SIVI
Sublime Ivoire Information System

Campagne de lancement
Visite Sublime Côte d'Ivoire
Lot 1 & 2

Recommandation agence

VOODOO

01

Présentation agence

VOODOO



Cast a spell, change the world

Abidjan • Dakar • Ouagadougou • Lomé • Douala • Kinshasa •

300 employés. 4 pôles d'activités. 1 offre intégrée.

1er groupe de communication en Afrique de l'Ouest et du Centre.

*Communication & Marketing alternatif, Digital/Media, Intelligence Marketing, Events & Entertainment

VOODOO... EN BREF

1999. CREATION DE L'AGENCE

Une poignée de jeunes africains démarrent le rêve d'une agence de campagnes conçues pour les africains par les africains

2008. NAISSANCE DU GROUPE

A la faveur de l'expansion régionale et du développement de plusieurs activités, le groupe Voodoo naît pour offrir le meilleur service à ses clients



VOODOO... EN BREF

2020. LANCEMENT LIFE TV

Afin d'étendre son offre dans les médias, Voodoo Group lance à la suite du magazine Life, sa chaîne de télévision accessible sur le bouquet Canal+

2022. REBRANDING LIFE RADIO

En Côte d'Ivoire, Vibe Radio devient Life radio pour renforcer la marque globale Life (et reste Vibe Radio au Sénégal)



VOODOO... LES ACTIVITÉS

PUBLICITE & DIGITAL

VOODOO ABIDJAN

VOODOO DAKAR

VOODOO OUAGADOUGOU

VOODOO LOMÉ

VOODOO DOUALA

VOODOO KINSHASA

MEDIA

Life mag

Life tv

Life radio #commetulentends

ELLE CÔTE D'IVOIRE

AGENCE EVENT

NVLLESODA

& DIVERTISSEMENT

BBr

MANDJARO BAR LOUNGE CIGARS & MORE

LIFE STAR lounge & clubbing

02

Note méthodologique

VOODOO

Visite Sublime Côte d'Ivoire

La plateforme digitale conçue comme une **vitrine nationale centralisée du tourisme ivoirien**, ayant pour ambition de valoriser, structurer et promouvoir l'ensemble de l'offre touristique du pays.

Elle propose notamment :

Une mise en lumière des activités touristiques ivoiriennes

Culture, patrimoine, écotourisme, loisirs, événements et expériences locales…

Un accès simplifié et structuré aux offres des acteurs du secteur

Hôtels, restaurants, agences de voyage, guides touristiques, transporteurs…

Une organisation claire et attractive de l'information touristique

Planification et réservation d'expériences sur l'ensemble du territoire.

Pensée comme un hub digital à l'instar des autres sites touristique nationaux

visitebenin.com



visitezlesenegal.com



Visite Sublime Côte d'Ivoire vise à :

- renforcer la visibilité des acteurs locaux,
- améliorer l'expérience utilisateur des voyageurs,
- et soutenir le développement du tourisme national.

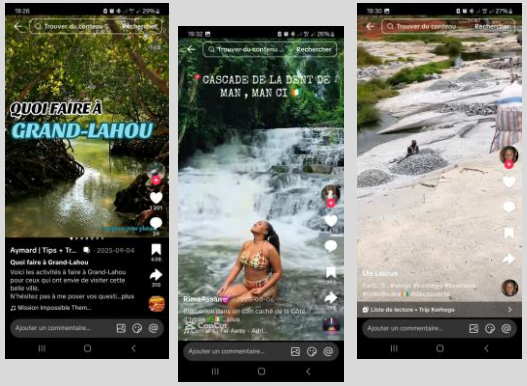
L’audience : Visiteurs internationaux (Afrique & Occident)

La plateforme Visite Sublime Côte d’Ivoire s’adresse principalement à une clientèle étrangère, composée de voyageurs africains et occidentaux, en quête de découvertes, d’expériences authentiques et de nouvelles destinations.
Trois segments se distinguent selon la diversités des offres touristiques de la Côte d’Ivoire

Touristes d’exploration tradi-culturelle

Ce segment regroupe les voyageurs attirés par la richesse culturelle, l’histoire et la diversité identitaire du pays.

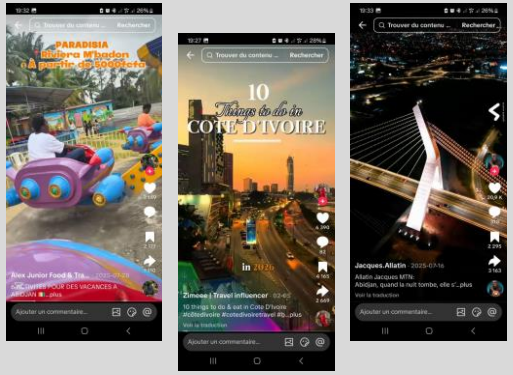
Leurs attentes :
Découverte ethniques et traditions locales
Visites de sites historiques et patrimoniaux
Immersion dans les villages et modes de vie
Exploration de la nature (parcs, forêts, montagnes)



Touristes d’activités urbaines

Ce profil correspond aux voyageurs attirés par le dynamisme des grandes villes ivoiriennes, notamment Abidjan.

