



## COMMUNIQUÉ POUR DIFFUSION IMMÉDIATE

### LES AMOUREUX DE L'ÎLE D'ORLÉANS APPELÉS À SE PRONONCER POUR SA FUTURE IMAGE DE MARQUE

Jusqu'au 22 juin, chacun est invité sur [Facebook.com/mrciledorleans](https://www.facebook.com/mrciledorleans) afin de voter pour sa préférence quant au logo qui constituera la nouvelle image de marque de l'île d'Orléans :



À gauche, la signature présente une calligraphie plus classique, rappelant le côté patrimonial et authentique. Le 'sigle' IO, pour Ile d'Orléans, utilise une calligraphie jeune et dynamique, avec un O en forme de cœur pour l'amour qu'on porte à l'île, mais il peut aussi représenter une fraise, un de ses produits agricoles emblématiques. La forme moderne du sigle rappelle subtilement l'île. Il accompagne le lettrage mais peut s'utiliser de façon dissociée.

À droite, l'encadré représente le côté patrimonial et authentique. La calligraphie attachée de style "écriture à la main" révèle l'unicité artistique et artisanale de l'île, et l'inclinaison vers le haut est plus dynamique. L'écriture entre dans la cadre à gauche mais n'en ressort pas, incitant de façon subtile à prolonger le séjour sur l'île.

Dans les deux cas, l'accent circonflexe fait aussi référence au pont de l'île ou à une toiture traditionnelle. Le noir est la couleur retenue pour son côté à la fois classique et moderne, et pour son intégration harmonieuse à toutes les possibilités visuelles dans les outils de communications, les étiquettes de produits ou autre.

Au terme du vote, la nouvelle image de marque sera intégrée progressivement par la MRC dans ses moyens de communication et de promotion de l'île. Aussi, 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.

L'objectif est de créer une cohérence visuelle associée à l'île d'Orléans. Plus elle sera utilisée, plus 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 associée à la marque et la valeur ajoutée que les acteurs de l'île y associeront joueront assurément de façon positive sur la notoriété et l'attractivité du territoire.

Rappelons que l'image de marque est l'aboutissement d'un long processus de réflexion et de planification stratégique au cours des deux dernières années par la MRC, de concert avec un comité diversifié d'acteurs de l'île. La démarche visait à définir ce qui rend l'île distinctive et attrayante, comment et avec qui structurer son développement et les moyens à prendre pour augmenter sa visibilité et la rendre plus désirables aux yeux des clientèles ciblées.

...suite en page 2

## UNE APPROCHE TERRITORIALE POUR LE DÉVELOPPEMENT ET LA PROMOTION DE L'ÎLE D'ORLÉANS

En effet, le 30 avril 2018, près de 90 acteurs économiques et politiques de l'Île d'Orléans se sont mobilisés sous le thème « Quelles ambitions collectives pour 2022 ? », dans le but de peaufiner et valider la planification stratégique de développement et de marketing territorial de l'Île d'Orléans. Animée par la MRC et quelques entrepreneurs de l'île constituant le comité aviseur\* de la démarche territoriale, cette journée de mobilisation a permis d'aborder quatre grandes questions :

- Qui sommes-nous ?

Un portrait-diagnostic de l'Île d'Orléans a été présenté, faisant ressortir les forces, les faiblesses et les enjeux de l'île, mais aussi les atouts qui nous distinguent des territoires concurrents qui visent les mêmes clientèles, par exemple des amateurs d'agrotourisme ou des familles cherchant un milieu de vie pour s'établir. Des opportunités à saisir ont également été identifiées sur le plan socio-économique.

- Que voulons-nous ?

Une approche territoriale a été proposée pour le développement et la promotion de l'île, c'est-à-dire une vision commune et une stratégie globale comprenant des objectifs qui touchent autant les résidents que les entreprises de l'île, peu importe leur secteur d'activité. L'approche territoriale se veut une construction collective de l'avenir de l'île, ça concerne tout le monde. Plus les gens se mobiliseront pour contribuer aux objectifs, meilleurs seront les résultats.

- Où voulons-nous aller ?

L'ambition collective pour l'avenir a été validée ainsi que le type de développement, axé sur la création de valeur ajoutée. Les atouts distinctifs de l'île ont été confirmés ainsi que les valeurs qui caractérisent les Orléanais, lesquelles guideront nos actions pour construire l'avenir. Les profils de clientèles auprès de qui on veut devenir plus attractif ont été ciblées. L'idée est de faire grandir le sentiment de fierté et de désirabilité envers l'île d'Orléans, ce qui à terme générera des retombées économiques et sociales tangibles.

- Comment et avec qui y arriver ?

Un plan d'actions global, c'est-à-dire transversal à tous les secteurs d'activités, a été présenté. Les actions prioritaires ont été détaillées et les intervenants intéressés à y contribuer ont été invités à se manifester. Car le déploiement de la stratégie territoriale concerne tous les acteurs de l'Île d'Orléans ! Faire vivre des moments d'exception aux clientèles, chacun à sa façon mais en cohérence, voilà la clé du succès.

Visionnez le reportage de la Télé d'ici sur cet événement : <http://teledici.com/nouvelles.php?id=1960>. Les présentations de la journée sont disponibles sur le site de la MRC, section Nouvelles. De plus, à la lumière des interventions constructives des acteurs présents le 30 avril dernier, un document synthèse de la stratégie territoriale sera produit et diffusé prochainement.

– 30 –

*Pour information ou entrevue :*

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

\* Louis Denault, co-proprétaire 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 ou [ccormier@mrcio.qc.ca](mailto:ccormier@mrcio.qc.ca)