



## Rivière-du-Loup adopte une toute nouvelle image de marque

**Rivière-du-Loup, le 14 juin 2021** – Rivière-du-Loup a dévoilé ce lundi sa toute nouvelle image de marque, un changement inspirant qui lui permettra de maximiser sa visibilité dans l'espace public et de rayonner à la hauteur de ses ambitions, à l'échelle nationale voire au-delà. Longtemps souhaitée, cette démarche se concrétise à la faveur d'une reprise économique salubre qui donnera l'occasion à la Ville d'ancrer solidement sa notoriété dans la modernité, en regardant en avant avec fierté, tout en respectant son identité, son histoire et son patrimoine.

« Avec toutes les réalisations qui s'opèrent actuellement dans notre belle ville, et à l'aube d'une période beaucoup plus positive tant sur le plan économique que social, nous avons jugé qu'il était temps de faire peau neuve et de nous redéfinir, explique la mairesse, Mme Sylvie Vignet. Nous parlons depuis plusieurs années de la vitalité de notre économie et de l'innovation qui nous caractérise, nous, les Louperivois. L'image de marque que nous présentons aujourd'hui à la population vient mettre des images sur ces mots; nous espérons vivement que les citoyens se l'approprient rapidement. »

« L'icône de la nouvelle image de marque représente le carrefour que nous sommes, une distinction qui nous est propre depuis le 19<sup>e</sup> siècle et qui, encore aujourd'hui, est largement significative pour la ville, sa population et son développement, précise le directeur du Service des communications, M. Pascal Tremblay. L'icône représente également le dynamisme des gens d'ici, la vitalité de nos entreprises et la proximité des services. Elle rappelle que Rivière-du-Loup est le point central du Bas-Saint-Laurent, une région hautement reconnue pour sa valeur touristique, notamment. »

Le concept final, qui comprend un logo épuré avec des versions adaptatives selon l'utilisation qui en est faite, s'inscrit dans un environnement visuel complet qui permettra à la Ville de bien situer chacune de ses actions selon quatre thématiques – ou axes d'intervention – soit *Vivre, Découvrir, Investir et Participer*, lesquelles possèdent leur propre visuel distinctif découlant du logo principal.

...2

L'ancien logo de la Ville aura donc servi pendant près de 40 ans. Les éléments les plus marquants de sa symbolique ont été pris en compte dans la réflexion visant à doter la Ville d'une nouvelle image de marque afin d'assurer un écho du passé aux considérations de demain.

### **Refonte de l'affichage urbain**

La décision de doter la Ville d'une nouvelle image de marque s'inscrit dans la volonté de repenser l'affichage aux entrées de ville et dans nos rues, un maillon important de l'information destinée aux citoyens et aux visiteurs. Sur la table depuis plusieurs années, ce projet doit enfin prendre son envol dans les prochains mois alors que s'effectue actuellement l'analyse des besoins en considérant la réalité du monde dans lequel nous vivons aujourd'hui. Ainsi, les nombreuses affiches qui bordent nos rues et nos boulevards feront l'objet d'une refonte complète afin de rendre plus efficaces les déplacements tout en améliorant considérablement l'aspect visuel de notre ville.

- 30-

Source : Pascal Tremblay, directeur  
Service des communications  
418 867-6706

