



## COMMUNIQUÉ POUR DIFFUSION IMMÉDIATE

### DÉVOILEMENT DE L'IMAGE DE MARQUE DE L'ÎLE D'ORLÉANS

*Sainte-Famille, le 3 juillet 2018* – La MRC de l'Île d'Orléans est fière de dévoiler la nouvelle image de marque territoriale. En effet, au cours du mois de juin, la population et les amoureux de l'Île d'Orléans ont été invités à mentionner leur préférence sur Facebook sur deux propositions d'image de marque. En tout, 1500 personnes ont voté et des centaines de commentaires ont été recueillis sur les deux propositions. La MRC est très heureuse de ce fort taux de participation qui démontre l'intérêt des gens envers l'île d'Orléans.

Au final, la proposition 1 (sur Facebook), soit l'encadré avec calligraphie attachée, remporte la faveur du public avec 58 % de préférence. Aussi, une majorité de commentaires sont très enthousiastes sur l'idée du O en forme de cœur, qui peut également être vu comme une fraise. Après réflexion et consultation auprès de son comité avisé\*, la MRC a finalement décidé de jumeler les éléments positifs des deux propositions en intégrant le cœur dans la signature.



S'inscrivant dans le virage territorial que vient d'entreprendre l'Île d'Orléans, cette signature devient ainsi la nouvelle image de marque du territoire. Le sigle de droite, quant à lui, sera recommandé seulement pour des utilisations particulières, notamment sur les étiquettes de produits quand « Ile d'Orléans » apparaît déjà dans l'adresse de l'entreprise.

La nouvelle image de marque sera intégrée progressivement par la MRC dans ses outils de communication et de promotion de l'île d'Orléans. De plus, la MRC rendra disponible un Guide d'utilisation de la marque, une sorte de coffre à outils afin que les municipalités, les entreprises et les organismes qui souhaitent intégrer la nouvelle signature à leurs propres visuels puissent s'y référer.

Rappelons que l'objectif est de créer une cohérence visuelle associée à l'île d'Orléans. Plus ce visuel sera utilisé, plus il rayonnera et s'ancrera dans l'imaginaire des clientèles cibles, par exemple les amateurs d'agrotourisme ou les familles cherchant un milieu de vie pour s'établir. La qualité et la valeur ajoutée que les acteurs de l'île associeront à cette image de marque influenceront positivement la notoriété et l'attractivité du territoire.

– 30 –

*Pour information ou entrevue :*

\* Catherine Monna, co-propréitaire de Cassis Monna & Filles, 418-828-2525, [catherine@cassismonna.com](mailto:catherine@cassismonna.com)

\* Louis Denault, co-propréitaire du Vignoble Ste-Pétronille, 418-828-9554, [vignoblesp@gmail.com](mailto:vignoblesp@gmail.com)

Chantale Cormier, directrice générale de la MRC de l'Île d'Orléans, 418-829-1011, [ccormier@mcio.qc.ca](mailto:ccormier@mcio.qc.ca)

*Voir le communiqué sur la stratégie territoriale et les propositions d'image de marque :* <https://bit.ly/2ueRqCS>