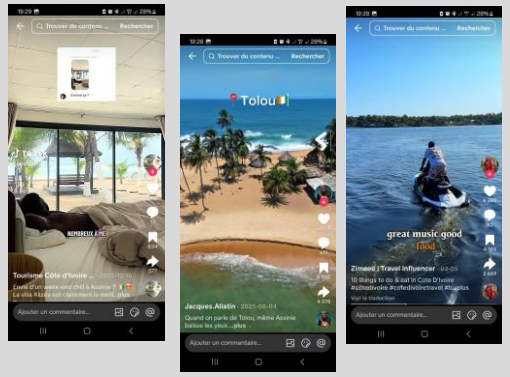
Leurs attentes :
Découverte de la scène gastronomique
Vie nocturne et événements
Expériences lifestyle



Touristes d’expériences balnéaires

Ce segment regroupe les visiteurs en quête de détente, de paysages côtiers et d’expériences en bord de mer.

Leurs attentes :
Séjours plage et détente
Resorts et hôtels balnéaires
Activités nautiques et loisirs
Escapades à proximité des grandes villes

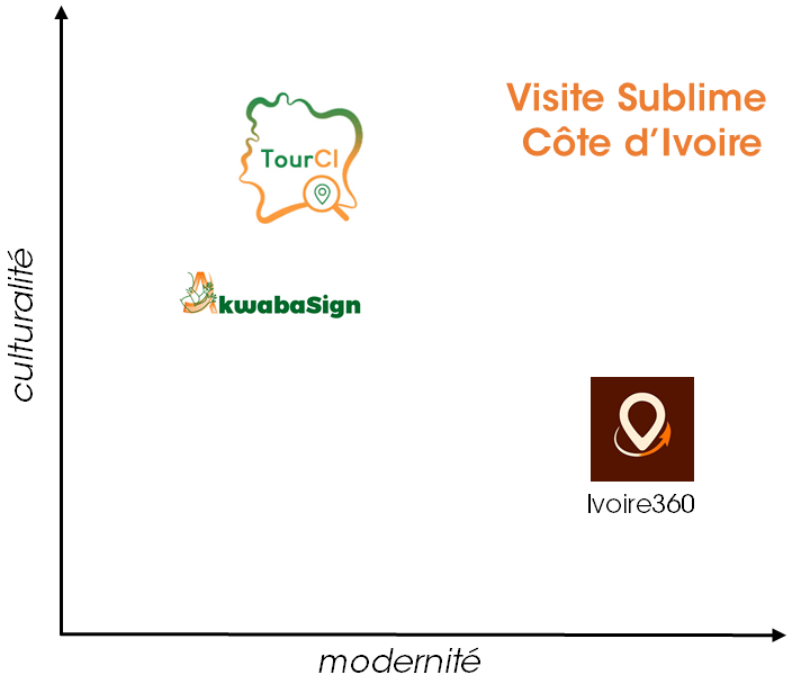


Positionnement stratégique

L'analyse des attentes des cibles met en évidence deux aspirations majeures chez les visiteurs internationaux :
La recherche de modernité : expériences urbaines, dynamisme, confort, standards internationaux
La quête de culturalité : authenticité, traditions, patrimoine et immersion locale

Les plateformes touristiques existantes en Côte d'Ivoire ont tendance à se positionner de manière partielle, en privilégiant généralement un seul de ces axes (voir mapping ci-dessous).

MAPPING DE POSITIONNEMENT



Un positionnement différenciant : la convergence des expériences

Visite Sublime Côte d'Ivoire se distingue par un positionnement hybride et complémentaire, en se situant à l'intersection de ces deux dimensions clés.

Une valorisation de la Côte d'Ivoire moderne
villes dynamiques, gastronomie, événements, hospitalité haut de gamme

Une immersion dans la Côte d'Ivoire authentique
traditions, diversité ethnique, patrimoine naturel et culturel

Une promesse forte

En combinant modernité et culturalité, la plateforme ambitionne de devenir :
La vitrine authentique des les expériences touristiques de Côte d'Ivoire vivante

Plateforme de campagne

Histoire et beauté

La plateforme incarne l'ambition centrale de Visite Sublime Côte d'Ivoire : devenir une vitrine nationale complète, accessible et fidèle à la richesse touristique du pays. Elle traduit une promesse forte : offrir aux visiteurs une vision globale, immersive et cohérente de la destination, en rassemblant toutes ses facettes au sein d'une même expérience digitale.

