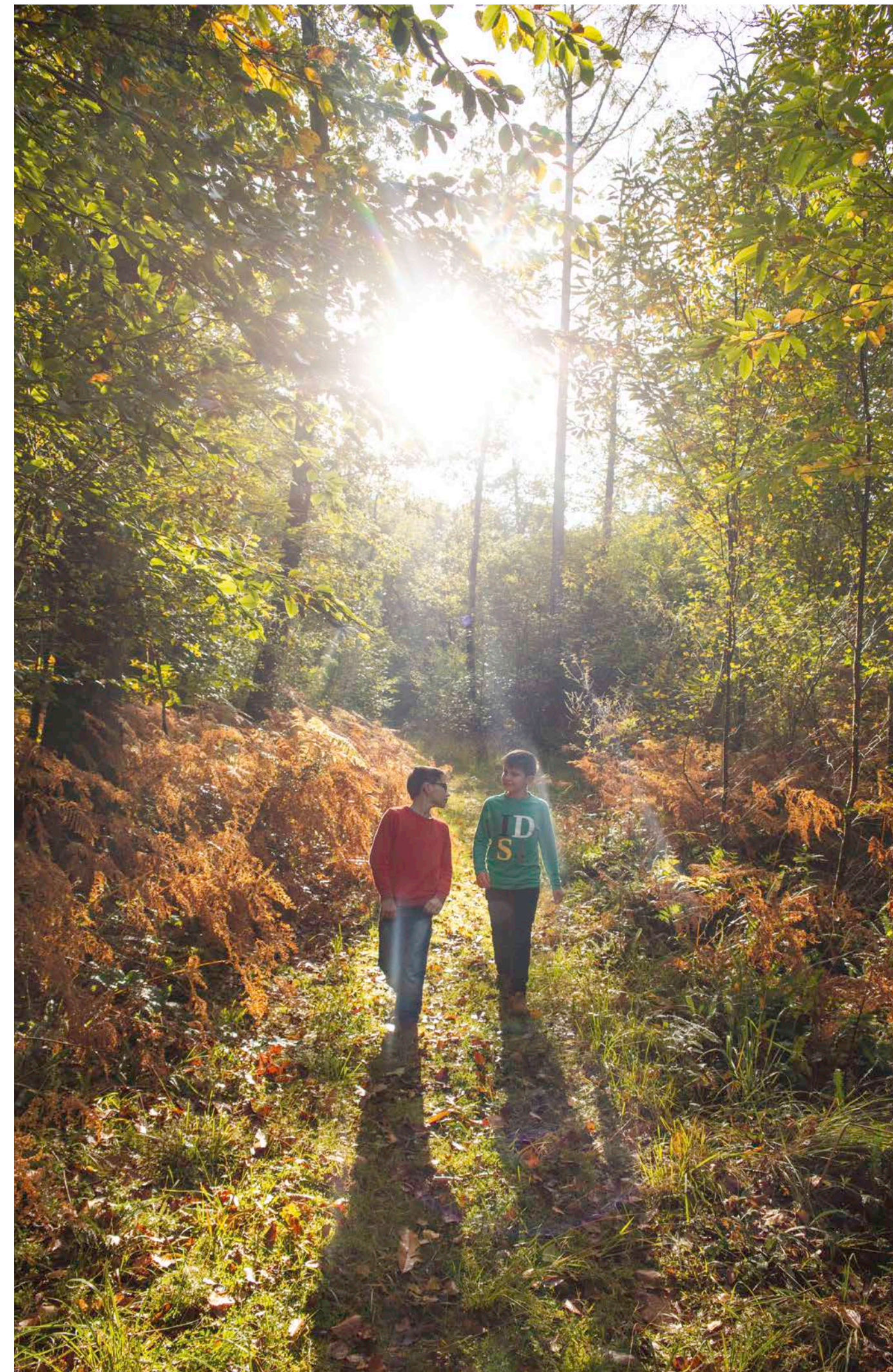
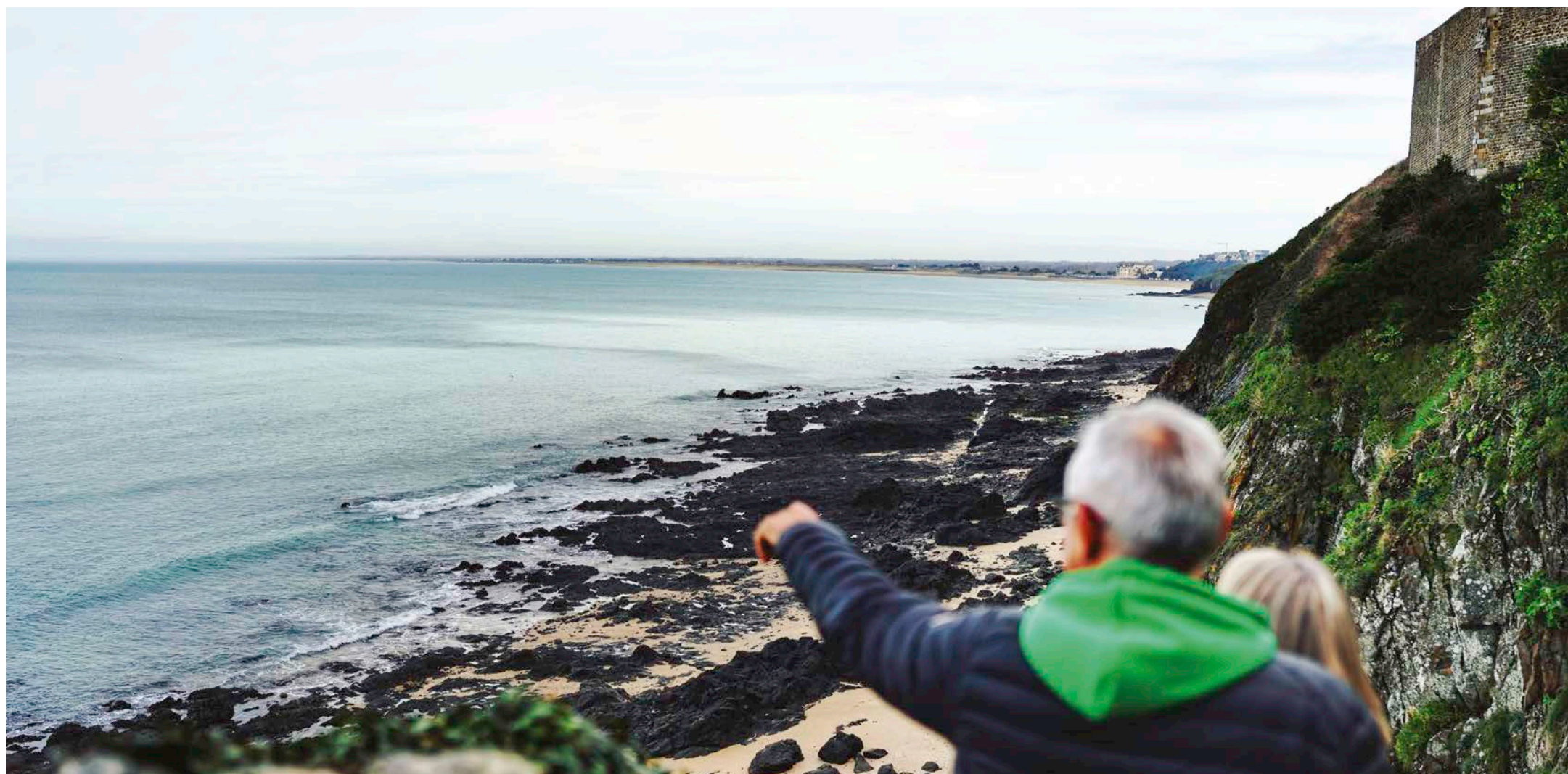
« Et si chacun faisait sa part pour que notre territoire demeure préservé. »



