

LE LIVRE DE MARQUE



La Réunion

À la rencontre des mondes

Tout l'univers de la marque La Réunion à l'intention des partenaires économiques, touristiques, associatifs et institutionnels.

I. INTRODUCTION

- 03. Une marque, pour quoi faire ?
- 06. Une marque, pour qui ?
- 07. Une marque, pour quels usages ?

II. LA PLATEFORME DE MARQUE

- 10. Le fil rouge
- 11. Les piliers
- 12. Notre vision
- 15. Notre promesse
- 16. Notre ambition
- 17. Nos valeurs
- 18. Le récit

III. L'IDENTITÉ DE MARQUE

- 21. Le logo
- 22. Les inspirations créatives
- 24. Le logo et sa baseline en français et en anglais
- 26. La tonalité
- 27. L'univers visuel et photographique
- 28. L'univers colorimétrique

IV. LA CHARTE GRAPHIQUE

- 30. La construction du logo
- 32. La palette de couleurs
- 33. Les typographies
- 34. Papeterie
- 35. Digital
- 37. Affichage
- 40. Goodies
- 41. Stand

V. DEVENIR PARTENAIRE DE LA MARQUE

- 44. L'écosystème de la marque
- 46. Comment devenir partenaire de la marque

I. INTRODUCTION

UNE MARQUE, POUR QUOI FAIRE ?

La Réunion dispose de nombreux atouts qu'il est nécessaire de valoriser aux yeux du reste du monde.

Cet intense petit caillou situé dans l'hémisphère sud, au milieu de l'océan Indien, terre française et européenne entre l'Afrique et l'Asie, regorge de talents, de trésors et d'opportunités qui ne demandent qu'à être révélés.

C'est aussi et surtout une demande forte des acteurs économiques et institutionnels du territoire : créer un outil de rayonnement et d'attractivité commun à l'ensemble des forces vives de La Réunion, qui chaque jour, par leurs activités et leurs missions, sont amenées à promouvoir les intérêts de notre territoire.

Parler d'une seule et même voix, avec des outils communs pour renforcer notre visibilité et multiplier les retombées positives pour La Réunion.

La marque « La Réunion » vise ainsi à faire connaître et à valoriser l'image de notre territoire sur les marchés extérieurs, à travers une identité forte, des outils de promotion et des actions ciblées répondant aux besoins d'internationalisation des acteurs économiques de La Réunion et aux enjeux d'attractivité et de développement du territoire.



La Réunion



La Réunion

**UN OUTIL
DE RAYONNEMENT,
AU SERVICE
DU DÉVELOPPEMENT
LOCAL**

**# PROMOUVOIR NOS VALEURS,
FAIRE CONNAÎTRE CE QUI REND
NOTRE TERRITOIRE UNIQUE**

DISTINGUER NOS EXPERTISES

SOUTENIR NOS FILIÈRES D'EXCELLENCE

**# FAVORISER LE DÉVELOPPEMENT
DE NOS ENTREPRISES PÉI**

**# FAIRE RAYONNER LE TERRITOIRE
SUR LES MARCHÉS EXTÉRIEURS**

**# MIEUX VALORISER EN LOCAL
NOS PÉPITES ET TALENTS**

UN OUTIL DE RAYONNEMENT, AU SERVICE DU DÉVELOPPEMENT LOCAL

CRÉER DE NOUVELLES OPPORTUNITÉS
DE DÉVELOPPEMENT ET D'EMPLOI EN LOCAL

FACILITER LE RETOUR DE NOS TALENTS

ÉLARGIR L'HORIZON DES POSSIBLES
POUR LES JEUNES, ICI À LA RÉUNION



La Réunion

UNE MARQUE, POUR QUI ?



La Réunion

La marque vise à proposer une identité et des actions transversales qui évoquent le territoire dans sa globalité, au-delà d'une approche sectorielle.

Elle s'adresse donc à toutes celles et ceux qui souhaitent MÈT LA RÉUNION EN LÈR : économie, innovation, nouvelles technologies, industries culturelles et créatives, culture, sport, éducation, formation professionnelle, recherche médicale, agriculture, sciences humaines et sociales, ...

La marque est un outil qui s'adresse plus particulièrement aux acteurs engagés dans une démarche d'export et d'internationalisation des produits, savoir-faire, entreprises et talents de La Réunion.

**ALON MÈT
LA RÉUNION
EN LÈR !**

UNE MARQUE, POUR QUELS USAGES ?

Bien plus qu'un logo, la marque est une boîte à outils à destination des acteurs qui souhaitent s'en saisir.

