



La Réunion

LA RÉUNION SE RÉVÈLE AU MONDE

L'île lance sa stratégie de valorisation des atouts du territoire
pour mieux rayonner et accompagner les acteurs locaux dans
leur développement

C O N F É R E N C E D E P R E S S E

0 2 M A I 2 0 2 4

ÉDITO



Après plusieurs années d'un travail collaboratif avec les acteurs institutionnels et économiques du territoire, nous avons le plaisir de lancer aujourd'hui la marque **La Réunion**.

Mieux nous faire connaître pour ouvrir de nouveaux potentiels pour nos entreprises à l'international, c'est le point de départ de la création d'une marque pour La Réunion. Cette démarche de marketing territorial s'appuie sur les besoins de nos acteurs économiques ainsi que sur la stratégie de développement de la Région définie dans le cadre de *La Nouvelle Économie* (Le schéma régional de développement économique, d'innovation et d'internationalisation – SRDEII).

Bien plus qu'un logo, la marque *La Réunion* est la traduction d'une véritable stratégie de rayonnement, qui doit nous permettre de mieux valoriser nos atouts, de renforcer notre notoriété, de mettre en avant nos compétences locales et de multiplier les opportunités pour notre territoire. **La marque La Réunion est donc notre outil commun, pour parler d'une même voix et être encore plus forts dans les démarches de visibilité que nous menons sur les marchés régionaux, nationaux et internationaux.**

Pour réussir à fédérer et à embarquer le territoire, cette marque devait avoir du sens et faire ressortir les singularités de La Réunion. Ce travail de réflexion créative et de mise en récit de notre territoire, nous l'avons mené en lien étroit avec les acteurs institutionnels et économiques du territoire, ainsi qu'avec les réunionnaises et réunionnais dans le cadre de la consultation ALON MÈT LA RÉUNION EN LÈR ! conduite du

23 novembre au 17 décembre 2023. La marque que nous présentons ce jour est le fruit de ce passionnant et intense travail collectif. **J'espère sincèrement que les réunionnaises et réunionnais seront fiers de la marque La Réunion et se reconnaîtront dans ce qu'elle renvoie de notre territoire au reste du monde !**

Après le travail de création, une nouvelle phase s'ouvre dans la mise en œuvre de notre stratégie de marketing territorial : le déploiement opérationnel. **Deux grands rendez-vous vont permettre prochainement de lancer la marque au niveau national : notre présence sur le salon ViVaTech ainsi qu'un événement en marge du tournoi international de Roland Garros.** Ces deux temps forts vont mettre en lumière nos expertises et nos talents, au travers de la marque *La Réunion*.

Ces premiers rendez-vous ne sont que le début : les prochains mois seront consacrés à la structuration d'outils et à la mise en œuvre d'opérations ciblées pour accompagner nos entreprises et nos pépites locales.

Ce qui nous anime est de développer ce projet collectif en réaffirmant de manière simple la fierté réunionnaise. Pour promouvoir et soutenir le meilleur de La Réunion, pour créer des opportunités et des emplois sur notre territoire.

La marque La Réunion n'appartient ni à la Région ni à aucune autre institution, groupe d'acteurs ou organisation. Elle appartient à tous les Réunionnais. Saisissons la pour réussir ensemble, pour faire briller notre île et valoriser notre terre commune À nous, avec la marque La Réunion, de porter un cadre opérationnel efficace pour son rayonnement !

HUGUETTE BELLO

Présidente de la Région Réunion

UNE MARQUE D'ATTRACTIVITÉ, AU SERVICE DU DÉVELOPPEMENT LOCAL

La création d'une marque territoriale répond à un besoin fort exprimé par les acteurs économiques du territoire pour soutenir leurs efforts d'internationalisation et plus largement, l'attractivité économique de La Réunion. Elle s'inscrit ainsi pleinement dans la droite lignée des ambitions de *La Nouvelle Économie* (le schéma régional de développement économique, d'innovation et d'internationalisation – SRDEII) qui vise à développer et à promouvoir les filières à forte valeur ajoutée pour le développement de La Réunion.