attachement au territoire

Il est revendiqué par les habitants et les néo-résidents mais également par les hommes et les femmes qui y travaillent. Même s'il est dit que l'on quitte le territoire un temps, l'envie d'y revenir et de s'y installer dans le temps se fait sentir. Il invite les touristes et les nouveaux habitants à se sentir ancrés dans un territoire accueillant.

« Le sentiment d'appartenance
est une force singulière de Granville Terre et Mer. »



ressourcement

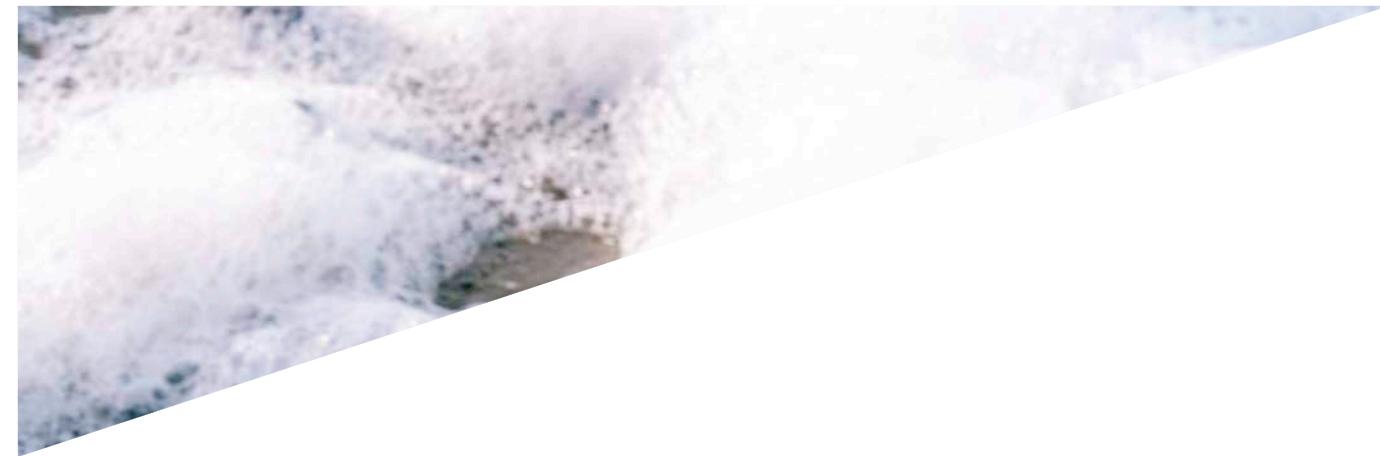
C'est la valeur-ajoutée de notre territoire. Il y a un avant et un après être venu : on s'y retrouve, on revit ses souvenirs d'enfance, on profite des bienfaits naturels, des espaces, du patrimoine et des gens... on réapprend des savoir-faire, des gestes à transmettre. On respecte son rythme, on ralentit, on s'inspire, on crée, on se rebooste, et on reprend vitalité. On y vient pour se soigner, on en tombe amoureux et on y revient !

« Notre territoire est propice au
ressourcement, à la régénération de soi,
de ses idées. »



Cette boîte peut vous **inspirer** pour votre communication, votre marque, dans la **création de vos offres**, vos produits, votre management....

Ce n'est pas une charte graphique. Ce sont plutôt des **recommandations**, des **suggestions** d'utilisation pour rendre collectivement notre **promesse de territoire** plus lisible.



LA BOÎTE À OUTILS

- 1 La signature
- 2 Le hashtag
- 3 La pastille bleue, les tampons et les règles d'utilisation
- 4 Les typographies
- 5 L'univers sémantique
- 6 La palette de couleurs
- 7 Les piliers d'images
- 8 Le brief photo
- 9 La façon d'être
- 10 Les sons et les odeurs du territoire



PRENEZ le RYTHME des MARÉES

LA BOÎTE À Outils

1 LA SIGNATURE

EMPAREZ-VOUS
DE LA SIGNATURE !



