



le QUEYRAS

GUILLESTRE - MONT VISO

GUIDE DE LA MARQUE



SEPTEMBRE 2019



INTRODUCTION

Ceci est le guide de notre marque de destination : elle est un capital à construire, une entité marketing vivante ! Elle fédère l'ensemble de nos produits et promesses pour renforcer notre différence et augmenter notre attractivité.

Le guide donne des repères et des exemples pour exprimer cette marque, il oriente la réflexion créative. Il concerne donc tout à la fois les personnes intervenant régulièrement sur la communication, mais aussi chaque personne qui se veut le porteur des valeurs et de l'image de notre marque territoire.





UNE MARQUE TERRITOIRE UNIFIÉE

La marque de destination Le QUEYRAS est adossée à des points d'appui stratégiques : GUILLESTRE et le MONT VISO qui marquent à la fois sa porte d'entrée et son point haut.

Le QUEYRAS

Connu par son parc naturel régional et reconnu comme un havre de paix pour les amoureux de la nature, le Queyras s'affirme comme une destination accueillante toute l'année.

GUILLESTRE

Au confluent du Guil et de la Durance, Guillestre et ses villages, véritable camp de base, signent l'entrée du territoire avec l'image de leurs rues historiques et commerçantes, leur marché et leurs activités culturelles.

Le MONT VISO

Sommet emblématique culminant à 3 841 m, le Mont Viso symbolise à la fois l'altitude, la montagne et le lien avec l'Italie.



UN POSITIONNEMENT CLAIREMENT IDENTIFIÉ

C'est un territoire composé de deux destinations, le **Guillestrois** (Guillestre et ses villages) & le **Queyras**, réunis sous une seule marque : « **Le Queyras, Guillestre - Mont Viso** ».

Elle accueille avec caractère dans de grands espaces préservés, où la nature et l'homme cohabitent.

Ce bout du monde promet des aventures engagées ou des vacances fluides et faciles. Ici, les expériences sont inédites, elles allient art de vivre et sports de montagne.



UNE ACCROCHE PORTEUSE D'UNE PROMESSE

A la hauteur de l'essentiel

Cernés par l'accessoire, l'apparence et l'inutile, nous oublions le nécessaire de l'existence.

Le territoire est un haut-lieu qui nous libère et nous rappelle à l'essentiel.

Sur la route des hautes vallées, le voyage enseigne la patience. Dans la nuit profonde et la paix des étoiles, l'infini nous parle. Dans les paysages immenses et prodigieux, le silence s'impose. Dans la transparence du vent, la nature se livre à l'état pur. Tout schuss dans l'eau vive, les airs ou la neige, nos sensations ne mentent pas. A la table des montagnards, le vrai goût de la vie revient. Au cœur de la fête, au fil des sorties, le vrai goût des autres aussi.

On peut aller partout pour trouver trop de tout. Ici, il y a tout ce que l'on aime quand on cherche l'essentiel. Bienvenue chez nous.



LE PÉRIMÈTRE DE LA MARQUE

Notre marque de destination s'adresse à nos clients actuels et potentiels : sa présence forte et concertée sur l'ensemble de nos supports de communication ainsi que son déploiement sur l'ensemble de notre territoire sont indispensables pour conforter notre image et développer notre fréquentation touristique à l'année.







LA PLATEFORME DE MARQUE

La plateforme de marque est un document de synthèse qui permet d'exprimer et de formaliser l'identité de la marque :

- Elle permet d'installer en 5 points clés, de manière simple et durable la raison d'être et le «pourquoi» de la marque.
- Elle agit comme un filtre aux actions marketing et de communication c'est un support de mise en cohérence et de validation
- Elle oriente la création d'un univers d'expression verbal et visuel qui servira la cohérence avec les valeurs et les objectifs de la marque
- Elle sert de cadre aussi bien aux actions de communication interne qu'externe.



LA VISION DE LA MARQUE

Le point de vue de la marque sur son marché et son environnement. Sa vision à long terme.

LA MISSION DE LA MARQUE

C'est la raison d'être de l'entreprise, du territoire, ce qui l'anime en cohérence avec sa vision. C'est l'objectif que se donne la marque.

LA PROMESSE DE LA MARQUE

Ce que la marque apporte à ses clients et futurs clients, le bénéfice consommateur proposé tout en respectant ses valeurs.

