



L'identité visuelle de la destination Réunion évolue !

L'Île de la Réunion Tourisme a le plaisir de dévoiler la nouvelle identité visuelle de notre destination : un bloc marque revisité et modernisé, capitalisant sur les signes distinctifs de la signature « L'Île Intense » relancée en septembre 2016.

L'Île de la Réunion Tourisme offre un lifting à la destination ! Après plus d'une année de cohabitation entre l'ancienne identité visuelle de la destination et les pictogrammes de la signature « L'île intense » (voir encadré), le bras armé touristique de la Région Réunion a choisi ce début d'année 2018 pour donner un nouveau souffle à sa communication. Un nouveau logo qui s'inscrit dans une démarche de modernisation et de structuration de l'image de la destination, en conservant les éléments visuels qui avaient suscité le fort engouement autour du retour de la signature « L'île Intense ». De par ses missions, l'IRT est amenée à communiquer au travers de deux postures, la première en tant que destination, vers les marchés extérieurs, la seconde en tant qu'institution, auprès de ses partenaires et des réunionnais.



Ce sont donc deux logos inédits qui seront utilisés par l'IRT dès ce lundi 8 janvier :

Nouveau logo pour la destination Réunion



Nouveau logo institutionnel pour l'IRT



L'objectif de cette actualisation est avant tout de renforcer la notion de marque territoriale et internationale, impulsée depuis la prise de fonction de la dernière mandature, dans un contexte concurrentiel fort. L'enjeu de cette mise à jour est aussi de gagner en lisibilité sur l'ensemble des marchés travaillés par l'IRT, d'améliorer la visibilité des avantages concurrentiels de l'île et de revenir au standard international en désignant la destination, non plus comme *l'île de la Réunion* mais comme *La Réunion*. Cette appellation est plus simple, plus adaptable et utilisable sur l'ensemble des marchés émetteurs de touristes.



La nouvelle identité visuelle de l'IRT a été pensée et réalisée par une agence réunionnaise, en réponse à une consultation publique présentant les attentes et les souhaits de l'institution pour ce nouveau bloc marque. En résulte un logo mémorisable et épuré, conjugué à un agencement des pictogrammes plus net et polyvalent. Ce nouveau bloc marque se veut plus mobile, répondant aux exigences des différents supports de communications mobilisés par l'institution, qu'ils soient physiques ou digitaux. Plusieurs déclinaisons sont en cours de réalisation et seront dévoilées au fur-et-à mesure que les supports sortiront.

Le grand retour de La Réunion en TV !

Pour marquer le coup et donner de la puissance à ce relifting, l'IRT a également produit un nouveau film promotionnel, mettant à l'honneur l'hiver austral, qui sera diffusé à partir de ce lundi 8 janvier sur les chaînes de télévision métropolitaines (France 2, France 3, Canal+, BFM TV, LCI, Trek HD, Arte, pour ne citer que les principales) et à partir du 15 janvier sur les principales chaînes en Allemagne.

Pour la première fois depuis 10 ans, et pendant 3 semaines, La Réunion sera donc mise à l'honneur, toujours dans l'optique de faire connaître les spécificités de notre territoire et accentuer la dessaisonalisation.

Une campagne de publicité qui ne sera pas seule à soutenir la croissance touristique enregistrée sur l'année 2017, puisque qu'elle sera accompagnée d'un challenge des ventes dont l'objectif sera de dynamiser les arrivées en basse saison et ainsi contribuer à lisser les arrivées touristiques selon les périodes.

Une bien belle façon pour le président de l'association, Stéphane Fouassin, pour les membres du conseil d'administration et du bureau, ainsi que pour toutes les équipes de l'IRT, de souhaiter une belle année 2018 aux professionnels du tourisme, aux réunionnaises et aux réunionnais !

Contact Presse : Denis FERAUD - 06 92 29 56 01 - d.feraud@reunion.fr

Retrouvez toute l'actualité de l'île de La Réunion sur pro.reunion.fr

Devenez fan sur Facebook.com/ReunionTourisme et découvrez l'Île Intense sur www.reunion.fr