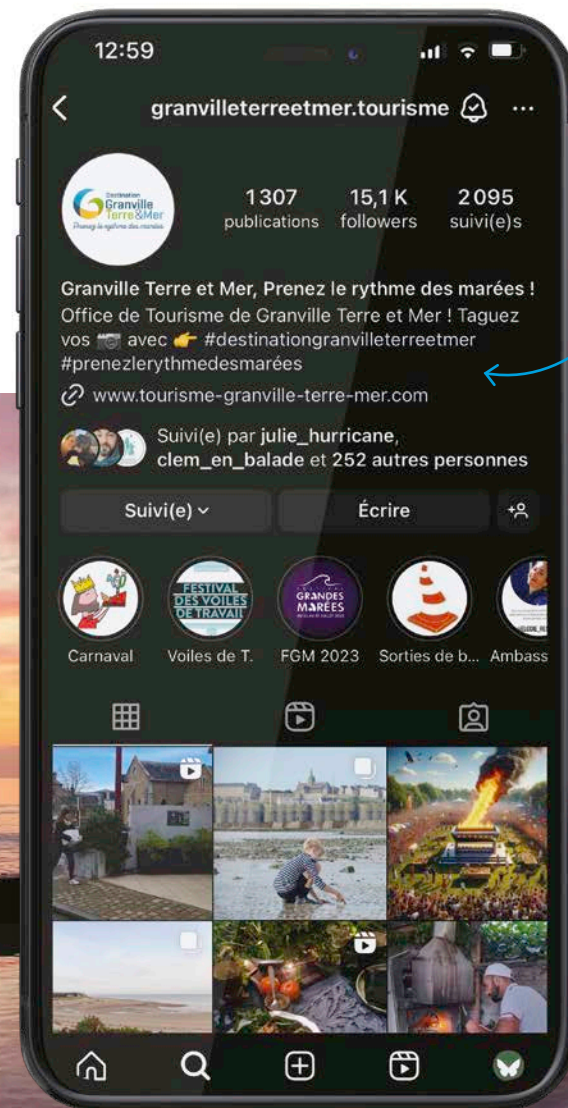
*Prenez le rythme
des marées*

LA BOÎTE À Outils

2 LE HASHTAG

#Prenezlerythmedesmarées

En complément du hashtag #destinationgranvilleterretmer, le hashtag #prenezlerythmedesmarées est associé à la marque et permet de créer cet espace de communication virale et de retrouver tous les contenus publiés sur les réseaux sociaux tagués.



Retrouvez nos hashtags dans le descriptif de notre compte Instagram !

LA BOÎTE À Outils

3 EMPAREZ-VOUS DE LA SIGNATURE !

La signature est appropriable par tous les acteurs du territoire.

La pastille bleue pour les actions de communication en collaboration avec l'Office de Tourisme.



>> Vous pouvez être amené à relayer les campagnes de communication ou autres actions de communication de l'Office de Tourisme et utiliser dans ce cas, la pastille bleue

Les tampons, au choix, pour votre communication, en accès libre si vous le souhaitez.



zone de protection de la pastille



Ces différents fichiers sont à retrouver sur la photothèque en ligne : photos.tourisme-granville-terre-mer.com

LA BOÎTE À Outils

4 LES TYPOGRAPHIES

La typographie est un des éléments porteur de lisibilité dans la communication visuelle. Il est préconisé d'utiliser des **polices simples, modernes et créatives** pour illustrer les valeurs.

L'utilisation de **2 typographies maximum**, déclinable selon le style (gras, italique, light, majuscules, minuscules...) est à privilégier pour préserver la **simplicité** et **élégance**.

Cette typographie moderne, sympathique, originale et gratuite est préconisée : la **Poppins**.

Aa
Poppins

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm
Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
0123456789 ,;:?!»#&()



LA BOÎTE À Outils

5 L'UNIVERS SÉMANTIQUE

Si le territoire Granville Terre et Mer est illustré à travers un logo, un bloc signature et un hashtag, il est également destiné à **être raconté** pour promouvoir le territoire sous son aspect économique, culturel et touristique.

Il est nécessaire de privilégier des messages racontant la façon dont ceux qui y vivent, y passent, y séjournent, y travaillent, vivent au rythme des plus grandes marées d'Europe.

C'est le storytelling de la destination.



LES ADJECTIFS QUI DISTINGUENT NOTRE TERRITOIRE

MARITIME

IODÉ

Selon votre activité
et la cible à laquelle vous vous adressez,
voici une liste de mots utilisables
sur vos différents outils
de communication.

PRÉSERVÉ

RÉGÉNÉRANT

CONVIVIAL



LES MOTS CLÉS QUI VALORISENT NOTRE TERRITOIRE

La mer
La nature
La beauté
La pêche
Le grand air
La tranquillité, le calme, la quiétude
Le bien-être
La campagne
La marée
Le va-et-vient
Le rythme
Le bocage



LES VERBES QUI REFLÈTENT NOTRE TERRITOIRE

Respirer
Pêcher
Ressourcer
Déguster
Ressentir
Partager
Sentir
Regénérer
Explorer
S'émouvoir
Rencontrer
S'amuser
Créer

Cette liste de mots-clés est non exhaustive.

LA BOÎTE À Outils

6 LA PALETTE DE COULEURS

La gamme chromatique reflète l'harmonie et les couleurs si particulières de la Destination Granville Terre et Mer



Ce **bleu franc** évoque la mer mais plus particulièrement celle de Chausey, transparente ainsi que le ciel d'été empreint de liberté.

C80 | M15
RO | V175 | B210
#00afd3



Ce **bleu foncé** évoque la mer d'une manière générale, la mer agitée ou déchainée par temps d'orage ou avec une belle houle, les fonds marins, les coques des bateaux, Chausey et le ciel.

C100 | M65 | J45
RO | V85 | B115
#005674



Ce **vert** évoque essentiellement la campagne, la nature, le bocage, les champs, la verdure, les prairies, l'herbe et le rayon vert visible sur nos plages. Le bocage est un élément important de notre territoire. Cette couleur fait référence à l'apaisement, la fraîcheur et la tonicité de la Destination.