SES USAGES SONT DONC VARIÉS :

- Campagnes de communication
- Opérations marketing
- Événementiels, salons, manifestations culturelles ou sportives, conférences,...
- Sponsoring
- Partenariats
- Packaging / Habillage de produits emblématiques à l'export
- Relations presse
- ...

LES OUTILS DE LA MARQUE MIS À DISPOSITION :

- Outils de communication, kit de promotion de La Réunion
- Accès à des événements
- Relais des opérations
- Mise en réseau
- Participation à des opérations conjointes de promotion et de visibilité
- Formations
-

▶ **Je veux utiliser la marque !**

Rendez-vous au chapitre 5 pour découvrir les modalités d'utilisation de la marque

LEVONS LES DOUTES !

**PARCE QUE C'EST
TOUJOURS BIEN
DE RAPPELER
CE QUE N'EST PAS
LA MARQUE « LA RÉUNION »**

X UN OUTIL DÉDIÉ À L'ATTRACTIVITÉ RÉSIDENTIELLE

Il ne s'agit pas d'attirer de nouveaux habitants comme cela peut être le cas pour d'autres démarches d'attractivité territoriale en France. À chaque territoire ses particularités et donc sa stratégie !

X UN OUTIL HORS SOL QUI NE CORRESPOND PAS AUX PARTICULARITÉS DE NOTRE TERRITOIRE

Il s'agit de créer ici nos propres leviers d'attractivité, conçus sur mesure et en lien étroit avec les acteurs socio-économiques du territoire, en s'appuyant sur notre stratégie territoriale de développement, la *Nouvelle Économie* (SRDEII).

X UN OUTIL POUR INCITER NOS ENTREPRISES À QUITTER LE TERRITOIRE

Au contraire, il s'agit d'accompagner nos acteurs économiques dans leur volonté d'export de leur savoir-faire et de leurs produits depuis La Réunion et de développer leurs activités en local.

X UN OUTIL QUI S'ADRESSE AUX SEULS INVESTIS- SEURS EXTÉRIEURS

La marque doit en premier lieu servir les intérêts de nos investisseurs locaux et leur permettre de développer de nouvelles opportunités depuis et vers La Réunion.

II. LA PLATEFORME DE MARQUE

LA PLATEFORME DE MARQUE

La plateforme de marque c'est le fil rouge de la marque, qui en traduit l'esprit et le sens pour assurer sa bonne application par le plus grand nombre !

Ce fil rouge est le fruit d'une démarche de co-construction engagée dès 2021 avec les acteurs socio-économiques et institutionnels de La Réunion, ainsi qu'une série d'entretiens et une vaste étude documentaire. Cette association du territoire s'est encore élargie en 2023 avec l'organisation de la consultation citoyenne ALON MÈT LA RÉUNION EN LÈR sur toute l'île et en ligne.

LES PILIERS DE LA MARQUE

NATURE UNIQUE

Le lien à notre nature nous ramène toujours à nos racines, elle est une part intégrante de ce qui nous définit et nous distingue.

VIVRE ENSEMBLE

Notre Vivre Ensemble génère un Savoir-Faire Ensemble qui aboutit à un Réussir Ensemble.

Notre position dans l'hémisphère sud, au cœur de l'océan Indien, notre histoire, notre métissage font de nous un

CARREFOUR NATUREL

des influences économiques, politiques et culturelles.

NOTRE VISION

La Réunion est unique et multiple,
cette île est un tout.



Le monde
est au sud.

un point d'ancrage au sud

une île

un monde

une destination

un carrefour

un tout

une aventure humaine

un point de départ



La Réunion



La Réunion est un *meeting point*
naturel.



La Réunion

NOTRE PROMESSE

La Réunion, à la rencontre des mondes.



La Réunion



NOTRE AMBITION

Faire de La Réunion
un carrefour d'opportunités.

NOS VALEURS

PARTAGE

C'est dans notre ADN. Notre histoire a gravé dans nos racines le respect de l'autre et la solidarité. La Réunion est généreuse, elle est plurielle bienveillante et ouverte à l'autre.

CRÉOLITÉ

Nous sommes créoles.

C'est ensemble que nous devons trouver des solutions.

C'est ce qui fait l'âme de notre territoire, le lien entre les cultures, les religions, les peuples. La créolité c'est la fusion, la synthèse vibrante et positive d'influences multiples, de traumatismes, de revanches comme de réussites.