EXPRIMER CE QUI REND
NOTRE TERRITOIRE UNIQUE

DISTINGUER NOS EXPERTISES

SOUTENIR NOS FILIÈRES D'EXCELLENCE

FAVORISER LE DÉVELOPPEMENT
DE NOS ENTREPRISES PÉI

CRÉER DE NOUVELLES OPPORTUNITÉS
DE DÉVELOPPEMENT ET D'EMPLOI EN LOCAL

FACILITER LE RETOUR DE NOS TALENTS

ÉLARGIR L'HORIZON DES POSSIBLES
POUR LES JEUNES, ICI À LA RÉUNION

**Parler d'une seule
et même voix, avec
des outils communs
pour renforcer notre
visibilité et multiplier
les retombées positives
pour La Réunion.**

La marque « La Réunion » vise ainsi à faire connaître et à valoriser l'image de notre territoire sur les marchés extérieurs, à **travers une identité forte, des outils de promotion communs et des actions ciblées** répondant aux besoins d'internationalisation des acteurs locaux et aux enjeux de développement du territoire.



LA FABRIQUE DE LA MARQUE LA RÉUNION

Une réalisation collective et progressive

La marque *La Réunion* est le fruit d'une démarche de co-construction engagée dès 2021 avec les acteurs socio-économiques et institutionnels de La Réunion, ainsi qu'une série d'entretiens et une vaste étude documentaire.

Cette association du territoire s'est encore élargie en 2023 avec l'organisation du 27 novembre au 17 décembre de la consultation citoyenne **ALON MÊT LA RÉUNION EN LÈR** sur toute l'île et en ligne. L'objectif ? **Valider ensemble comment nous souhaitons raconter La Réunion au reste du monde !**



LES GRANDS ENSEIGNEMENTS DE LA CONSULTATION CITOYENNE *

92,3 %
des répondants favorables à la création d'une marque de territoire

Une image qui fédère :
« La Réunion, unique par nature »
56 %

Des mots qui parlent :
« La Réunion des Mondes »
64 %

*Bilan issu des 1067 formulaires renseignés en ligne sur lareunionenler.re au cours de la consultation



UNE MARQUE POUR QUI ET POUR QUELS USAGES ?

LE COMITÉ DE MARQUE EST LANCÉ !



Dès 2023, un comité de pilotage a été constitué ; il a vocation à contribuer à l'animation et au déploiement de la marque sur le territoire et à l'extérieur. Composé d'une trentaine de personnes, il vise à associer les acteurs du territoire à la stratégie, à l'animation et au déploiement de la marque.

Les missions du comité de marque :

- Représenter la diversité des acteurs socio-économiques du territoire de La Réunion.
- Veiller à la bonne adéquation de la stratégie marketing territorial régionale avec les besoins et attentes des acteurs socio-économiques.
- Relayer et faciliter l'appropriation de la stratégie de marketing territorial auprès des acteurs socio-économiques du territoire.
- Proposer des outils et actions pertinents aux acteurs socio-économiques du territoire.
- Mobiliser et fédérer les acteurs socio-économiques du territoire.
- Suivre les résultats de la marque.

La marque vise à proposer une identité et des actions transversales qui évoquent le territoire dans sa globalité, au-delà d'une approche sectorielle.

Économie, innovation, nouvelles technologies, industries culturelles et créatives, sport, éducation, formation professionnelle, recherche, médicale, agriculture, gastronomie et produits du terroir, sciences humaines et sociales, ... : la marque est un outil pour tous les acteurs locaux qui souhaitent s'en saisir, et **plus particulièrement ceux engagés dans une démarche d'export ou d'internationalisation des produits, savoir-faire, entreprises et talents de La Réunion.**

SES USAGES SONT DONC VARIÉS :

- Campagnes de communication
- Opérations marketing
- Événementiels, salons, manifestations culturelles ou sportives, conférences,...
- Sponsoring
- Partenariats
- Packaging / Habillage de produits emblématiques à l'export
- Relations presse

LES OUTILS DE LA MARQUE MIS À DISPOSITION :

- Outils de communication, kit de promotion de La Réunion
- Accès à des événements
- Relais des opérations
- Mise en réseau
- Participation à des opérations conjointes de promotion et de visibilité
- Formations

PRÉSENTATION DE LA MARQUE LA RÉUNION

La plateforme de marque c'est le fil rouge de la marque, qui en traduit l'esprit et le sens pour assurer sa bonne application par le plus grand nombre !

