



ORIGINAL

ALERTE PRESSE

Rennes, le 25 juin 2026

« Rennes.Original », une marque pour revendiquer l'authenticité et l'audace de la capitale bretonne.

Pour parler d'elle, Rennes a choisi le second degré. Mégaphone géant, fauteuil de théâtre, boule à facettes dans le Parlement de Bretagne : **à partir du 25 juin**, la capitale bretonne déploie **Rennes.Original**, une marque de territoire qui revendique autant son authenticité que son grain de folie. Conçue avec l'agence La Contrée, elle se dévoile, à travers **cinq visuels** qui s'afficheront cet été de Paris aux gares bretonnes.

LE PARI : UNE VILLE QUI SE RACONTE AU SECOND DEGRE

Plutôt que d'aligner les clichés touristiques, Rennes.Original assume l'humour et le décalage. Les accroches le disent sans détour : « *N'est pas Rennes qui veut !* », « *Ça c'est Rennes.* », « *Rennes, comme vous.* » et les visuels les mettent en scène avec malice : Rennaises et Rennais posent dans des cartes pop-up colorées, plantées au cœur de décors bien réels de la ville. Une façon d'affirmer que Rennes est à la fois patrimoniale et résolument vivante et jeune.

« ORIGINAL », DANS TOUS LES SENS

Le nom résume la promesse. Original par son authenticité grâce à son patrimoine, ses habitants, sa convivialité et sa sincérité. Original par son audace, Rennes est une ville animée, créative, punk rock. Les valeurs (*Humaine, Urbaine, Bretonne*) et le positionnement ne bougent pas : Rennes reste la capitale de la Bretagne, petite grande ville et porte d'entrée de l'une des régions préférées des Français, camp de base idéal pour rayonner vers Saint-Malo, le Mont-Saint-Michel ou la forêt de Brocéliande.

UNE SEULE SIGNATURE POUR QUATRE PUBLICS

Derrière le clin d'œil, une stratégie : réunir sous une même bannière des univers jusqu'ici traités en silo. Rennes.Original signe désormais toute la communication de la destination tourisme grand public, destination affaires, billetterie sur les marchés local et national, en BtoC comme en BtoB. **Destination Rennes** demeure la marque de l'entreprise et le **Couvent des Jacobins Centre des congrès de Rennes Métropole**, la signature dédiée au Centre des congrès en tant que lieu.

**N'EST PAS
RENNES
QUI VEUT !**

BRETAGNE®



À 1h25 de Paris, les professionnels ont fait de la capitale bretonne leur destination affaires de prédilection : une chaîne événementielle complète et engagée et un Centre des congrès unique en France. ■

RENNES
ORIGINAL

rennes-congres.fr

Déclinaison violet

**N'EST PAS
RENNES
QUI VEUT !**

BRETAGNE®



À 1h25 de Paris, les professionnels ont fait de la capitale bretonne leur destination affaires de prédilection : une chaîne événementielle complète et engagée et un Centre des congrès unique en France. ■

RENNES
ORIGINAL

rennes-congres.fr

Déclinaison verte

**ÇA C'EST
RENNES.**

BRETAGNE®



Pavés, pans de bois et terrasses.
Festivals, expos et randos.
Beurre salé, galettes et fruits de mer.
La Bretagne à 1h25 de chez vous.
Rennes, vous allez aimer ! ■

RENNES
ORIGINAL

tourisme-rennes.com

Déclinaison jaune



Déclinaison rose hiver



Déclinaison bleu été

Une signature complémentaire, « **Entrez au Couvent...** », est par ailleurs dédiée au Couvent des Jacobins (BtoB).

UN DEPLOIEMENT PROGRESSIF

25 juin	Réseaux sociaux et site internet
1 ^{er} - 14 juillet	Habillage des bus touristiques à Paris
À partir de juillet	Presse régionale et gares bretonnes et alentours (Saint-Malo, Saint-Brieuc, Vannes, Lorient, Laval)
À la rentrée	Réseau de transport rennais STAR



Habillage « Ça c'est Rennes. » sur les bus touristiques parisiens (1^{er}–14 juillet)

UNE MARQUE SIGNEE LA CONTREE

La nouvelle identité a été développée avec l'agence rennais La Contrée (lacontree.fr), partenaire de Destination Rennes depuis juillet 2023.

« Je suis particulièrement heureuse de voir naître Rennes.Original. Cette marque est le fruit d'un travail collectif et la traduction d'une conviction forte : l'attractivité de notre territoire repose avant tout sur ce qui le rend singulier, original. Cette marque nous permet de mieux raconter Rennes, d'en montrer les nombreux atouts mais aussi son énergie, son art de vivre et sa capacité à accueillir aussi bien les visiteurs d'un jour que les grands rendez-vous professionnels. » Angéline Duret, Directrice générale de Destination Rennes

CONTACTS PRESSE

Travel-Insight

Emilie Clouet – emilie@travel-insight.fr – 06 46 23 93 16

Emmanuelle Winter – emmanuelle@travel-insight.fr – 06 72 22 26 48

Destination Rennes

Joséphine Guinard – j.guinard@destinationrennes.com – 06 99 83 86 52