La créolité est une source inépuisable d'inspiration, elle nous rend créatifs et différents. La créolité est aussi et surtout un modèle de vivre-ensemble, une voie qui doit inspirer dans un monde de plus en plus métissé... mais aussi de plus en plus scindé.

HUMILITÉ

Notre nature, sa beauté, sa richesse comme son intensité et sa dangerosité nous rendent humbles. Nous avons conscience de sa fragilité comme de sa rudesse. Ce lien unique qui nous raccroche à notre nature nous rappelle constamment quelle est notre place dans ce fragile équilibre.

PERSÉVÉRANCE

La résilience n'est pas un mot nouveau ici, on lui préférera donc le terme de persévérance. Histoire, phénomènes naturels, éloignement, insularité : La Réunion n'a pas besoin de faire la preuve de sa capacité à rebondir et à trouver des solutions. Cette culture de l'effort est vecteur d'apprentissage, d'innovation et de créativité.

La Réunion est une terre fertile, à bien des égards !

FIERTÉ

Nous sommes fiers de nos racines, de notre histoire, de notre langue, de notre patrimoine et de nos traditions. Réunionnais, Français et Européens : pourquoi se définir avec un seul référentiel quand la diversité est la base de notre identité ?

EXIGENCE

Donner le meilleur de nous-mêmes pour montrer qu'ici aussi on sait faire, et on sait faire bien et même très bien !

Terre française et européenne dans l'océan Indien, à la croisée de l'Afrique et de l'Asie, nous sommes un territoire stable, équipé, formé et accueillant dans un océan d'opportunités. Notre seul cap : l'excellence dans tout ce que nous entreprenons.



La Réunion

LE RÉCIT

Notre diversité est notre singularité.

Elle nous rassemble en tant que collectif, c'est notre racine commune. Elle nous permet de mailler les savoirs et les opportunités. Elle nous fait aborder le monde d'une manière qui nous est propre. Elle nous permet d'être et de faire ensemble. Elle alimente depuis toujours notre résilience, notre exigence, notre capacité d'adaptation, notre ouverture aux autres.

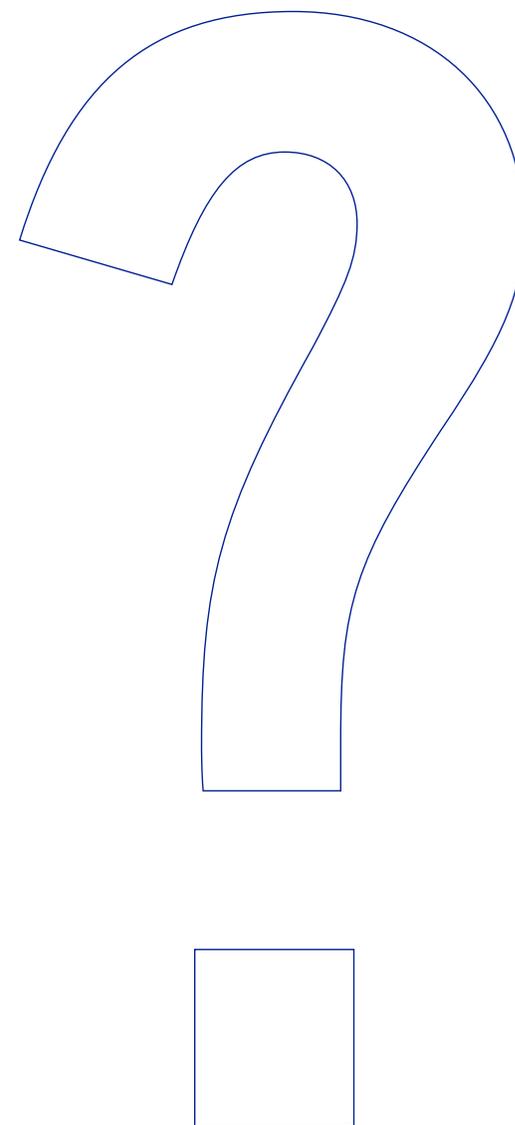
La Réunion est naturellement, historiquement et culturellement une île Monde, un point de rencontre, un point de convergence, une source d'inspiration et de respiration.
Là où tout commence et où tout peut fleurir.