LES VALEURS DE LA MARQUE

La vision et la mission sont portées, structurées par des valeurs, les valeurs sont primordiales car elles communiquent sur le plan émotionnel, c'est ce contenu émotionnel qui crée l'attachement à une marque.

LE STYLE DE LA MARQUE

La définition du style de la marque, sa personnalité et ce qui va la différencier des autres marques.

VISION

Retrouver sa nature
par la nature

STYLE

Décalé • Humain

MISSION

Se déconnecter pour
se recentrer sur
ses essentiels

le QUEYRAS
GUILLESTRE - MONT VISO

VALEURS

Respect • Nature
Partage • Sincérité

PROMESSE

Explorer des expériences
singulières inédites

La signature : « **A la hauteur de l'essentiel** »



LES CIBLES MARKETING

Au travers des 4 cibles, affinitaires et fédératrices, qui fondent la stratégie marketing de l'Office de Tourisme du Guillemois et du Queyras, notre positionnement nous permet d'harmoniser nos discours et de nous mettre en accord avec nos clientèles.



LES 4 CIBLES PRINCIPALES

LES URBAINS SATURÉS

- Ceux qui aspirent à une respiration. Ils cherchent à reprendre du temps avec ceux qu'ils aiment.
- Les vacances permettent de se ressourcer, de se recentrer et de se retrouver, c'est le lieu où ils peuvent vivre leur passion.

LES CONSOMME-ACTEURS

- Ceux qui aspirent à la sobriété, à la juste consommation qui est pour eux un acte militant.
- Ils sont adeptes de la consommation bio et locale, une consommation qui a du sens et qui permet d'agir sur la société.
- Le respect de l'Homme et de l'environnement sont des ingrédients indispensables.

LES AVENTURIERS-VOYAGEURS

- Ceux qui revendiquent une âme de dénicheurs. Ils adorent les grands espaces et recherchent les rencontres singulières.
- Ils partent toujours en voyage et ne parlent jamais de vacances.
- Ils fuient l'offre standardisée et le tourisme industriel.

LES ENFANTS DE 0 À 12 ANS

- Ceux qui découvrent ou se perfectionnent en montagne, ils sont venus avec les parents, leur grands parents ou en tribu.
- Ils veulent s'amuser en apprenant des curiosités de la montagne.
- Ils aiment se faire surprendre et se dépenser en s'amusant.
- Le ludique est le fil rouge du programme de leurs vacances.





L'UNIVERS SÉMANTIQUE

L'univers sémantique sert à assurer la cohérence et la qualité des contenus éditoriaux.

Elle formalise les règles et procédures auxquelles doivent se soumettre les membres d'un projet éditorial.

L'univers sémantique aborde à la fois le fond et la forme des contenus à publier.



LE TON ÉDITORIAL

DIRECT

Je m'adresse directement au visiteur :

au présent, par phrases courtes, comme si je parlais face à face, joyeusement, avec des images, en « colorant » le discours !

Le ton est dynamique, d'égal à égal, pas aguichant, il revendique et assume, défie au besoin.

OUVERT

Je propose toutes les facettes de la diversité de la destination :

L'engagement et la facilité, le plaisir et la quête, la vallée douce et les pics, l'authentique et l'innovation.

Dans une même phrase ou un même paragraphe, j'oppose, je confronte, j'ouvre des portes et des possibles.

DÉCALÉ

On illustre un territoire inédit, ou rien n'est standard :

on pique la curiosité, on défie gentiment, on y met de l'humour, on ose illustrer par la poésie, par une invitation à la contemplation, par le partage du secret.



LE TERRITOIRE EN QUELQUES MOTS

« **Le Queyras ? Mais c'est un autre monde !** » Avoue que tu l'as pensé en arrivant ici... Des villages du Guillestrois aux 3841 m du Mont Viso, les altitudes montent en flèche, l'espace s'élargit. Des cols quasi-lunaires, comme celui d'Agnel ou d'Izoard. Juste au-dessous, des alpages verdoyants. Et par-dessus tout, une lumière singulière, un bleu du ciel qui frappe l'imagination. D'accord pour passer pour des extra-terrestres, avec cette géographie extra !

Respire ! Le territoire entier est zéro pollution ! Un Queyras préservé sans mise en scène, pas la montagne d'ailleurs, celle des vallées loties et des usines à ski. Nos stations sont de vrais villages ! Ici la nature a le dernier mot : le Parc naturel régional du Queyras a été l'un des premiers à protéger et à partager. La Réserve Naturelle Nationale Ristolas Mont Viso a suivi, et en toutes saisons la vie coupe le souffle.

