



# “ EN SEINE-MARITIME, LA BELLE VIE ”

→ un nouveau positionnement pour réconcilier les activités.

## CONTEXTE

La Seine-Maritime dispose d'un potentiel exceptionnel (diversité de paysages, richesse culturelle, dynamisme économique) mais souffrait d'une image un peu émorcelée et d'une expression de communication dispersée entre attractivité touristique et résidentielle.

## OBJECTIFS

- Accroître la notoriété et la lisibilité de la destination
- Moderniser son image
- Attirer de nouvelles cibles touristiques et résidentielles
- Valoriser une destination durable, vraie et accueillante

## DÉFI

Comment bâtir une communication qui concilie tourisme et attractivité résidentielle, tout en révélant la diversité et la sincérité du territoire ?

## VISION

Réconcilier les attractivités pour raconter un territoire où l'on peut tout, où l'on a tout, et où on mène la belle vie.

# “ EN SEINE-MARITIME, ON A TOUT, ON PEUT TOUT, ON MÈNE LA BELLE VIE “

→ une identité graphique repensée

- Bloc marque identifiable
- Palette de couleurs naturelles et dynamiques
- Typographies expressives
- Système visuel modulable et évolutif

→ une identité conçue pour être partagée, racontée, vécue

# TITRE Titre

verbatim

légende

[www.la-belle-vie-en-seine-maritime.com](http://www.la-belle-vie-en-seine-maritime.com)

@ seine\_maritime\_normandie

Post hoc imple perperatrum quod in aliis quoque tam timebatur, tanquam licentia crudelitati indulta per suspicionem nebulas aestimati quidem novit damnoantur, quorum pars recati, ali puncti honorum mutatione actique lantibus suis extorres nullo sibi relicto praeter querelas et lacrimas, stipe conlancia





# DES VISUELS EN ACTION

un territoire raconté collectivement, avec sincérité et enthousiasme

une communication claire et inspirante sur tous les canaux

une identité forte et partagée, reconnue localement



une marque vivante, ouverte et évolutive

