



LUNCH VIRTUEL AVEC L'ATR

PRÉSENTATION DE LA NOUVELLE IMAGE DE MARQUE

26 avril 2023

*Par Anne Bourgeois
Conseillère en promotion numérique
Tourisme Îles de la Madeleine*

AU MENU AUJOURD'HUI...

Démarche

Grande idée

Éléments visuels

*Utilisation et
partenariat*





POURQUOI CHANGER ?

La nouvelle image dévoilée s'inscrit dans la continuité de la stratégie en tourisme durable.

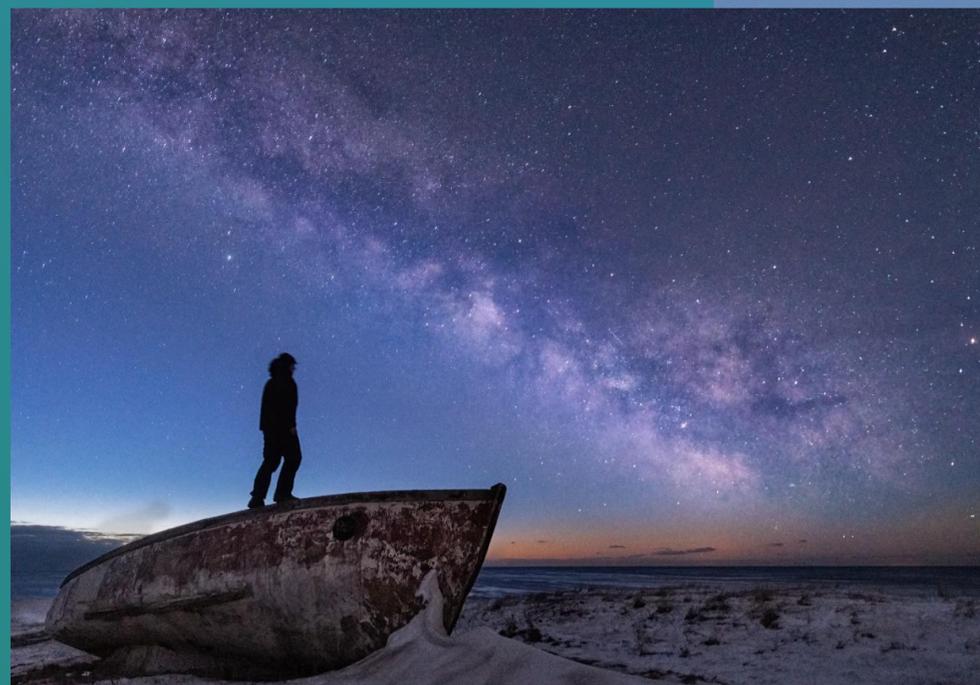
Elle se veut plus cohérente et plus représentative de la destination et de son historique de développement.

Moins estivale et plus sereine, elle s'éloigne de l'ancien visuel et des couleurs vibrantes qui s'y rattachaient.