Les 3 visages de la Côte d'Ivoire

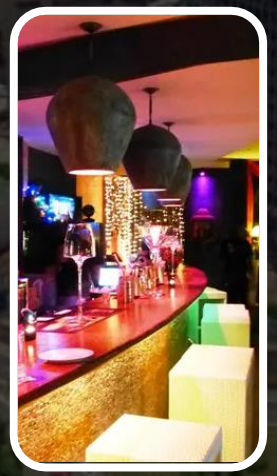
La plateforme s'incarne à travers 3 piliers qui fonde l'expression touristique du paysage ivoirien.



L'authenticité

Une Côte d'Ivoire enracinée dans ses traditions et sa richesse culturelle

- Patrimoine,
- Histoire,
- Diversité ethnique



La festivité

Une Côte d'Ivoire moderne, dynamique et vibrante

- Vie urbaine,
- Gastronomie,
- Nightlife



La beauté

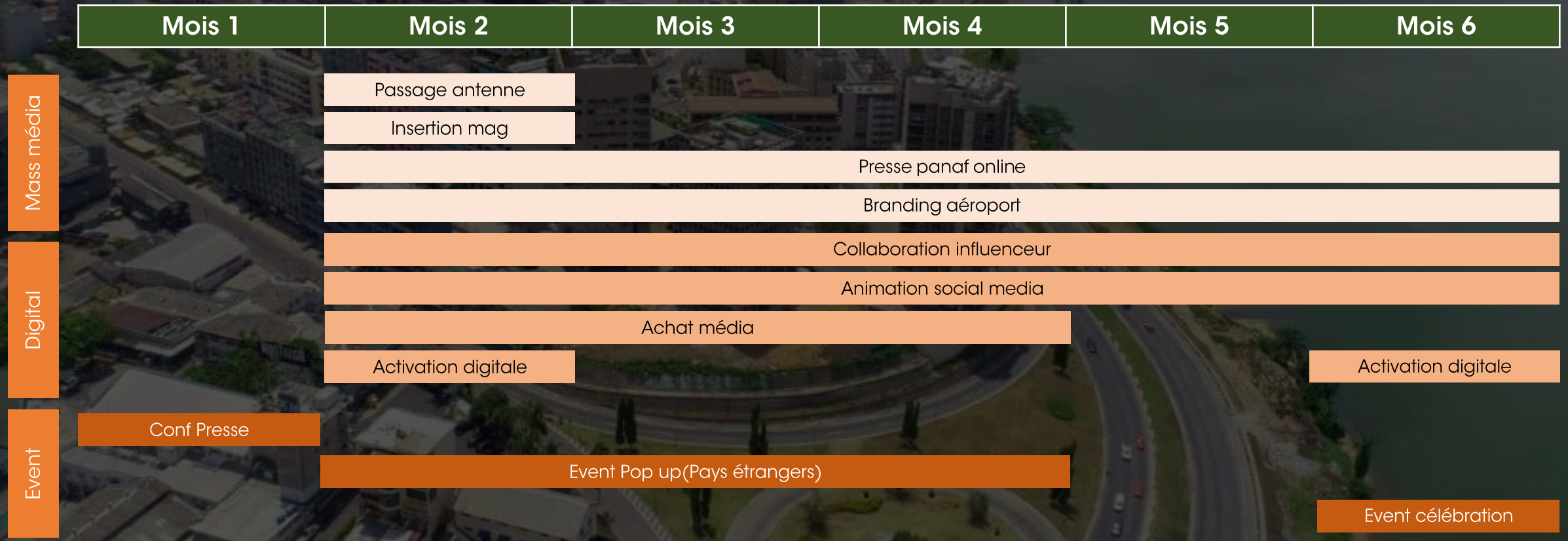
Une Côte d'Ivoire naturelle, apaisante et spectaculaire

- Littoral
- Stations balnéaires

Stratégie de déploiement global

Mass média	Digital	Event
- Passage antenne - Branding aéroport - Presse panaf online - Insertion mag + QR code	- Achat média - Collab influenceur - Animation social média - Activation digitale	- Conférence presse (CIV) - Event pop up (pays étrangers) - Event de célébration

Timeline d'exécution



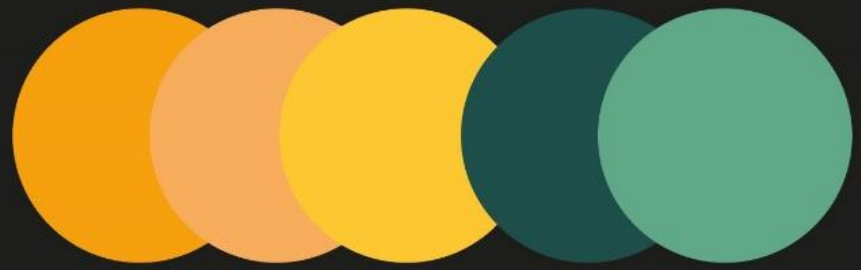
03
Proposition technique

VOODOO



Palette de couleur
Soleil, rayonnement et nature

L'atmosphère du sublime.