C50 | J100
R149 | V193 | B31
#95c11f



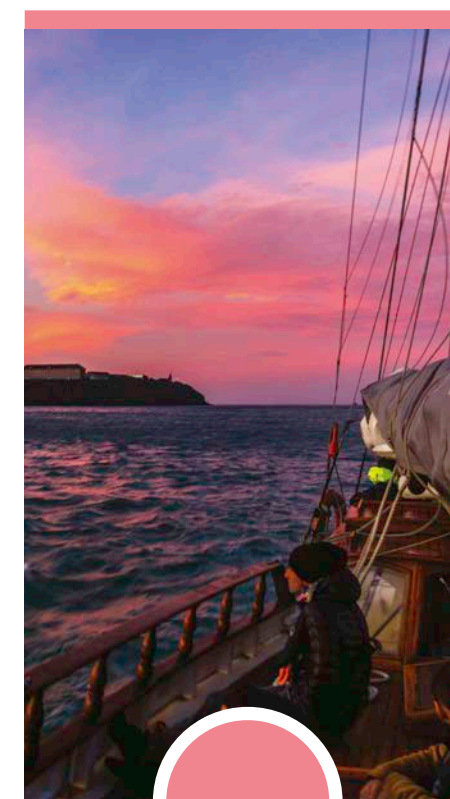
Ce **jaune** évoque l'astre, le soleil mais aussi les plages de sable fin, l'été, les champs de blé, les belles lumières du matin ou du soir qui sont de véritables palettes d'expression.

M20 | J80
R255 | V206 | B68
#ffce44



Cet **orange** évoque le soleil couchant mais également l'énergie positive qui règne sur notre destination, son dynamisme à tous niveaux et notamment avec les événements (Les sorties de Bain), la terre, la roche et également le sable.

M50 | J100
R243 | V146 | B0
#f39200



Le **rose** sur notre territoire évoque la maison d'enfance de Christian Dior, les roses, les ciels roses du lever et du coucher de soleil, les fleurs de Chausey (le géranium sanguin, le trèfle de Boccone).

M60 | J30
R240 | V133 | B244
#f0858f



Ce **gris** évoque le granit, le ciel, la mer mais également le calme et la douceur du territoire.

C10 | M10 | J10 | N5
R225 | V220 | B219
#d9d4d2



Ce **beige** sur notre territoire évoque instantanément la sérénité, la simplicité du territoire.

M7 | J22
R225 | V239 | B210
#ffed2

LES COULEURS COMPLÉMENTAIRES

LA BOÎTE À Outils

7 LES PILIERS D'IMAGES

7 Piliers d'images > une sélection d'éléments distinctifs et constitutifs de l'identité Granville Terre et Mer, qui, sans être exhaustifs, constituent des symboles forts, des références du territoire qu'il convient d'utiliser, tout ou partie, selon vos objectifs, vos cibles, en photo ou vidéo.

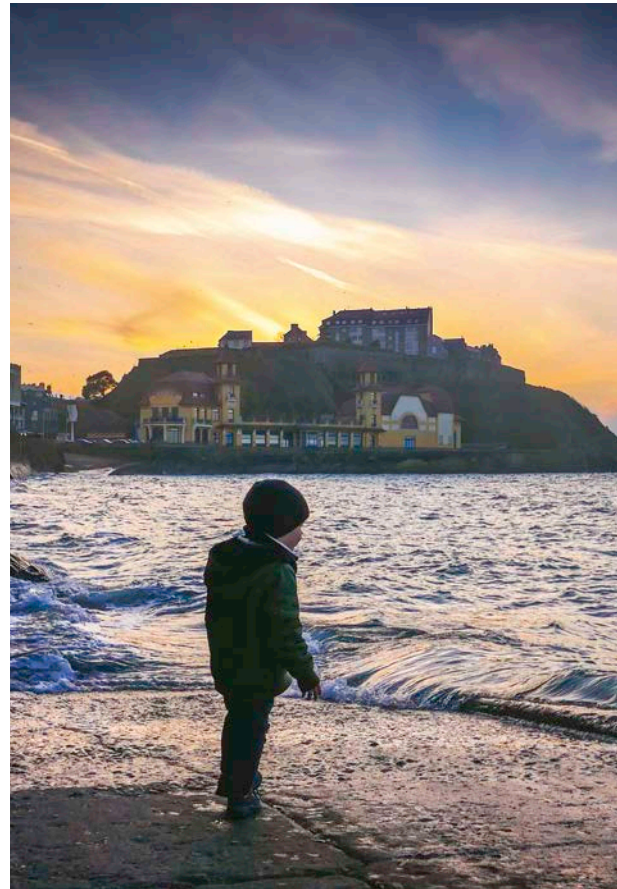
Pilier n°1 LES ÉLÉMENTS NATURELS

Les grandes marées basse et haute, la force des éléments avec les tempêtes, sans oublier le bocage très important pour associer la terre à la mer.



Pilier n°2 LES SITES EMBLÉMATIQUES DU TERRITOIRE

Sans nécessairement les nommer pour éviter de faire converger les flux, mais pour associer des images à la destination.



Pilier n°3 LES LUMIÈRES INTIMISTES

avec des photographies prises aux instants clés de la journée, le rayon vert si certains ont réussi à le capturer.



Pilier n°4 DES ACTIVITÉS DE PÊCHE ET DU NAUTISME

Pêche en mer et à pied sur l'estran. En veillant à indiquer les règles d'usage le cas échéant.