“ Je fleurirai partout
où je serai portée. ”



III. L'IDENTITÉ DE MARQUE

**COMMENT
TRADUIRE
VISUELLEMENT
NOTRE
SINGULARITÉ**





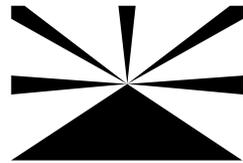
La Réunion

À la rencontre des mondes

RÉFÉRENCES ICONOGRAPHIQUES



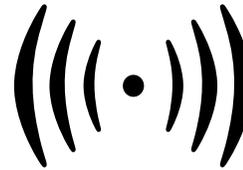
Repère stratégique
dans l'hémisphère sud



Volcan rayonnant



Courant marin,
vagues



Onde, énergie
et vibration

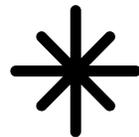
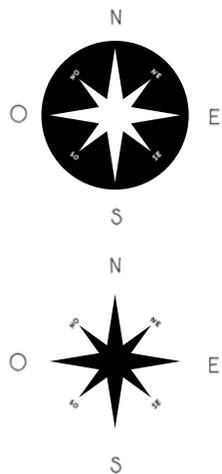


Fierté



Empreinte

SYMBOLIQUE



La Réunion est unique, multiple, cette île est un tout

L'idée de départ est de situer, positionner l'île de La Réunion. C'est un point de repère : nous nous sommes référés à la boussole et plus précisément la rose des vents. C'est aussi un symbole de nombreux passages de navigateurs et d'explorateurs du monde.

La Réunion inspirée et rayonnante

La Réunion est une terre de traditions (religions) et d'histoire, elle est aussi un territoire d'opportunités et d'innovations ; à la fois fascinante et merveilleuse, avec ses paysages naturels et sa biodiversité luxuriante et en même temps tournée vers la modernité et l'avenir : c'est le rayonnement de nos atouts et de nos talents, de notre passé et de notre futur.

La Réunion est un point de départ, un carrefour

D'une part, elle voit naître des talents dans des secteurs émergents et d'autre part, La Réunion devient une nouvelle référence pour les acteurs économiques.

La Réunion est la confluence de différents courants et la convergence de nos différents atouts.

La Réunion est un point d'ancrage et une destination

Le sens donné aux flèches directionnelles est double : il y a à la fois un magnétisme et en même temps une expansion, une ouverture au monde. D'un côté il y a cette image de point d'émission qui propage ses ondes, et de l'autre, ces vagues et courants qui affluent vers l'île.

La Réunion est une île et un monde, une aventure humaine

De tout temps, l'île a été témoin de vies humaines hétéroclites, aux destins croisés, quittant leur terre natale pour une vie différente, voire meilleure.

Ce désir, peut-être ce besoin de se déployer et d'atteindre l'excellence est la résultante d'une fierté certaine, d'un dépassement de soi, d'une résilience.



LE BLOC MARQUE : 3 COMPOSANTES

① **L’empreinte** : Notre empreinte c’est notre nature de carrefour naturel, de *meeting point*.

② **Le mot** “ La Réunion ”

- Le territoire est mis en avant, simplement, directement.
- Le lien est fait d’emblée avec la notion de meeting point, de carrefour, de réunion des mondes.
- Le terme « La Réunion » est aussi appliqué pour les utilisations en anglais. Cela permet de ne pas limiter le territoire à son statut insulaire et de marquer clairement son identité française dans les communications à l’international.
- Le mot « La Réunion » vit toujours avec son empreinte.

③ **La signature** “ À la rencontre des mondes ”

- La signature vient synthétiser l’état d’esprit et le récit portés par la marque.
- Elle est utilisée dans le cadre de campagnes, outils, événements, portés par la marque « La Réunion ».