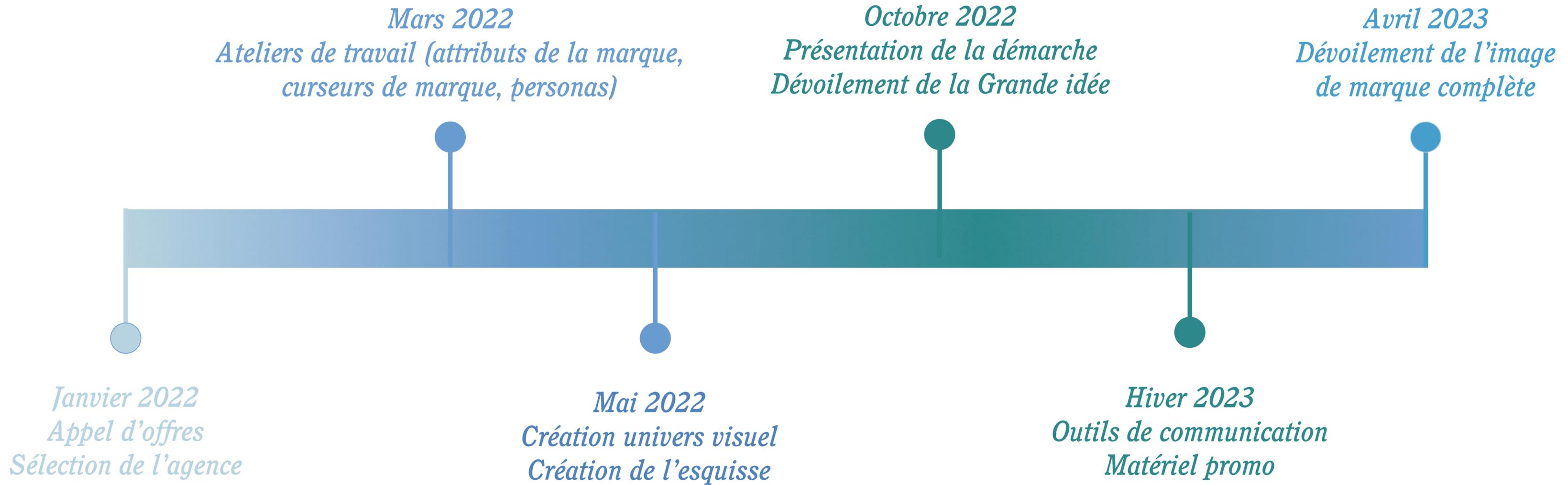
1 — DÉMARCHE

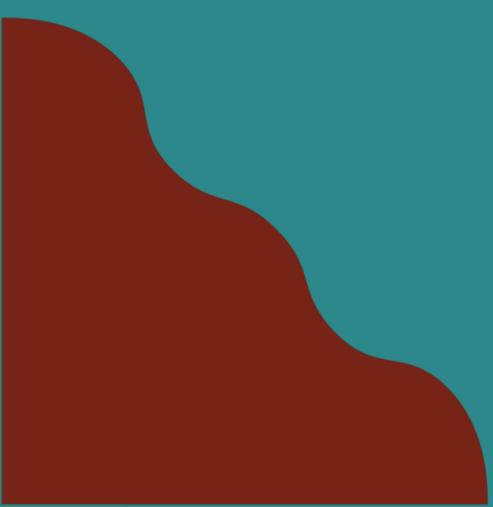
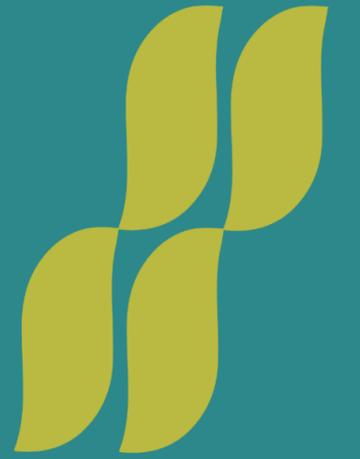
LES ÉTAPES QUI MÈNENT AU DÉVOILEMENT