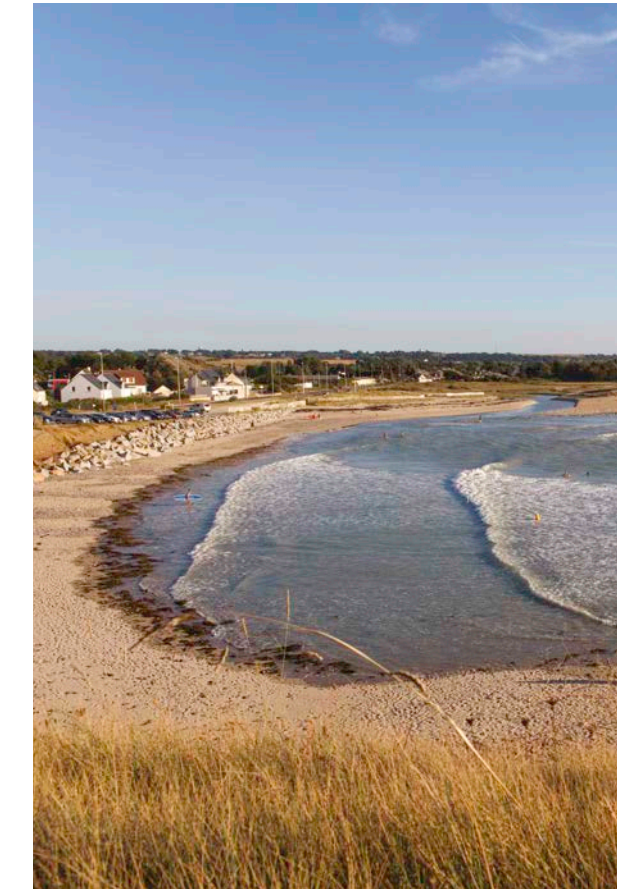
Pilier n°5 DES SCÈNES DE PARTAGE ET DE JOIE

Carnaval, des personnes qui s'éclatent, des enfants ou des adultes avec des étoiles dans les yeux, qui se donnent la main, qui partagent un moment.



Pilier n°6 DE GRANDS ESPACES VIDES

Par exemple, les grandes plages de sable.



Pilier n°7 LE BULOT

Le bulot de Granville est le produit phare, première pêcherie de bulot au monde certifiée par le label « pêche durable MSC » en automne 2017. Il a obtenu l'IGP en 2019.



LA BOÎTE À Outils

8 LE BRIEF PHOTO

COULEUR



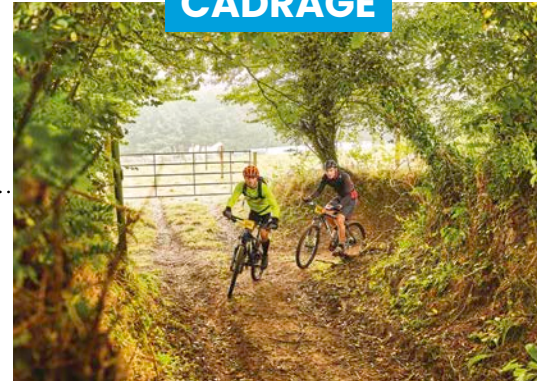
L'**utilisation de la couleur** est recommandée mais sans filtre pour soutenir le côté simple et préservé, authentique. Le noir et blanc peut aussi être utilisé.

DRONE



Les **photos et vidéos drone** ou vues aériennes sont attendues pour montrer la diversité, des paysages et des grands espaces.

CADRAGE



Le **format paysage** est celui à prioriser, pour « ouvrir », laisser respirer.

ORIGINALITÉ



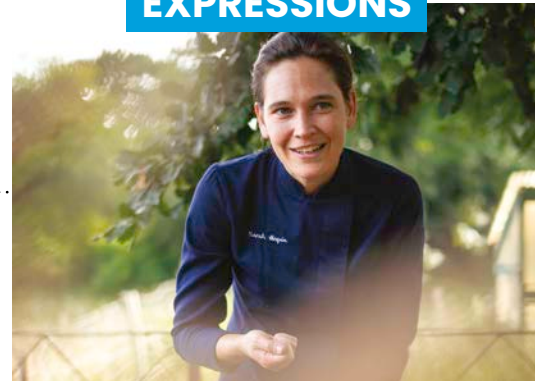
Faire **ressentir la force et l'énergie** du territoire par des cadrages dynamiques : contre-plongée, plongée et créatifs.

CONTRASTE



Saisir les **jeux de contraste** : les oppositions d'échelle, les proportions entre les éléments, pour exprimer la créativité.

EXPRESSIONS



Saisir les **personnages en mouvement**, dans l'instantané, rechercher le naturel dans l'attitude des personnages. Des visages radieux, lumineux, ouverts... des regards directs et francs... expressions du partage et de l'échange, d'une relation aux autres généreuse et affectueuse, intime, complice. Ces émotions fabriquent des beaux souvenirs.

DIPTYQUE



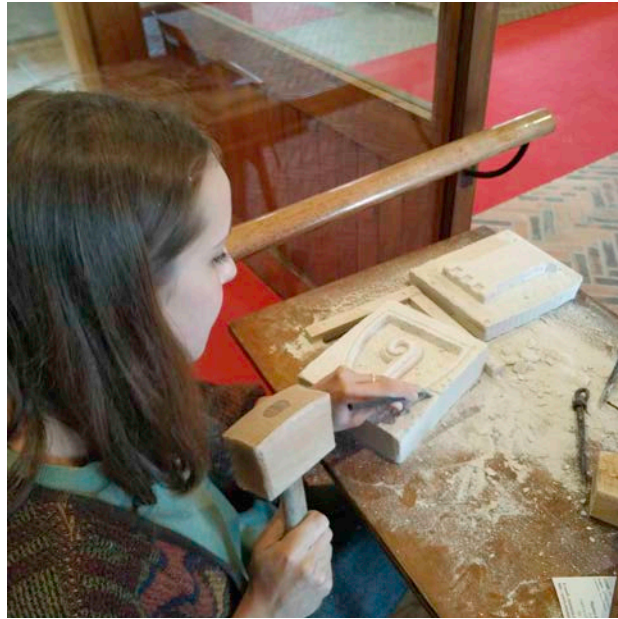
Jouer sur le diptyque : marée haute/ marée basse : en photo ou en vidéo, essayer d'exprimer les « plusieurs moments de vie » dans la façon de jouer avec les visuels (un écran scindé, un balayage transition, la même photo en noir et en couleur, des horaires de journée à 6 heures d'intervalle...)

