



THE ISLANDS of
TAHITI

SOCIETY ISLANDS | TUAMOTU ISLANDS | GAMBIER ISLANDS | MARQUESAS ISLANDS | AUSTRAL ISLANDS



BRAND IDENTITY OVERVIEW

Le CONTEXTE

En 2013, le GIE Tahiti Tourisme s'est lancé dans un projet de grande envergure afin de définir et de construire le nouveau positionnement de la destination.

Dans un marché de plus en plus concurrentiel, dans lequel le comportement du consommateur évolue quant à sa définition du "luxe", de ce qu'il recherche au cours de ses voyages, le défi était d'écrire une histoire captivante - Pourquoi visiter la Polynésie?

Conscients de l'importance de ce projet pour l'avenir, et de la nécessité d'investir et de soutenir des stratégies à long terme permettant la relance du secteur touristique, ce moment important était aussi l'occasion de créer de nouvelles opportunités pour la population locale.

Outre son impact sur le tourisme, ce positionnement vrai et authentique, est favorable à la création d'opportunités économiques au travers des investissements et des échanges commerciaux.

Tahiti Et Ses Îles ont d'incroyables histoires à raconter. C'est ce qui permettra à la destination de faire le lien avec les gens à travers le monde et d'être concurrentielle.



SOUS la SURFACE

Renouveler l'image de la Polynésie tout en utilisant et en enrichissant ses valeurs fondamentales

L'identité de Tahiti et Ses Îles va bien au-delà d'une campagne saisonnière et de son image. Il s'agit de la création d'un monde, pas simplement d'un logo, ni d'un nouveau « look », ni d'un sentiment à travers tous nos supports promotionnels. Elle doit refléter l'essence de la destination, captée et partagée avec les visiteurs. Ainsi, le positionnement de la nouvelle marque et de son identité a dû être construit sur la base de la réalité et de la parfaite compréhension de ce qui rend cette destination unique et spéciale.

FutureBrand, société de conseil internationale spécialisée dans le développement de marques, sélectionnée par le siège de Tahiti Tourisme pour ce projet, jouit d'une excellente réputation dans le milieu touristique et du fait de son expertise des marques de « pays ». Une approche collaborative a été menée afin d'explorer et de définir les objectifs stratégiques et créatifs. De nombreux partenaires et experts du secteur touristique local, le gouvernement, des personnalités clés de la communauté locale, du monde des arts, de la danse, de l'artisanat, de l'histoire, des produits et de la musique ont travaillé ensemble tout au long de ce processus apportant leurs connaissances, leurs passions, au profit de la destination.

Les représentants à l'international de Tahiti Tourisme ont également été impliqués dans ce projet, piloté par l'équipe du siège à Pape'ete, assurant ainsi une perspective globale et une pertinence locale à chaque étape.

Les études se sont portées sur la compréhension des touristes d'aujourd'hui et de demain, des tendances de voyage qui les influencent et sur un aperçu de ce qu'ils recherchent dans une destination de rêve telle que la Polynésie française.

Il était évident qu'il existait des offres non exploitées ou sous-exploitées et qu'il y avait une opportunité d'attirer de nouveaux visiteurs, de mettre en valeur quelques-unes des diverses expériences que l'on peut trouver en Polynésie – à travers le large choix offert parmi les cinq archipels – tout en maintenant la perception d'une destination de premier plan, haut de gamme.

Grâce à ces éléments constituant la base de ce projet, un positionnement stratégique permettant de saisir les aspects authentiques de Tahiti Et Ses Îles, fut défini. La beauté des paysages de la destination n'étant qu'une partie de l'histoire, valoriser l'étendue des expériences, des couleurs et des vibrations que les îles ont à offrir, est une opportunité d'attirer les voyageurs en quête d'expériences uniques.

Ces voyageurs cosmopolites et avisés, souhaitent découvrir bien plus que ce à quoi ils s'attendent. Ils veulent vivre une expérience authentique. Notre ambition est double : continuer à accueillir les visiteurs actuels qui souhaitent découvrir un peu plus tout en encourageant de nouveaux touristes, prêts à voyager pour vivre une expérience rare et unique.

La beauté grandiose de ces îles a un effet puissant sur quiconque les visite. L'association de paysages sauvages, d'esprits généreux et de mode de vie harmonieux inspire à croire à nouveau en l'élégance de la simplicité, à un renouveau personnel et sensoriel en vivant au rythme de la nature.

En pensant, en agissant et en étant différents, nous pouvons montrer la destination sous un nouveau jour. Reflétant la beauté de ces îles, de son peuple et de son mode de vie, cette nouvelle approche unifie le meilleur du passé et du présent et le porte vers un avenir passionnant.



CREER une HISTOIRE CAPTIVANTE

Une marque née de l'inspiration et de traditions intemporelles

Une nouvelle marque a été créée dans le respect de l'identité visuelle définie. Elle a été déclinée sous deux angles : un angle destination et un angle institutionnel. Les lettres manuscrites, constituant une police spécifique, reflètent la dignité, le raffinement, le calme et une simplicité hors du temps. Le choix de la teinte caractéristique et familière du tatouage ou de l'océan, d'un bleu nuit, symbolise une destination puissante et profonde, la rendant quasi-mystique. La signification du traitement particulier apporté à la lettre « H » de « Hitu » ou « la frontière » révèle la première frontière des îles de Polynésie et le lien qui les unit.

Traduit et adapté dans les langues de nos principaux marchés, ce sera un symbole fort d'une destination concurrentielle.

Ce positionnement met en valeur la culture intemporelle et le mode de vie des Polynésiens ainsi qu'une approche qualitative et élégante grâce aux couleurs, au style et aux photos choisis. Cette nouvelle identité nous encourage à considérer que la beauté de nos îles va au-delà du cliché de la carte postale – en dessous de la surface. En effet, les paysages et le peuple ont un impact profond et puissant sur ceux qui les visitent.

Il permet de favoriser la profondeur de la destination et cultive une curiosité poussant les touristes à vivre l'expérience des différentes îles, tout au long d'un voyage de découvertes, de renouveau, de renaissance personnelle et sensorielle.



A hand crafted landmark with a timeless simplicity and sense of depth



L'IDENTITE VISUELLE DE LA MARQUE

S'inspirant de la beauté et de la chaleur issues de l'art traditionnel du Tifaïfai, la nouvelle identité visuelle de la marque comprend les motifs et les symboles de plantes et de fleurs emblématiques des îles.

Le logo représenté dans le « bleu tatouage » symbolique de la marque est associé à l'élégance du blanc qui joue un rôle majeur dans l'identité visuelle. La nouvelle approche photographique est importante, appuyée par une large palette de couleurs mettant en valeur la diversité des îles et la stratégie de positionnement.



image et illustration : © Agence Image - Tourisme de Tahiti (photos libres)

Une richesse de couleurs et d'images, renforcée par des graphismes harmonieux et élégants

“TAHITI
est
SURPRENANTE,
CACHEE
Et
INEXPLOREE”

Un nouveau chapitre de notre histoire, en partageant notre passion pour la Polynésie française.