La Réunion

Meeting the world

**LE BLOC MARQUE
ET SA BASELINE EN ANGLAIS**

Prestance

Finesse et raffinement

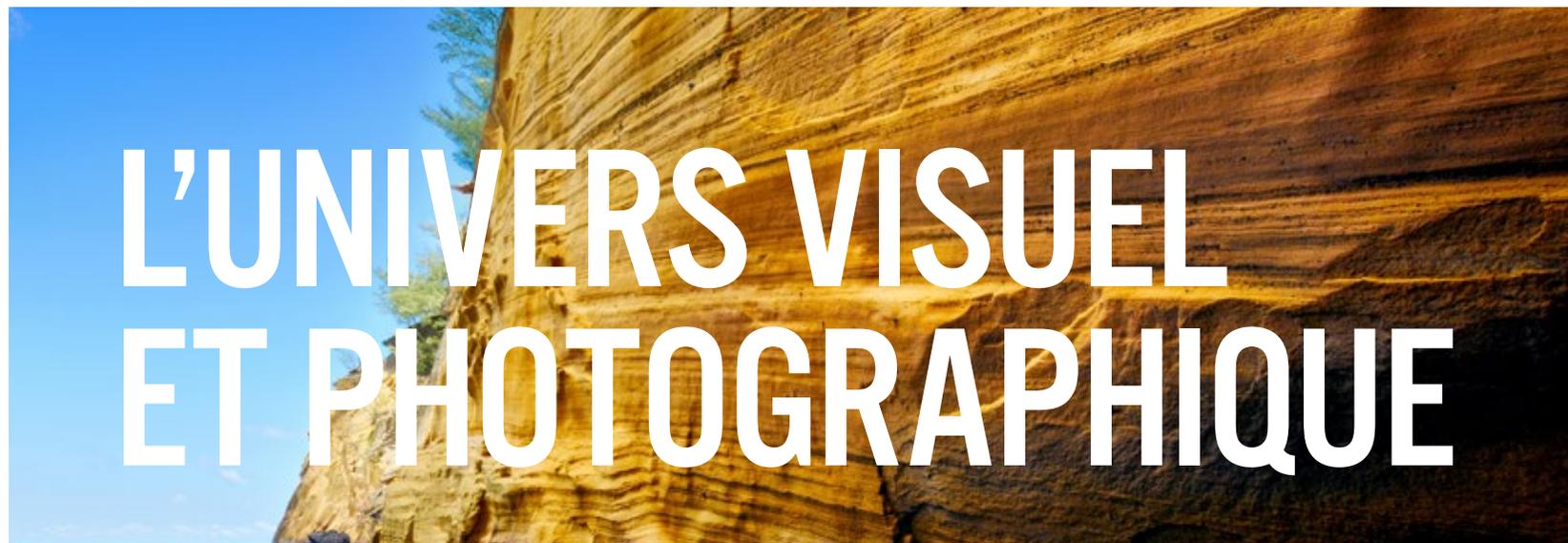
LA TONALITÉ

Authentique

Incarnée

Affirmée





À l'instar de son identité colorée, chaleureuse, authentique et moderne, les visuels de la marque «La Réunion» évoquent de la même manière ces aspects ; tout en valorisant un cadrage photographique bien marqué, les images se veulent épiques, majestueuses et élégantes.

Dans le cadre de création de campagnes, il est possible d'élaborer des photomontages dans la mesure où l'on peut intégrer des éléments rappelant l'ancrage local.

Si l'usage de photos issues de banques d'images est inévitable, il faut favoriser des portraits se rapprochant le plus des ethnies réunionnaises, de populations métissées et spécifiques de l'île.





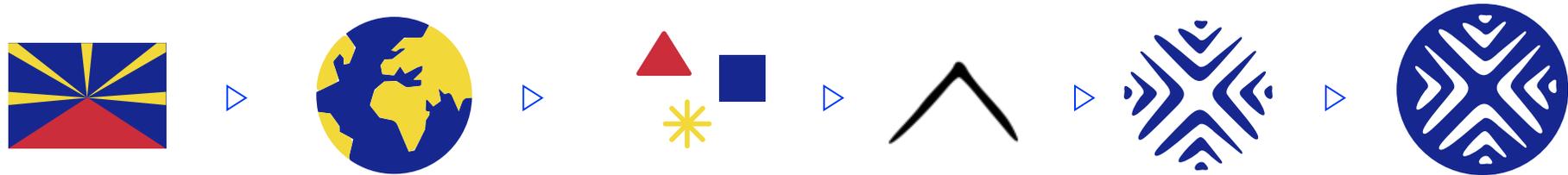
Fiers
DE NOS TALENTS,
FORTS DE NOS
ATOUS

À la rencontre des mondes.



IV. LA CHARTE GRAPHIQUE DE LA MARQUE

CONSTRUCTION



Dans les étapes de création du logo, nous avons joué de manière simultanée avec les formes entre **les vides et les pleins, l'équilibre positif/négatif**.

Le **traitement organique** fait référence aux diverses origines ethniques et au melting-pot culturel.

Cette « patte » authentique est comme **une signature, un design à main levée, une empreinte et offre ainsi une identité propre à La Réunion**.

Le **tracé revêt un aspect pictural** : c'est par le geste de la main et le mouvement du pinceau, dans cette écriture et dans son dessin, que nous empruntons à la calligraphie, avec d'abord une amorce fine, le corps plus épais et la terminaison de nouveau fine.

