CATÉGORIE

MEILLEURE ÉDITION

LE PAPIER N'A PAS DIT SON DERNIER MOT !

Pour sa 3e édition, le magazine de destination de Normandie Pays d'Auge change de dimension : nouvelle direction artistique, nouvelle ligne éditoriale, nouveau format.

UNE NOUVELLE VOIX POUR UNE NOUVELLE VOIE.

CONTEXTE

En 2025, notre destination prend le virage du changement !
Nouvelle identité, nouvelle plateforme de marque, nouvelle stratégie.
Après le site internet et les réseaux sociaux, le magazine de destination devient le nouveau terrain d'expression de l'office de tourisme Normandie Pays d'Auge. Mais cette 3e édition méritait mieux qu'un simple relooking.

PROBLÉMATIQUE

Après 2 éditions plébiscitées par nos visiteurs, comment réussir à réinventer notre magazine et faire coexister notre nouvelle identité avec l'attente de nos visiteurs ?

RÉPONSE STRATÉGIQUE

Nous n'avons pas changé de look : nous avons redéfini les règles du jeu et repensé le magazine comme **un véritable média de destination**.

Cette nouvelle édition poursuit 5 objectifs :

- Inspirer plutôt qu'additionner les informations
- Donner envie d'explorer au-delà des incontournables
- Faire émerger un imaginaire commun à l'échelle de la destination
- Mettre l'humain au premier plan, en racontant celles et ceux qui font le territoire
- Créer une continuité entre le papier et le digital, entre l'envie et l'action.

Le parti pris tient en une phrase :

**Le magazine n'est plus qu'un guide à consulter.
Il devient un média qui vit et qui donne envie
de vivre la destination.**



1. Une identité qui se regarde et qui se lit

La nouvelle identité n'est pas plaquée sur le magazine.
Elle le raconte avec nous. Couleurs pop, illustrations au crayon, typographies affirmées, jeux graphiques et photographies immersives : on a fait le choix de s'éloigner volontairement des codes du guide touristique traditionnel pour aller vers un univers **lifestyle, contemporain et incarné.**



LE GRAPHISME DEVIENT ALORS UN VRAI LANGAGE QUI SOULIGNE L'ÉDITORIALISATION.

CATÉGORIE ÉDITION

2. De l'exhaustivité à la sincérité

On ne cherche pas à tout dire. On choisit ce qui mérite d'être raconté. Destinations, expériences, gastronomie, histoire et savoir-faire, le magazine fait dialoguer :

- la mer et la campagne
- le patrimoine et la culture
- les incontournables et les adresses plus confidentielles
- les savoir-faire d'hier et les initiatives d'aujourd'hui.



















Dans un contexte où les contenus s'artificialisent, nous avons fait le choix de remettre l'humain au centre. Le magazine repose sur des rencontres, des témoignages et des regards guidés par la plume de rédactrices à la ligne éditoriale incarnée, accessible et subtilement culottée. Et là où le papier travaille l'émotion, le digital traite l'information.

Ainsi, pour faire le lien, des QR codes ont été intégrés dans différentes rubriques du magazine (hébergements, restaurants, activités, agenda…) pour fournir une donnée qualitative et actualisée.

CATÉGORIE ÉDITION

CATÉGORIE ÉDITION

3. Un format qui va du canapé au terrain



Le magazine a été pensé pour accompagner **deux moments** du parcours visiteur.

Avant séjour, il agit comme un média d'inspiration.

Une fois sur place, il devient un compagnon d'exploration.

Son nouveau format de 19 × 24 cm le rend plus compact et plus nomade. Pensé pour être pris en main, glissé dans un sac ou emporté sur le terrain, il est diffusé dans nos offices de tourisme, chez nos hébergeurs, restaurateurs, commerces partenaires mais aussi au-delà du territoire avec des opérations de promotion sur la cible parisienne. Sa couverture cache une carte du territoire qui peut également servir de marque-page. Pratique pour ne perdre ni le Nord, ni de page.



LE MAGAZINE EN CHIFFRES !

- **76** pages
- **15 000** exemplaires *en français*
- **10 000** exemplaires *en anglais et allemand*
- **19 x 24** cm
- **1** parution *annuelle*
- **4** offices de tourisme
- **38** communes *réunies dans un même récit*

EN CONCLUSION

Avec Coquillage & Colombage, nous avons choisi de faire du support papier un média d'inspiration, de notre marque un fil rouge, et du territoire un véritable personnage principal. Un magazine pensé pour être lu, partagé, emporté ; mais surtout pour provoquer ce mouvement qui nous intéresse tant : celui qui fait passer de l'envie à l'expérience.
Tourner les pages, puis prendre le large.