Tu aimes l'inattendu ? Les maisons ont d'immenses pics comme jardins. Guillestre et ses villages sont des camps de base vers des confins élevés ! La Durance baigne cette vallée ouverte qui emmène au cœur d'un monument classé par l'Unesco et rivalise de majesté avec les sommets.

Jamais la même couleur, ni le même paysage : décidément le Queyras est tout et son contraire ! Un mélange d'énergie et de sérénité. Et nous, ses habitants, on respire autant le tempérament que l'humilité ! **Ici c'est le caractère qui parle !** Sans détours, avec un soupçon de fierté et beaucoup de gentillesse, les femmes et les hommes du Queyras partagent une infinie joie de vivre.

Au fait, tu es venu pour déposer gentiment stress et tracas, pour être ailleurs ? On a quelque chose de plus fort : **le territoire guérit**. Souris tant que tu veux (c'est un bon début après tout) le Pin Cembro fait partie des espèces bienfaisantes, chouchou des adeptes du bien-être par les arbres. Les sources chaudes du Plan de Phazy forment des spas naturels au grand air. L'eau d'Aqua Réotier distille sa minéralité, que l'Occitane en Provence change en pure fraîcheur...

Et pour faire du bien à la planète aussi, le tourisme responsable a les portes grandes ouvertes : à la ferme, dans les ateliers, tu mets la main à la pâte. Demande le programme des **consom'acteurs** et découvre la marque « Valeurs Parc » !

Au fond, ça fait très longtemps qu'on est en avance : dans le Queyras on a créé l'une des premières coopératives d'artisans. Nos troupeaux et nos écoles se font l'écho d'une montagne bien vivante. On a gravi des cols mythiques à vélo avant tout le monde, quasiment inventé le ski de rando, et créé au début d'un long hiver le 1er concours de pétanque indoor...

Et la liste continue... On a le 3ème domaine nordique de France, et à chaque retour d'Est, les riders reviennent goûter une poudreuse inimitable ! Nos eaux pures sont joueuses : le Guil, la Durance, la base d'eaux-vives de Saint Clément... Ou plus sauvages comme les lacs de montagne. Notre ciel le dispute au relief pour vous inviter au parapente, au vol libre, ou encore à l'observation astronomique.

Ici les coqs picorent les étoiles, comme on dit à Saint-Véran, le plus haut village d'Europe. C'est immense et palpitant ; l'idéal à portée de main ! On est foule sentimentale, oui ou non ? Dans l'engagement extrême comme dans la facilité, pour le défi ou la douceur, en te déconnectant pour mieux te reconnecter au vrai, bienvenue dans le Queyras ! A la hauteur de l'essentiel.



LES THÉMATIQUES À DÉVELOPPER

THÉMATIQUES	MOTS CLÉS				CONTENUS
LA DÉCONNEXION LA RECONNEXION PAR DES EXPÉRIENCES INÉDITES	Lâcher-prise Se redécouvrir Retrouver l'essentiel Grandir Se reconnaître	Liberté Silence Sublime Irrésistible	Energie positive La nature guérit Magie du vivant Ecouter son corps Du temps avec les siens	Inventer Audace Quiétude	Montagne (lieu-environnement bout du monde) Aqua Réotier Pin Cembro Sylvothérapie Ateliers Consom'acteurs Contemplation Farniente
LA PURETÉ	Fraicheur Clarté Altitude	Territoire nature La montagne Les Alpes d'avant	L'eau Sans un cliché Tout est vrai	Luxe de simplicité Blanc, bleu Equilibre	Bleu du ciel Ciel étoilé Zéro pic de pollution
LE PARC NATUREL RÉGIONAL DU QUEYRAS	Nature protégée Réserves naturelles Sanctuaire Apprendre Originel	Joyaux Respect Equilibre Bienveillance	Harmonie Montagne généreuse	Dialogue Prendre soin-Ecouter Comprendre Fragilité Richesse faune/flore	Espèces endémiques Valeurs Marque Parc Paysage non dénaturé Réserve naturelle Ristolas Mont Viso Réserve de biosphère du Mont Viso
LES RENCONTRES	Savoir-vivre Sobriété Passionné Animé par le territoire Le goût d'ici Le savoir-faire d'ici	Cordial et joyeux Sourire S'enrichir Histoire vivante Fierté Tempérament	Fidélité Attachant L'accueil, un réflexe Offrir du temps	Aimer transmettre Bonhomie Mordu Amoureux Fan du territoire Un secret bien partagé	Consom'acteurs Mont-Dauphin Habitants Guide (sport & culture) Evénements/Marché-Foire Contes/Conférences/Musées Artisans d'art Producteurs