Se dévoiler pour mieux se comprendre et se projeter



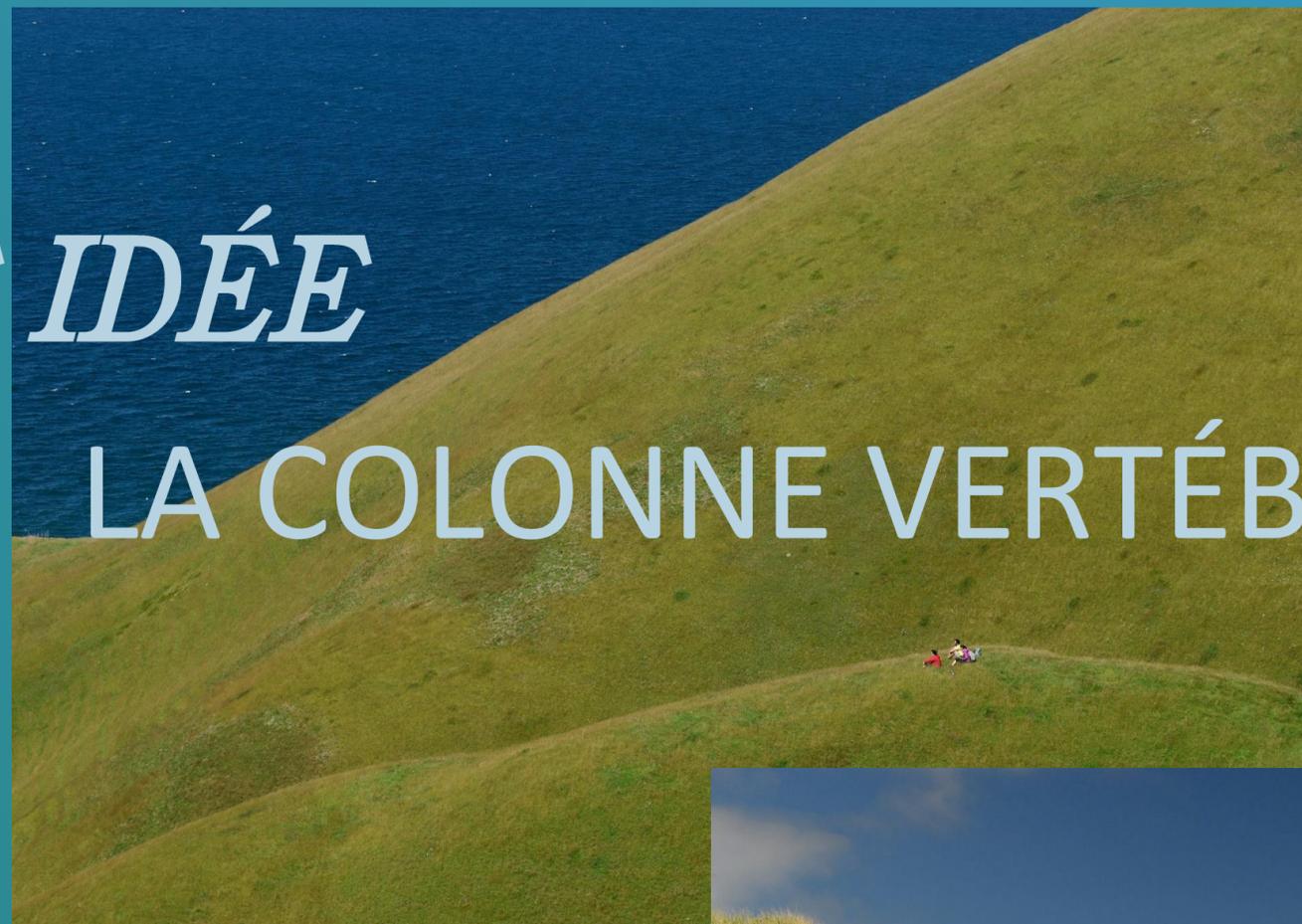
ÉCHÉANCIER





1 — LA GRANDE IDÉE

LA COLONNE VERTÉBRALE



*La Grande idée résume,
représente et oriente la marque
touristique dans son ensemble.*



Nous, les Îles, nous sommes cette destination mythique en plein cœur du golfe du Saint-Laurent, ce rêve éveillé que tout le monde espère vivre un jour.

On dit de nous que nous sommes belles et impressionnantes par notre force de caractère, notre nature inégalable et nos résidents à la personnalité unique.

Tous ceux qui nous connaissent ou qui ont eu le privilège de nous côtoyer savent que nous ne ressemblons en rien à ce qu'on peut trouver ailleurs au Québec.

Nous, les Îles, nous sommes cette destination réservée aux plus audacieux. Venir chez nous, ça se planifie et ça se mérite.



Car, nous ne sommes pas simplement un lieu de passage, mais une destination en soi.

Nous, les Îles, nous sommes ce lieu qui ne se décrit pas, mais qui se vit. Venir chez nous, c'est faire appel à vos cinq sens. C'est voir, toucher, sentir, goûter et entendre.

Nous, les Îles, nous sommes une région proactive et innovante où le respect de la nature fait partie intégrante de notre quotidien. Tout ce que nous entreprenons est planifié dans un souci de durabilité de notre destination. Ceux qui nous rendent visite doivent en être conscients, car ils doivent, eux aussi, prendre soin de nous.