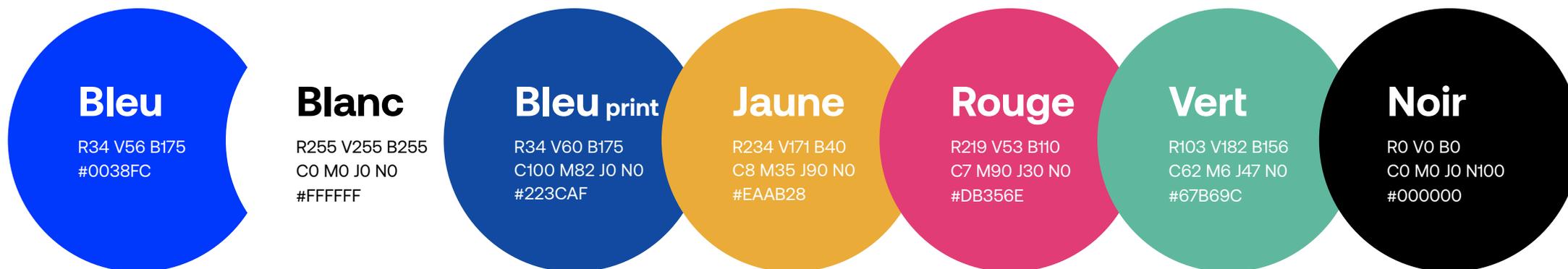
Dès lors que nous créons un signe, cette « marque » n'est pas une illustration, son graphisme est non figuratif.

ANCRAGE TERRITORIAL & MODERNITÉ

La revalorisation de l'île au cœur du logotype réaffirme la place du territoire. Ce logotype, nous l'avons voulu compact et lisible, pour s'imposer dans le brouhaha médiatique et accompagner efficacement la modernité, la visibilité et la promotion de nos services, de nos actions et de nos partenariats à La Réunion.



La Réunion



LA PALETTE DE COULEURS

Les différentes nuances qui composent le logo rappellent dans un premier temps le bel échantillon de paysages de l'île, de cultures et de nombreuses ethnies ; dans un second temps, ces teintes représentent les divers secteurs portés par la marque.

TYPOGRAPHIES

Élément essentiel de la communication visuelle, la typographie contribue grandement à exprimer la modernité de la communication de La Réunion. Deux polices de caractères sont proposées pour tous les supports de communication.

Alternate Gothic No3 D

**PRIMAE DUCI EXPLORATIUS FUNESTI PHALANGIO IUSSUS
FUNESTI NOXIARUM MAXIMINO SPECTANTE.**

Aeonik regular

Primae duci exploratius funesti Phalangio iussus
funesti noxiarum Maximino spectante.

Aeonik bold

**Primae duci exploratius funesti Phalangio
iussus funesti noxiarum Maximino spectante.**

PAPETERIE



DESTINATAIRE

Lorem ipsum dolor sit amet,
consectetur adipiscing

Lorem ipsum dolor sit amet,
consectetur adipiscing

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Cursus euismod quis viverra nibh cras pulvinar mattis nunc sed. Blandit cursus risus at ultrices mi tempus imperdiet. Malesuada bibendum arcu vitae elementum curabitur vitae nunc sed velit. Viverra vitae congue eu consequat ac. In egestas erat imperdiet sed euismod.

Velit aliquet sagittis id consectetur. Nunc lobortis mattis aliquam faucibus purus in massa tempor. Ut eu sem integer vitae justo eget magna fermentum iaculis. Parturient montes nascetur ridiculus mus. Id eu nisl nunc mi. Pharetra convallis posuere morbi leo. Sit amet nisl purus in mollis nunc. Malesuada pellentesque elit eget gravida cum sociis natoque. Pellentesque adipiscing commodo elit at imperdiet dui. Mi ipsum faucibus vitae aliquet nec ullamcorper sit amet risus. Leo in vitae turpis massa sed. Dolor sit amet consectetur adipiscing.

Lorem ipsum dolor sit amet,
consectetur adipiscing elit

Blandit cursus risus at ultrices
mi tempus imperdiet. Malesuada
bibendum arcu vitae