THÉMATIQUES	MOTS CLÉS				CONTENUS
LA NEIGE	Blanc scintillant Coton Meringue Altitude Camp de base	Abondance Feutré Flocons Humilité Globules	Rider Peuf Tailler sa trace Adrénaline Bout du monde	Lumière Jeux/Aventure Effervescence Surpasser Excitation Euphorie	Villages-stations Domaine alpin 3 ^e domaine nordique de France Cartable à la neige Cascade de glace Chiens de traîneaux Ski de rando - Freeride Événements
L'ITINÉRANCE	Aventure Randonnée trappeur Grandir	Vagabonder Suivre ses pas Rencontre	Ressentir l'essentiel S'écouter Contempler Admirer	Ralentir Pause Exploration Explorer	Tour du Queyras (à pied, à vélo, à cheval) Tour du Viso/Tour du Guillevin La route des Grandes Alpes Cols mythiques Sherpa Refuges Ski de rando
LE VÉLO	Transpi Savoir faire ses lacets	Repousser les limites Tutoyer le mythe Le souffle du Tour	Méléze	(cette rubrique sera amendée par les membres du Cluster Vélo)	Les Grands Cols (Izoard & Agnel) Tour de France VTT - VAE - Fat bike Enduro Bike park Tour du Queyras & du Guillevin Les 7 Majeurs
L'EAU	Banzaï Or bleu Vie Soif de...	Bienfaisant L'eau-vive Bouillonnant	Rythme rapide - Lent Vivifiant Rafraîchissant	Se baigner Se dorer Jeux L'adrénaline bleue Tremper les orteils	Guil - Durance Stade eaux-vives de St-Clément Plan d'eau d'Eygliers Lacs d'altitude Aqua Réotier Plan de Phazy Fontaines Pêche
LE CIEL	Bleu du Queyras Bleu de Réotier Connaissance	Toucher les étoiles L'espace au bout des doigts	Explorer l'illimité Liberté Voler Passeur d'étoiles	Ciel étoilé Ciel pur Coq qui picore les étoiles Respirer	Parapente - Planeur Astronomie Aérodrome de St-Crépin Observatoire de Château Renard Maison du Soleil Cadran solaire Oiseaux



SOMMAIRE

1. LES FONDAMENTAUX

Composition du logo.....	18
Zone de protection	19
Couleurs du logo	20
Adaptations aux fonds colorés	21
Applications interdites	22
Typographies	23
Illustrations graphiques	24
Univers coloriel	25
Cartographie.....	26

2. LES APPLICATIONS

Papeterie	30
Brochures	31

LES FONDAMENTAUX

Plus une marque de destination s'exprime dans un langage distinct, plus il est facile de la reconnaître, à l'intérieur du territoire comme à l'extérieur.

Les fondamentaux déterminent les contours de la marque. Ils lui apportent cohésion et personnalité. Grâce à eux, au premier coup d'œil, la marque est identifiée, reconnue et appréciée.

L'image de notre marque territoire, basée sur les fondamentaux, est l'une de nos richesses essentielles.

A nous donc de la construire, de la développer et de la respecter !





LES FONDAMENTAUX

COMPOSITION DU LOGO

le QUEYRAS
GUILLESTRE - MONT VISO

le QUEYRAS
GUILLESTRE - MONT VISO

30 mm

Taille minimum
d'utilisation du logo

LES FONDAMENTAUX

ZONE DE PROTECTION

Une zone de protection existe autour du logotype.

Elle est essentielle à l'intégrité du logo, et lui permet de garder toute sa lisibilité.

Aucun éléments (typo, autre logo etc) ne doit pénétrer cette zone.

La zone de protection du logotype principal est un rectangle. Le logo se situe au centre de cette zone, qui correspond : en haut et en bas à la largeur de la lettre 'a' du nom Queyras.



AUCUN ELEMENT GRAPHIQUE NE DOIT APPARAÎTRE DANS CETTE ZONE.