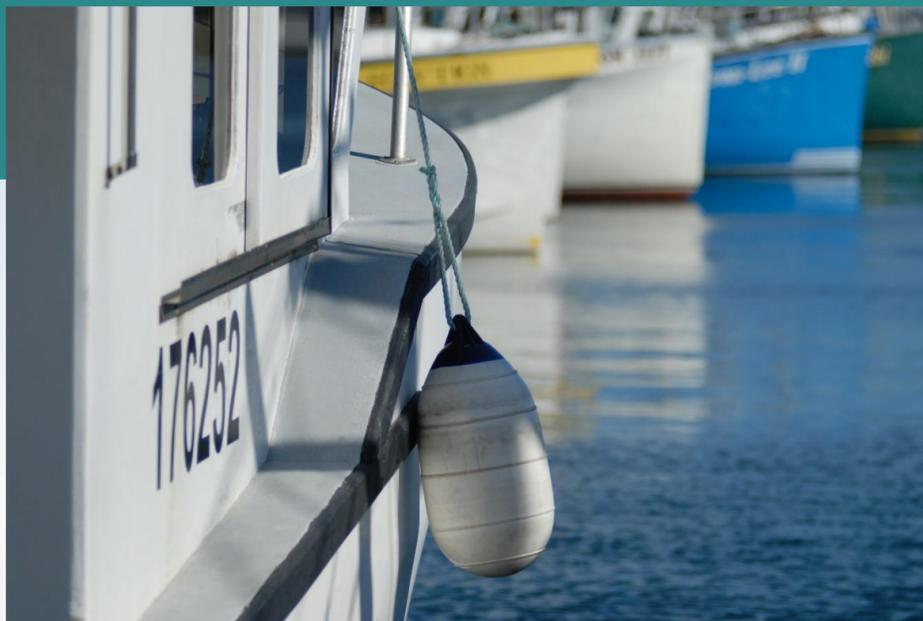
*Nous visiter, c'est s'offrir l'aventure,
le dépaysement, le ressourcement,
la liberté.*

*Nous, les Îles, nous sommes uniques.
Nous sommes indépendantes. Nous
possédons notre propre écosystème.*

*Notre position géographique nous permet
de vivre à notre propre rythme selon les
saisons ainsi que selon la nature et la mer
qui nous entourent. C'est un art de vivre
qui nous est très identitaire.*

*Et nous sommes prêts à le partager avec
vous.*

*En toute simplicité.
Dans la plus grande authenticité.*



*Parce que nous, les Îles,
nous ne faisons pas semblant.*

*Nous demeurons, en tout temps,
fidèles à nos racines,*

à nos histoires,

à notre culture,

à notre territoire.

Nous assumons qui nous sommes.

Sans retenue.

*Et nous faisons la promesse, à tous nos
visiteurs, de leur faire vivre, pleinement,
notre insularité madelinienne.*



*Faire vivre,
pleinement, l'insularité
madelinienne*



faire vivre

C'est offrir, aux visiteurs et à nous-mêmes, l'occasion de partager et d'échanger.

Venir aux Îles, c'est une expérience en soi. C'est une destination qui ne se décrit pas, mais qui se vit. Sans retenue.

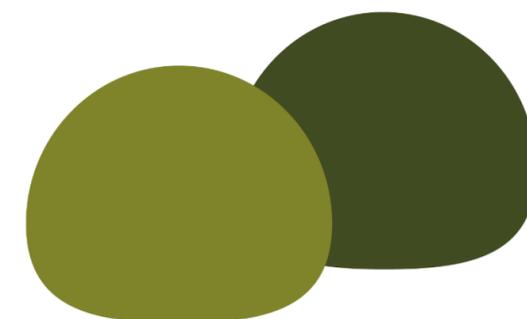
On se fait un devoir de rendre ça possible pour nos visiteurs, et on y prend plaisir.



pleinement

Ça veut dire que l'expérience qu'on fera vivre à nos visiteurs, et qu'on vivra nous aussi au travers d'eux, se fera à fond, sans réserve.

Nos visiteurs auront droit à une expérience 360° dans un cadre unique. Ils devront s'imprégner des Îles, ne faire qu'un avec nous et notre nature.





l'insularité madelinienne

C'est la définition même de qui nous sommes. C'est notre écosystème que l'on s'est créé au fil des saisons et des échanges avec notre environnement.

