



Peps et couleurs vives pour promouvoir le tourisme en Meuse

Au sortir du Centenaire de la Grande Guerre où la Meuse a pu bénéficier d'un éclairage exceptionnel des médias au niveau national et international, les travaux du Schéma de Développement Touristique (2017-2021) amènent à proposer une nouvelle identité visuelle afin d'étonner et continuer d'éveiller l'intérêt pour la destination.

Le Comité Départemental du Tourisme de la Meuse a fait le choix de se détacher complètement des codes couleurs précédents pour dynamiser l'identité touristique de la Meuse, lui donner une image nouvelle, créée avec l'agence Speedy Rychi Nylon, qui sera déclinée sur toute sa ligne éditoriale.

C'est d'abord la réalisation d'un magazine annuel conçu comme un support de communication dans l'air du temps volontairement éloigné du caractère institutionnel des outils de type annuaire ou agenda. La part belle est faite à des visuels originaux de qualité valorisant l'humain, la nature, les spécificités meusiennes. Les textes sont courts, le ton est vif pour inciter à en apprendre davantage notamment sur le portail internet où l'exhaustivité de l'information touristique est disponible. Il a été édité à 22000 exemplaires. Disponible gratuitement auprès des offices de Tourisme du Grand Est, distribué lors des actions de promotion, il est aussi proposé en téléchargement sur le site www.tourisme-meuse.com.

Lien direct : <https://app.avizi.fr/fichiers/5ce25bcf41224/8246-770>

Ce magazine au format original et au toucher velouté raconte le territoire en quatre thèmes forts : la nature, l'histoire, le terroir et savoir-faire et les grands événements sur une année en Meuse.

Un mot sur le bloc marque : chaleureux, dynamique, il incite clairement à venir en Meuse, à y goûter les produits du terroir dans une ambiance chaleureuse et accueillante. Le dégradé de couleurs rappelle les produits identitaires tels que la madeleine, la bière, la mirabelle et au-delà, la promesse d'un accueil enthousiaste. L'article exprime l'identité unique de la Meuse avec une typographie manuelle qui donne relief à l'ensemble comme une signature que l'on apposerait pour approbation. Le point d'exclamation, élément fort de la charte y apporte gaité et tonus. En totale cohérence avec le message que La Meuse souhaite véhiculer, la ligne de base invite à « prendre part »/ « une part » à tout sujet d'intérêt.

Conçue à l'attention des visiteurs lointains ou proches, cette nouvelle identité visuelle invite à porter un nouveau regard sur la Meuse, à en rêver, à y vivre de belles aventures.

la Meuse !

· PRENEZ-EN UNE PART ·