3 PILIERS FONDATEURS

Le lien à

LA NATURE

Notre Vivre-Ensemble qui aboutit à

UN RÉUSSIR ENSEMBLE

Notre position dans l'hémisphère Sud, au cœur de l'Océan Indien, notre histoire et notre métissage font de nous

UN CARREFOUR NATUREL

UNE VISION

La Réunion est unique et multiple, elle est un tout.

La Réunion est un meeting point naturel.

UNE AMBITION

Faire de La Réunion un carrefour d'opportunités.

UNE PROMESSE

La Réunion, à la rencontre des mondes

UN RÉCIT

Notre diversité est notre singularité.
La Réunion est naturellement, historiquement et culturellement une île Monde, un point de rencontre, un point de convergence, une source d'inspiration et de respiration.



La Réunion ²

À la rencontre des mondes

³



La Réunion

À la rencontre des mondes



La Réunion

Meeting the world

1 L'empreinte : Notre empreinte c'est notre nature de carrefour naturel, de *meeting point*.

2 Le mot « La Réunion »

- Le territoire est mis en avant, simplement, directement.
- Le lien est fait d'emblée avec la notion de *meeting point*, de carrefour, de réunion des mondes.
- Le terme « La Réunion » est aussi appliqué pour les utilisations en anglais. Cela permet de ne pas limiter le territoire à son statut insulaire et de marquer clairement son identité française dans les communications à l'international.
- L'empreinte : la symbolique de l'île monde, de *meeting point*.
- La Réunion : fiabilité et reconnaissance de ce territoire français.

3 La signature « À la rencontre des mondes »

- La signature vient synthétiser l'état d'esprit et le récit portés par la marque.
- Elle est utilisée dans le cadre de campagne, outils, événements, portés par la marque « La Réunion ».

L'ÉCOSYSTÈME DE LA MARQUE

La Région Réunion est à l'initiative de la création de la marque *La Réunion*, dans le cadre de son rôle de collectivité cheffe de file en matière de développement économique. Elle en a assuré le dépôt auprès de l'INPI.

La marque appartient désormais à tous les réunionnais qui souhaitent s'en saisir.

La marque *La Réunion* a aussi vocation à se décliner au sein des satellites de la Région Réunion amenés à faire vivre et à animer la stratégie régionale d'attractivité et d'internationalisation dans leurs champs de compétences respectifs (innovation, économie, tourisme, ...).

DEVENIR PARTENAIRE DE LA MARQUE

Qui peut utiliser la marque ?

Les entreprises, institutions, associations, particuliers et collectivités réunionnaises pour promouvoir leurs produits, projets, talents ayant une vocation à l'export et contribuant au rayonnement du territoire.

2 IMPÉRATIFS :

- Ancrage à La Réunion
- Vocation à l'export et à l'internationalisation

Comment obtenir le droit d'utiliser la marque ?

L'ADHÉSION EST GRATUITE.

Rendez-vous sur le site marquelareunion.re / Espace « Devenir partenaire »

- Chaque candidat doit remplir le formulaire de premier contact.
- La demande fera ensuite l'objet d'un échange avec les équipes de la marque *La Réunion*.

• Une fois la demande approuvée le candidat devient partenaire officiel et reçoit les éléments nécessaires (charte graphique, outils,...) permettant d'utiliser la marque.

Chaque partenaire rejoint en parallèle le réseau de la marque *La Réunion* lui ouvrant la possibilité d'assister ou de participer à des événements, des rencontres, ...

LES PREMIERS RENDEZ-VOUS DE LA MARQUE

Dès le mois de mai 2024, la marque **La Réunion** se déploie au national pour renforcer la visibilité du territoire !

Présence sur le Salon VivaTech du 22 au 25 mai à Paris.

Évènement sportif et historique en marge du Tournoi international Roland Garros.



La Réunion



marquelareunion.re

CONTACT PRESSE

Tatiana CUVELIER
tatiana.cuvelier@cr-reunion.fr
06 92 18 67 88