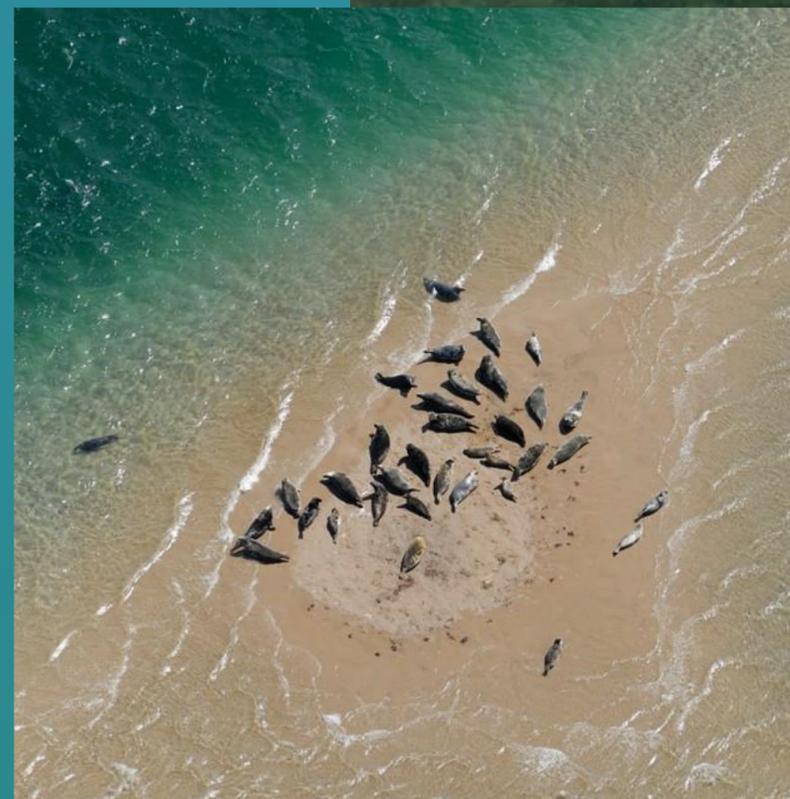
Notre déconnexion et notre indépendance du reste du Québec nous ont permis de développer un mode de vie insulaire sans égal.

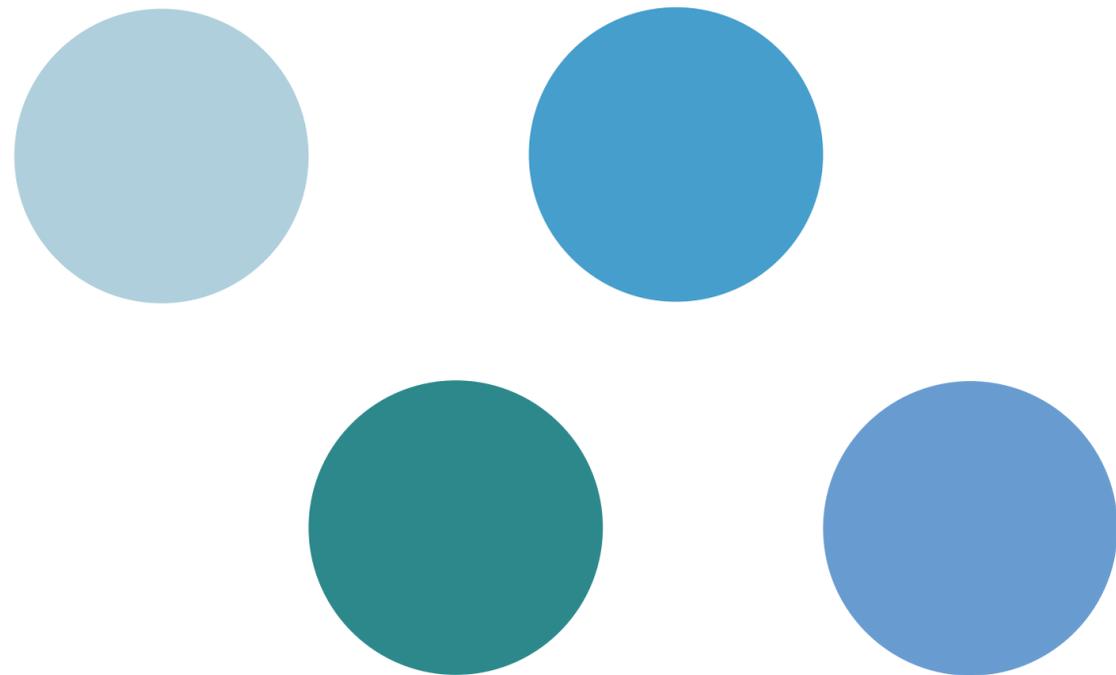
C'est ce mode de vie que nous allons faire vivre à nos visiteurs.

2 — *LES ÉLÉMENTS GRAPHIQUES*

LOGO, COULEURS, TYPOGRAPHIE,
FORMES GRAPHIQUES

*Comment la marque s'exprime
visuellement*





Couleur identitaire

Un bleu qui évolue au gré des saisons, comme la mer qui nous entoure.

Chaque bleu est un mélange de la saison précédente avec la saison en cours pour démontrer l'évolution.



Couleurs complémentaires

La palette de couleurs complémentaires s'inspire de la nature présente aux Îles : les falaises, le sable, l'eau et la végétation.

Chaque couleur se décline en trois teintes.



Typographie

Inspiré des courbes naturelles des îles, des dunes et des falaises.