HUMAINS



Quand il y a des **humains**, ces derniers doivent être **au cœur de l'image**. Soit, ils en sont l'élément principal, soit ils incarnent l'expérience vécue. Ils permettent à chacun de s'identifier au sujet et de ressentir des émotions.





LA BOÎTE À Outils

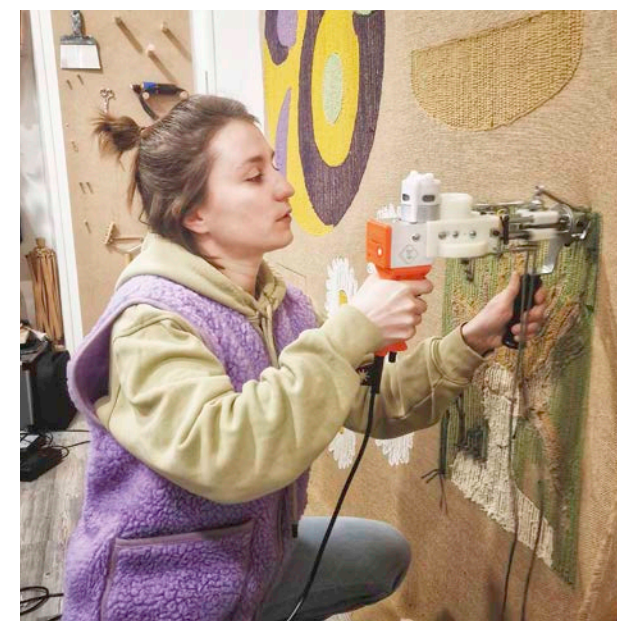
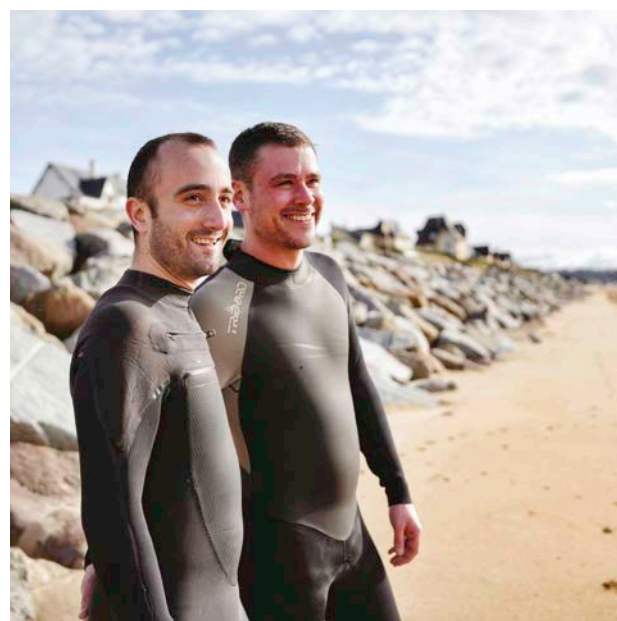
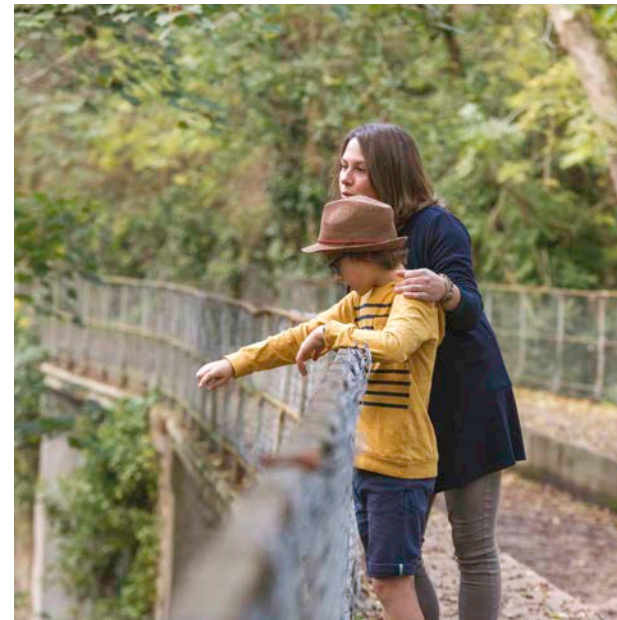
9 LA FAÇON D'ÊTRE

Profondément attachés à leur territoire, l'ensemble des acteurs sont des guides précieux pour les nouveaux arrivants qu'ils soient visiteurs ou nouveaux habitants. Aller à leur rencontre et leur raconter le territoire, son histoire et ses spécificités, leur accorder du temps pour leur apprendre les bons gestes quand on les accueille sont les valeurs de partage et de convivialité défendues dans ce code.

L'art de vivre ici est un avantage que nous mesurons, et qu'il convient de défendre dans sa marque employeur, un autre exemple des façons de transmettre nos valeurs.

Et comme, plus l'on sait plus on protège, chacun a un rôle à jouer pour préserver la destination et transmettre son identité. C'est notamment en inventant de nouvelles expériences à vivre, propres à la destination, que l'on « vivra le territoire » et qu'on le comprendra mieux.

Apprendre à pêcher à la marque, créer son parfum, savoir accorder mets et vins du territoire, être bénévole sur un événement... vivre des expériences que l'on ne retrouve nulle part ailleurs.



Les entreprises et le territoire vont de pair et se mobilisent pour accueillir des nouveaux arrivants pour un jour ou pour toujours et intégrer de nouveaux talents.

LA BOÎTE À Outils

10 LES SONS ET ODEURS DU TERRITOIRE



LES SONS DU TERRITOIRE

- Le cri des oiseaux (en majorité les mouettes et goélands)
- Le bruit des vagues
- Le vent
- Le bruit des bateaux
- La mer
- Les cloches
- Les vaches

« Les bruits du port : les tintements des haubans, le claquement des voiles, les cris des goélands et le hurlement des mouettes, le clapotis des vagues, le rire des enfants et le sifflement du vent. »
Stéphanie D.