Viverra vitae congue eu
consequat ac



Jean ANDRÉ

Lorem ipsum dolor sit amet

consectetur adipiscing cursus euismod
Viverra vitae congue eu
+ 33 6 47 57 20 33 / + 33 1 47 57 20 33

consectetur adipiscing
Cursus euismod
Viverra vitae congue eu

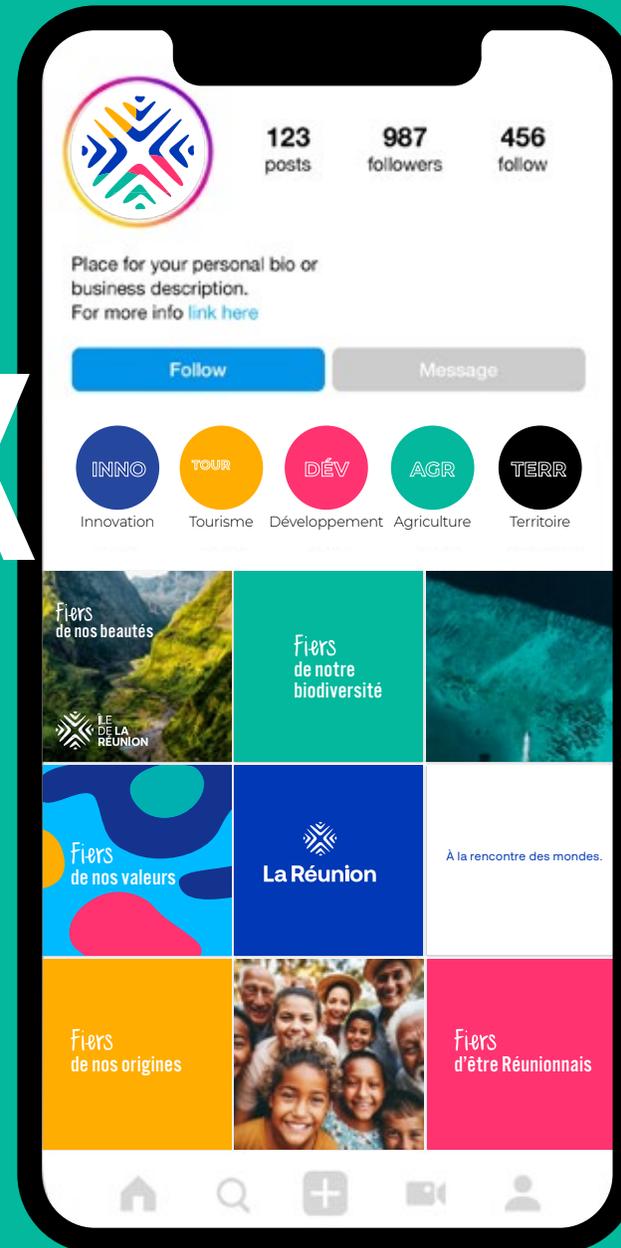


consectetur adipiscing cursus euismod
Viverra vitae congue eu

consectetur adipiscing
Cursus euismod Viverra vitae congue eu

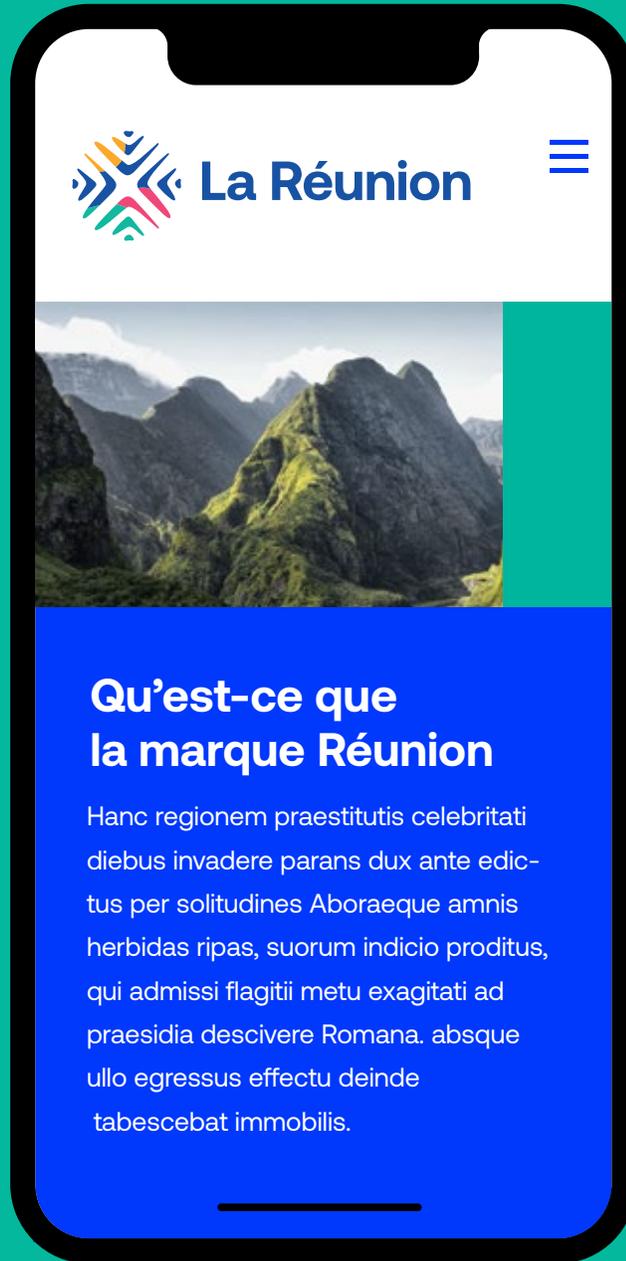


RÉSEAUX



SOCIAUX

SITEWEB MOBILE



SITEWEB DESKTOP





LA RÉUNION,
UN AFFICHAGE
HAUT EN
COULEURS



HOTSPOT
DE LA BIO-
DIVERSITÉ
ET DE
LA RECHERCHE
CONTRE
LE CANCER

Anne-Laure MOREL
fondatrice de la start-up TORSKAL





Fiers
DE NOS TALENTS,
FORTS DE NOS
ATOUPS

 La Réunion

À la rencontre des mondes



La Réunion

Meeting the world.

GOODIES
GOODIES



GOODIES
GOODIES



STAND





STAND

V. DEVENIR PARTENAIRE DE LA MARQUE

L'ÉCOSYSTÈME DE LA MARQUE

PROPRIÉTÉ ET ANIMATION DE LA MARQUE

La Région Réunion est propriétaire de la marque « La Réunion ». Elle est à l'initiative de sa création et en a assuré le dépôt auprès de l'INPI en 2024.

La marque « La Réunion » est une marque ombrelle. Elle a vocation à se décliner en « marques filles » pour les satellites de la Région Réunion amenés à faire vivre et à animer la stratégie régionale d'attractivité et d'internationalisation dans leurs champs de compétences respectifs.

Exemples de déclinaisons possibles :



L'ÉCO-SYSTÈME DE LA MARQUE

GOUVERNANCE DE LA MARQUE

Dès 2023, un comité de marque a été constitué lors du pré-lancement de la marque ; il a vocation à contribuer à l'animation et au déploiement de la marque sur le territoire et à l'extérieur.

Composé d'une trentaine de personnes, il vise à associer les acteurs du territoire à la stratégie, à l'animation et au déploiement de la marque. Le comité de marque regroupe des personnalités représentatives, engagées dans le domaine économique en priorité compte tenu de la vocation première de celle-ci, mais également dans les champs de la culture, du sport, de la tech, de l'associatif, de l'éducation,....