Accent identitaire

LOGO

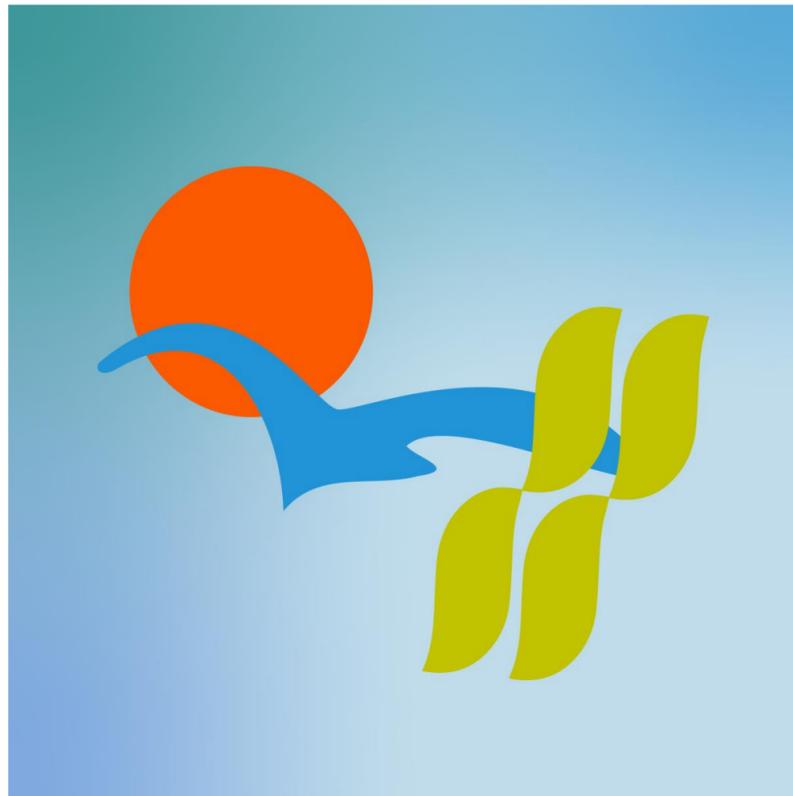
Bien que le logo soit la plus simple expression d'une identité de marque, il prend tout son sens une fois appliqué au sein de tout l'univers graphique. Il ne faut donc pas lui faire porter l'ensemble des objectifs de la marque.





Logo

Sa forme d'ellipse rappelle le développement durable, la géographie de l'archipel mais permet également de mettre l'humain au cœur pour rappeler l'harmonie qui doit régner entre les résidents et l'industrie touristique.