LES ODEURS DU TERRITOIRE

- L'iode
- La mer
- Les crustacés et le poisson
- Les embruns
- Les effluves salées et sucrées
- Les algues
- La marée
- La galette saucisse du marché
- Les odeurs des marchés
- Le sable chaud
- Les fleurs dont les roses de Dior



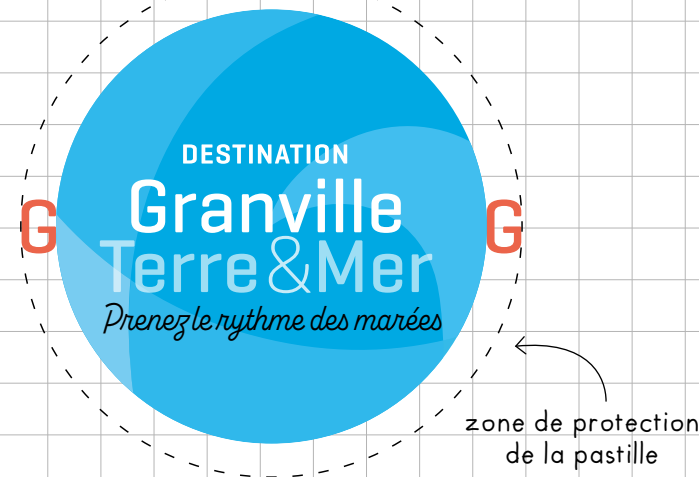
MÉMENTO

LE CODE DE MARQUE doit être source d'inspiration.

Prenez le rythme des marées

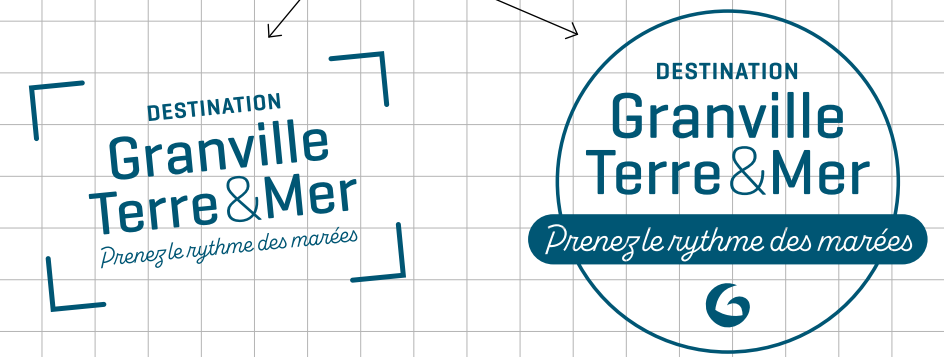
LA PASTILLE

Pour les actions de communication en collaboration avec l'Office de Tourisme



LES TAMPONS

2 déclinaisons possibles pour votre communication, en accès libre

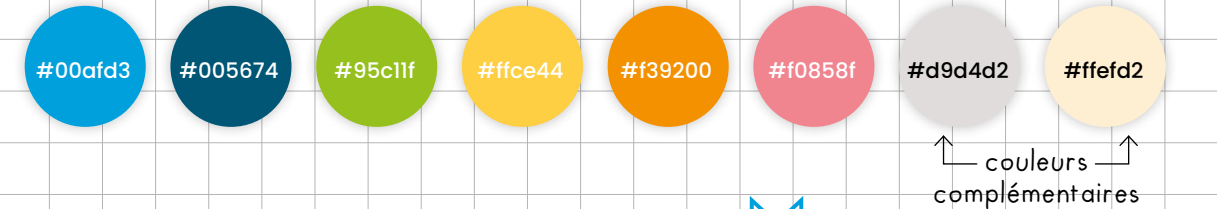


L'UTILISATION DU DIPTYQUE

Plusieurs façons de traiter le diptyque



LE CODE COULEUR



LA TYPOGRAPHIE

Aa
Poppins

Retrouver le contenu de la boîte à outils sur notre photothèque en ligne : photos.tourisme-granville-terre-mer.com

Les hashtags à utiliser sur les réseaux sociaux



#Prenezlerythmedesmarées
#DestinationGranvilleTerreetMer

Les 7 piliers d'images

LES ÉLÉMENTS NATURELS, LES SITES EMBLÉMATIQUES DU TERRITOIRE, LES LUMIÈRES INTIMISTES, DES ACTIVITÉS DE PÊCHE ET DU NAUTISME, DES SCÈNES DE PARTAGE ET DE JOIE, DE GRANDS ESPACES VIDES, LE BULOT

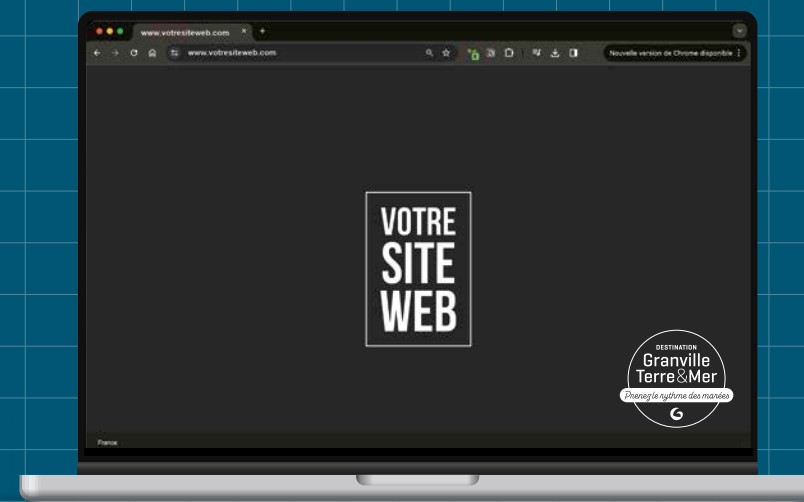
Déclinable gratuitement et à l'infini !