Les missions du comité de marque :

- Représenter la diversité des acteurs socio-économiques du territoire de La Réunion
- Veiller à la bonne adéquation de la stratégie marketing territorial régionale avec les besoins et attentes des acteurs socio-économiques.
- Relayer et faciliter l'appropriation de la stratégie de marketing territorial auprès des acteurs socio-économiques du territoire.
- Proposer des outils et actions pertinents aux acteurs socio-économiques du territoire.
- Mobiliser et fédérer les acteurs socio-économiques du territoire.
- Suivre les résultats de la marque.

Le rôle des membres du comité de marque :

- Dépôt d'avis ou de contributions.
- Association à l'adaptation annuelle de la stratégie marketing et au plan d'action, validation des orientations stratégiques annuelles.
- Avis sur les actions de « professionnalisation » des acteurs candidats à porter la marque.
- Consultation sur les actions menées dans le cadre de la stratégie de marketing territorial.
- Identification et mise en œuvre de partenariats.
- Remontée des besoins des acteurs socio-économiques du territoire.
- Résonance sur le territoire et appui au déploiement de la marque.

COMMENT DEVENIR PARTENAIRE DE LA MARQUE ?

QUI PEUT UTILISER LA MARQUE ?

Les entreprises, institutions, associations, particuliers et collectivités réunionnaises pour promouvoir leurs produits, projets, talents ayant une vocation à l'export et contribuant au rayonnement du territoire.

2 impératifs :

- Ancrage à La Réunion
- Vocation à l'export et à l'internationalisation

Chaque partenaire rejoint en parallèle le réseau de la marque « La Réunion » lui ouvrant la possibilité d'assister ou de participer à des événements, des rencontres, etc.

La demande d'adhésion (gratuite) sera à formuler sur le site de la marque prochainement mis en ligne.