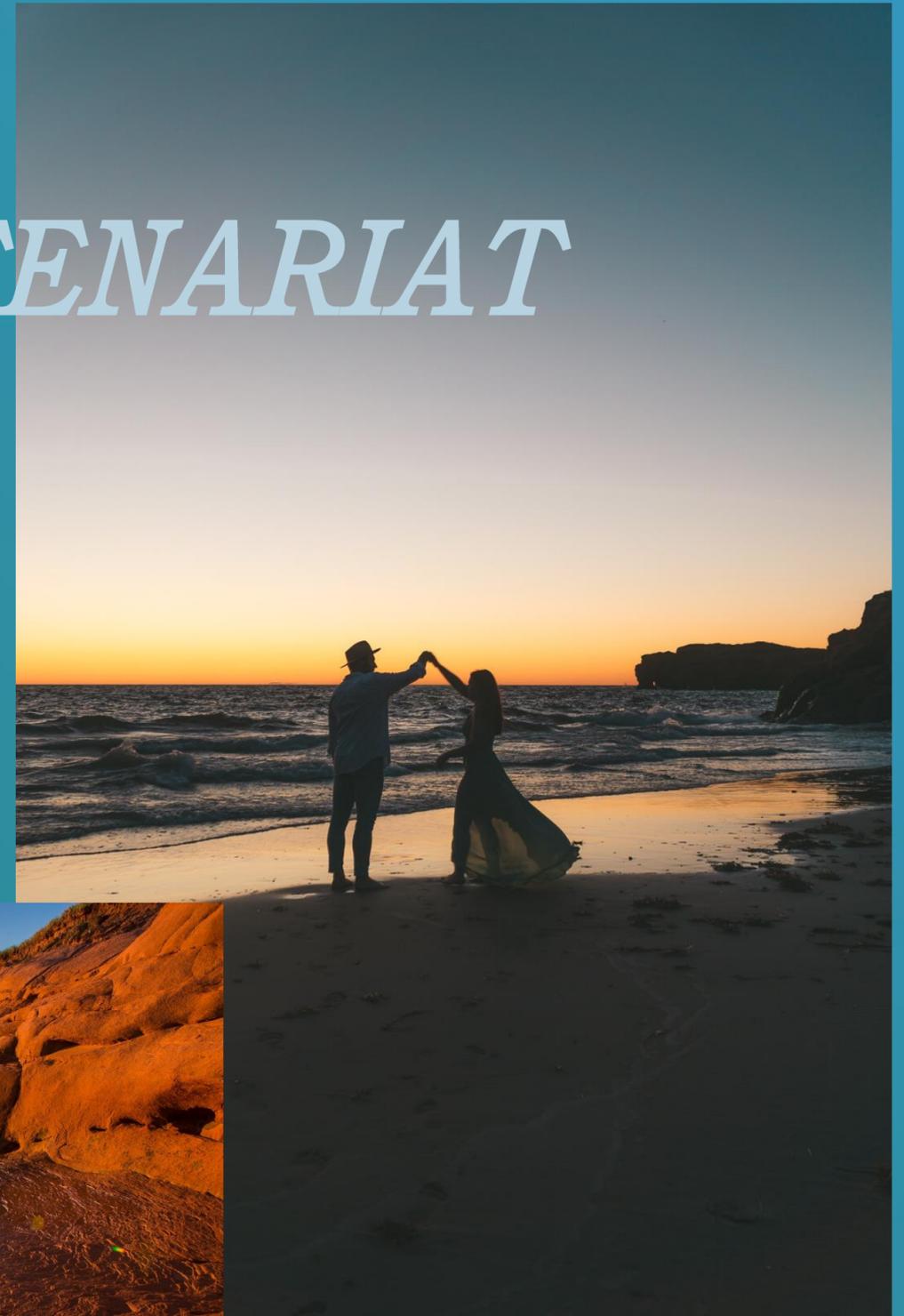
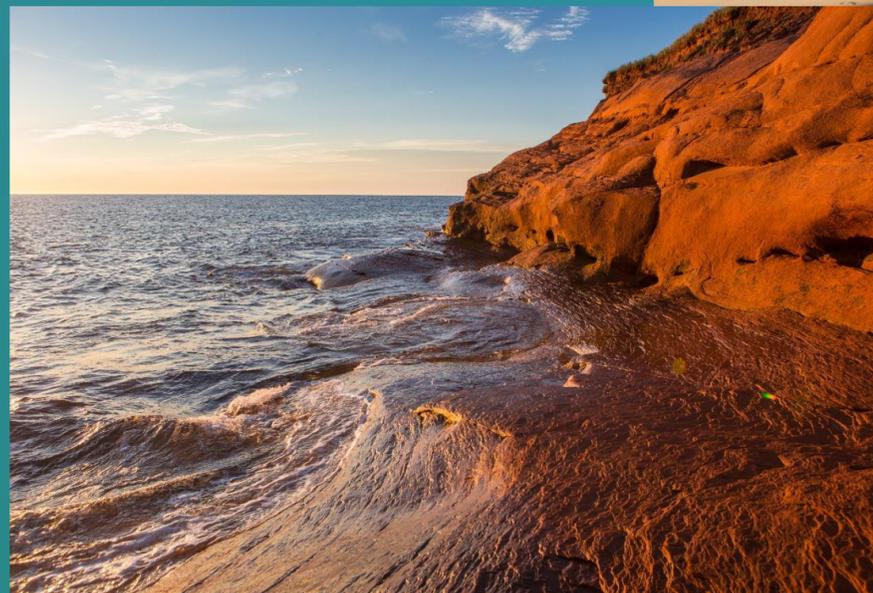


Formes graphiques

Inspirées du tracé de l'ancien logo, elles ont été créées pour illustrer les éléments distinctifs des Îles (plages, vent, érosion, etc.) mais aussi des qualificatifs évocateurs de notre insularité (destination sensible au climat et sculptée par le climat, liberté, fragilité du milieu, etc.).