MÉMENTO LE CODE DE MARQUE

Quelques exemples d'application



MENU	VOTRE LOGO
SPAGHETTI BOLOGNESE 12 € Spaghetti, ground beef, onions, garlic, tomato sauce, tomato paste, herbs, salt and pepper.	
CHICKEN CURRY 18 € Chicken, onions, garlic, ginger, curry powder or paste, tomatoes, coconut milk, vegetable oil, salt, and pepper.	
CAPRESE SALAD 14 € Fresh tomatoes, mozzarella cheese, fresh basil leaves, extra virgin olive oil, balsamic vinegar, salt, and pepper.	
MARGHERITA PIZZA 11 € Pizza dough, tomato sauce, mozzarella cheese, fresh basil leaves, olive oil, salt, and pepper.	
GUACAMOLE 23 € Ripe avocados, lime juice, tomatoes, onions, cilantro, jalapeño peppers (optional), garlic, salt, and pepper.	

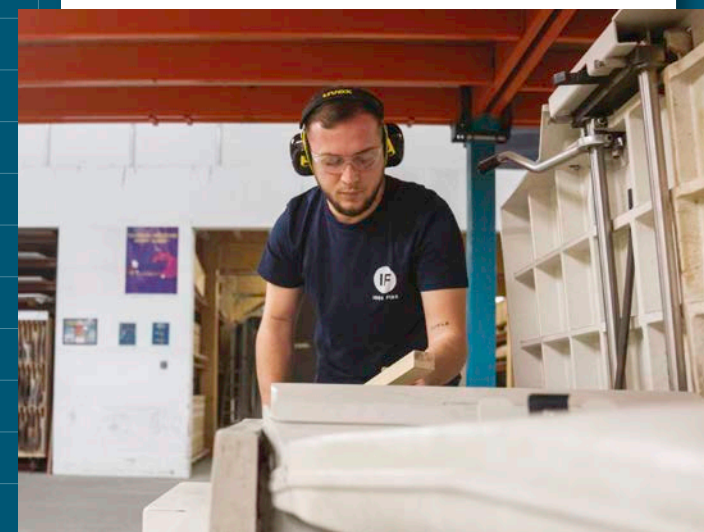


ZOOM SUR... LES EXPÉRIENCES

Le code de marque **s'intègre aussi dans les actions**, comme les expériences à vivre sur le territoire, une façon d'**accueillir** ou de **manager**.



Ces expériences peuvent être **culinaires, gustatives** mais aussi l'occasion de découvrir des **savoir-faire** dans les **entreprises**, des **saveurs**, des **matières**, représentatives de notre territoire, comme celles créées avec l'Office de Tourisme au fil des ans.



PRATIQUE, LIENS UTILES ET CONTACT

VOTRE CONTACT

Estelle COHIER
 chargée de communication et du code de marque
 ✉ communicationweb@otgtm.fr
 ☎ 02 33 91 30 03

UNE DESTINATION CONNECTÉE !

www.tourisme-granville-terre-mer.com



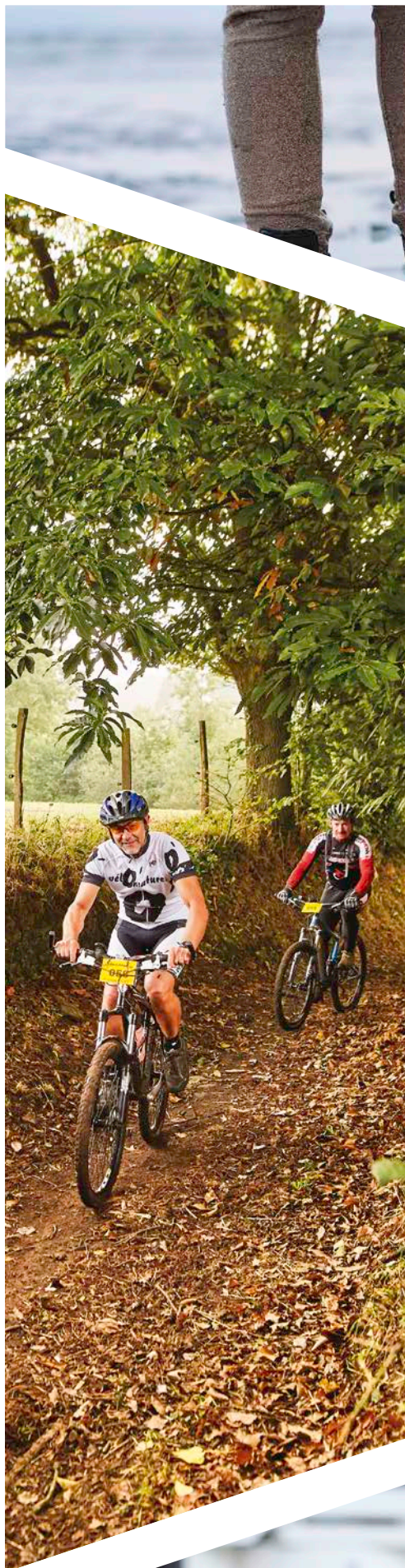
SUIVEZ-NOUS !


- @granville.terre.et.mer.tourisme
- @granvilleterreetmer.tourisme
- @otgtm
- @GTMtourisme

PARTAGEZ
 vos plus beaux instants avec
 #destinationgranvilleterreetmer
 et #prenezlerhythmedesmarées

POUR ALLER + LOIN > chuchoteurinfo.fr

Prenez le rythme des marées



Création  Bleu-Nacré.com • 06 80 83 68 11 • Saint-Pair-sur-Mer
Bleu-Nacré & Co., Charles Delaunay, Alexandre Lamoureux, Estelle Cohier, Pauline Lacherade,
Les atelier Grandis ©Guillaume Heraud, Idée-Fixe ©Xavier Lachenaud, droits réservés.