Logo



Bloc Le Magazine



Cartouche - centré en haut du document





LES FONDAMENTAUX

COULEUR DU LOGO

le QUEYRAS

GUILLESTRE - MONT VISO



C 65
M 60
J 60
N 75

R 45
V 41
B 38

PANTONE
BLACK C

#2D2926

LES FONDAMENTAUX

ADAPTATIONS AUX FONDS COLORÉS

Le logotype s'adapte parfaitement sur fond blanc et fond clair. Pour les fonds colorés et foncés, il sera en blanc.

Pour les fonds photographiques, une ombre portée devra être appliquée pour une meilleure lisibilité (Voir réglage ci-dessous) ou il sera utilisé dans un cartouche.

Mode de fusion : Produit

Opacité : 100%

Angle : 90°

Distance : 19 px

Grossi : 17%

Taille : 65 px

Fond blanc et fond clair



Fond coloré



Fond foncé



Fond photographique





LES FONDAMENTAUX

APPLICATIONS
INTERDITES

Par souci de cohérence, le logo de la marque territoire le Queyras est soumis à des règles strictes qui devront s'appliquer sur tous les supports de communication.

Le logotype doit être reproduit sans modification, à partir des fichiers fournis par le service communication de l'office de tourisme du Guillemestre et du Queyras.

le QUEYRAS
GUILLESTRE - MONT VISO

Aucun changement de couleur n'est autorisé en dehors des versions fournies.

le QUEYRAS
GUILLESTRE - MONT VISO

Les proportions entre les différents éléments ne doivent pas être modifiées.

le QUEYRAS
GUILLESTRE - MONT VISO

Les typographies utilisées ne sont pas modifiables.

le QUEYRAS
GUILLESTRE - MONT VISO

Toute déformation est interdite.

LES FONDAMENTAUX

TYPOGRAPHIES

Les typographies principales pour les supports de communication sont la Queyras et la Frutiger. L'utilisation de ces univers typographiques est essentielle pour garantir la cohérence graphique de la marque.

La typographie pour vos supports bureautiques (modèles PowerPoint et Word) est une police système installée par défaut sur votre poste informatique.

TITRAGE / NOM DU DOCUMENT

Queyras

Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnop
 qrstuvwxyz

0123456789

Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 qrstuvwxyz
 abcdefghijklmnop
 qrstuvwxyz

0123456789

La typographie Queyras compte 2 variantes.

CITATION COMMENTAIRE

BREAKFAST LT STD

REGULAR

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 qrstuvwxyz

0123456789

MOT ET PHRASE D'ACCROCHE

Honey Script

Semi-bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

TITRAGE & TEXTE COURANT

TITRE 1

Frutiger LT Std 87 ExtraBlack Cn

Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

TITRE 2

Frutiger LT Std 55 Roman

Semi-bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

RAPPEL DE TEXTE

Frutiger LT Std 47 Cn

Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ Interligne : 1 pt
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

CORPS DE TEXTE

Frutiger LT Std 45 light

Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ Interligne : 1,15 pt
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789



LES FONDAMENTAUX

ILLUSTRATIONS
GRAPHIQUES

Pour renforcer l'identité visuelle de la marque territoire le Queyras, des illustrations graphiques peuvent venir se décliner sur les différents supports.

Ils deviennent alors les repères visuels de la marque et permettent d'animer la mise en page.



LES FONDAMENTAUX

L'UNIVERS
COLORIEL

La gamme colorielle de la marque territoire le Queyras se compose d'une palette de 20 couleurs.

Ces couleurs peuvent s'appliquer sur tous les supports de communication : édition bureautique et web.

Elles s'utilisent aussi bien par petites touches, que sous forme d'aplats en fond de documents ou pour les typographies.

HIVER



C 6 M 0 J 2 N 0	C 54 M 0 J 28 N 0	C 52 M 19 J 40 N 3	C 67 M 54 J 58 N 40	C 97 M 21 J 12 N 1
R 245 V 248 B 249	R 153 V 199 B 195	R 145 V 169 B 155	R 73 V 75 B 72	R 59 V 140 B 191
PANTONE 649 C	PANTONE 563 C	PANTONE 5565 C	PANTONE 446 C	PANTONE 7461 C
#f5f8f9	#99c7c3	#91a99b	#494b48	#3b8cbf