3 — UTILISATION ET PARTENARIAT

Cohabitation de la marque



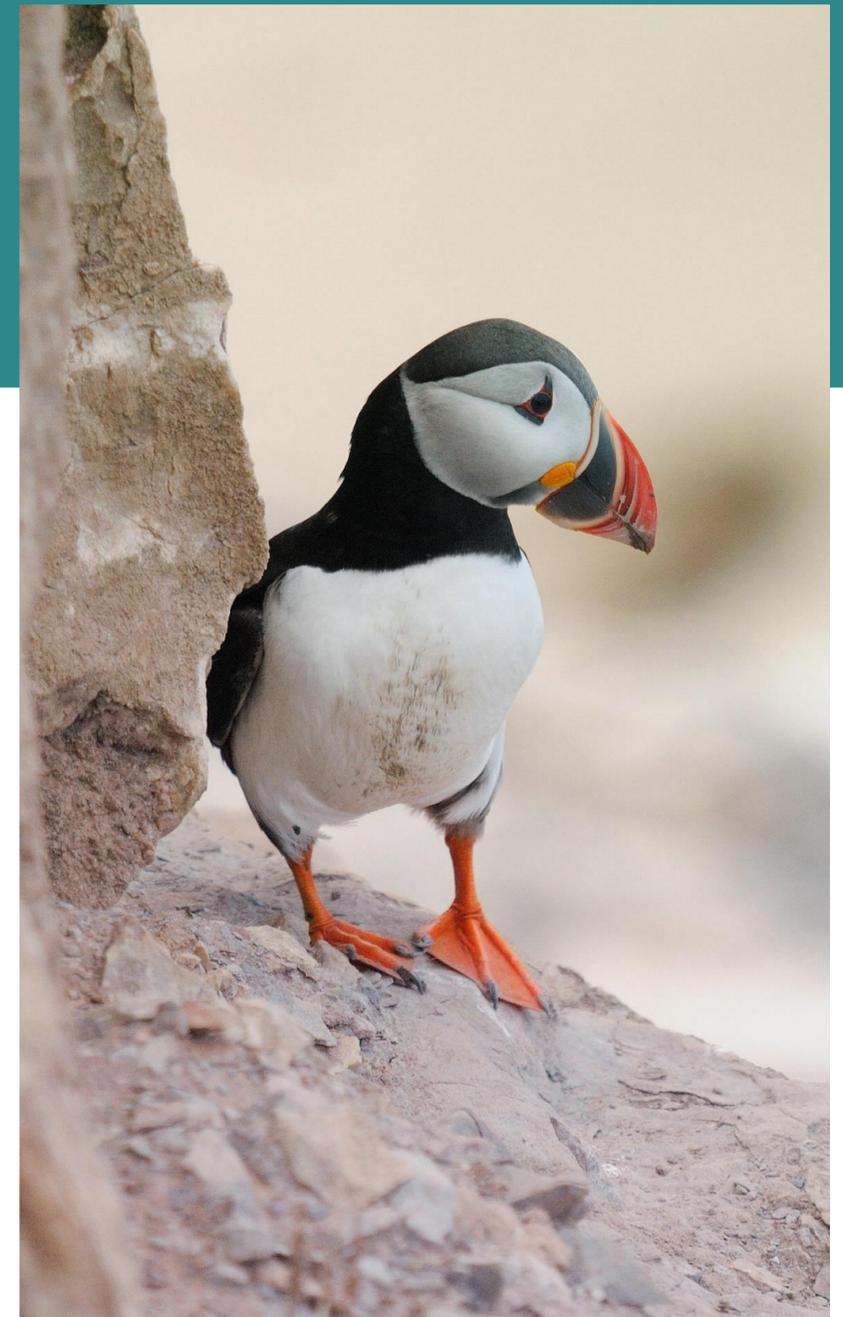
UTILISATION DU LOGO

Utilisation du logo

[Un guide de normes graphiques](#) a été produit pour démontrer les bonnes pratiques et les différentes possibilités quant à l'utilisation du logo en partenariat avec vos entreprises.

Exemples d'utilisation acceptés : Site Web (lien vers site ATR), pour accompagner les coordonnées « Pour en savoir plus sur la destination », actions réalisées avec les crédits marketing.

Toute apposition doit être approuvée au préalable par la conseillère en promotion numérique.



Pour en savoir plus...

1

Pour plus d'information sur la marque :

marque.tourismeilesdelamadeleine.com

2

Guide des normes graphiques :

marque.tourismeilesdelamadeleine.com

3

Logo à télécharger (à venir)

Questions et commentaires :

Anne Bourgeois

Conseillère en promotion numérique

Tourisme Îles de la Madeleine

418 986-2245 poste 226

marketing@tourismeilesdelamadeleine.com



TOURISME ÎLES DE LA
Madeleine