ÉTÉ



C 97 M 21 J 12 N 1	C 77 M 0 J 38 N 0	C 4 M 51 J 93 N 0	C 0 M 17 J 97 N 0	C 51 M 19 J 100 N 4
R 59 V 140 B 191	R 103 V 178 B 175	R 211 V 150 B 51	R 237 V 215 B 36	R 138 V 165 B 55
PANTONE 7461 C	PANTONE 326 C	PANTONE 144 C	PANTONE 116 C	PANTONE 377 C
#3b8cbf	#67b2af	#d39633	#edd724	#8aa537

AUTOMNE



C 0 M 85 J 91 N 0	C 21 M 100 J 79 N 15	C 0 M 46 J 99 N 0	C 26 M 0 J 100 N 0	C 65 M 27 J 100 N 10
R 198 V 74 B 49	R 142 V 18 B 53	R 220 V 162 B 35	R 198 V 219 B 49	R 104 V 137 B 55
PANTONE 173 C	PANTONE 187 C	PANTONE 137 C	PANTONE 382 C	PANTONE 370 C
#c64a31	#8e1235	#dca223	#c6db31	#688937

PRINTEMPS



C 23 M 100 J 57 N 18	C 8 M 74 J 0 N 0	C 0 M 56 J 9 N 0	C 49 M 0 J 100 N 0	C 0 M 4 J 98 N 0
R 137 V 2 B 66	R 196 V 99 B 152	R 220 V 144 B 166	R 151 V 197 B 58	R 245 V 237 B 28
PANTONE 208 C	PANTONE 224 C	PANTONE 197 C	PANTONE 376 C	PANTONE 3955 C
#890242	#c46398	#dc90a6	#97c53a	#f5ed1c



LES FONDAMENTAUX

CARTOGRAPHIE



LES FONDAMENTAUX

CARTOGRAPHIE





LES APPLICATIONS

Pour accompagner notre stratégie de développement et assurer une bonne visibilité de la marque, l'identité sera déployée sur tous nos supports de communication.

Conserver une cohérence dans les réalisations graphiques touchant à la marque territoire de l'office de Tourisme du Guillemestre et du Queyras contribue à :

- Amplifier la reconnaissance, la lisibilité et la promotion de notre marque auprès de nos cibles actuelles et potentielles
- Installer durablement notre marque
- Favoriser un véritable «effet identitaire» porteur de nos valeurs tant en interne qu'en externe.

A nous de donner corps, de développer et de respecter l'identité graphique de notre marque.



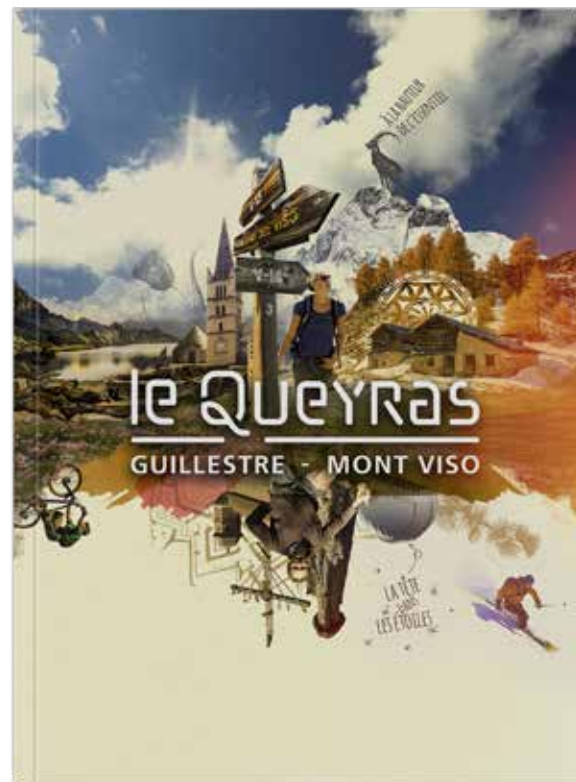
LES APPLICATIONS

PAPETERIE



LES APPLICATIONS

BROCHURES



Couverture brochure



Couverture magazine



LES APPLICATIONS

BROCHURES



Couverture agenda



Couverture guide pratique

LES APPLICATIONS

BROCHURES



Couverture experiences



Couverture consom'acteurs



le QUEYRAS

GUILLESTRE - MONT VISO

Merci de contacter
Sylvie Barrachin
Chargée de communication - Editions
s.barrachin@guillestroisqueyras.com
04 92 46 78 33