1

Logo masque

À l'intérieur, chaque élément raconte une facette du territoire : le soleil, la nature, la note de musique et e ballon. L'ensemble exprime la richesse de l'expérience ivoirienne.

VISITE
SUBLIME
CÔTE D'IVOIRE

2

Logo marqueur de destination

Ici, l'idée est de détourner le code pays ISO CIV pour en faire un marqueur de destination. On passe d'un langage froid et technique à une identité touristique forte.

VISITE
SUBLIME
CIV

3

Logo œil

Ce logo invite à venir voir et vivre la destination. Il reprend un symbole simple et universel qui représente la découverte : l'oeil, qui devient un soleil, évoquant la chaleur et le rayonnement du pays.

VISITE
SUBLIME
CÔTE D'IVOIRE

4

Logo éléphant

Un symbole immédiatement associé à la Côte d'Ivoire : l'éléphant, qui devient un emblème modernisé, incarnant une Côte d'Ivoire majestueuse et profondément ancrée dans son identité.

VISITE
SUBLIME
CIV

LA SIGNATURE.

QUE LE VOYAGE COMMENCE !	Une invitation directe.
VOYEZ DU PAYS !	Un appel à la découverte.
À VOIR, À VIVRE !	Une promesse forte.
ENTRE HÉRITAGE & MODERNITÉ	Un portrait.
VOUS Y ÊTES PRESQUE !	Une projection.

VISITE
SUBLIME
CIV



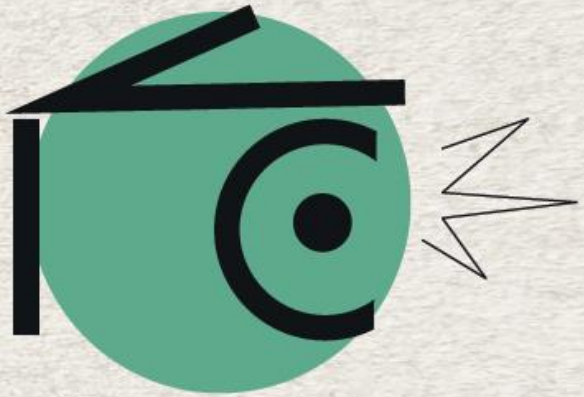
PATRIMOINE



PLAGE/COCOTIER



MUSIQUE



TOURISME


VISITE
SUBLIME
CIV
VOUS Y ÊTES
PRESQUE !
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetuer adipiscing elit,
sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet
dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad m


VISITE
SUBLIME
CIV
VOUS Y ÊTES
PRESQUE !
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetuer adipiscing elit,
sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet
dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad m

APPROCHE MEDIA

Notre expérience en recommandations média (hors digital), nous proposons le dispositif ci- après :

	SUPPORTS	CANAL	IMPACT
TELEVISION	▪ **A+** ▪ **NOVELAS** ▪ **FRANCE24** ▪ **CNN** ▪ **CANAL SPORT** ▪ **TRACE URBAN/AFRICA** ▪ **RTI** ▪ **LIFE TV**	▪ **SPOT** : Diffusion en prime time autour des programmes d'actualité, société, économie, politique, sportifs, de divertissement (Musique, talk-shows, fictions, téléréalités…) sur les principaux supports proches de la cible ▪ **PAD :** diffusion de films institutionnels plus d'amplification et de prestige à la campagne:	▪ A+ : chaîne dédiée aux fictions africaines et ivoiriennes ▪ Novelas+ : chaîne dédiée aux fictions latines, leader dans plusieurs pays africains ▪ CANAL+SPORT : n°1 sur les hommes **(65% sur la cible hommes)** ▪ FRANCE24 : Chaîne d'actualités internationale ▪ CNN : Chaîne d'actualités internationale (diffuse en langue anglaise) ▪ RTI : chaîne nationale de CI ▪ LIFE TV : chaîne généraliste **(TOP 2 des chaînes les plus suivis en CI par les 15-34 ans)** ▪ TRACE : chaîne musicale présente dans plusieurs pays africains
AFFICHAGE	▪ **PANNEAUX INDDOR**	▪ Présence dans **le principal aéroport du pays**	▪ ODV : estimée à **02 551 000 (nbre voyageurs enregistrés en 2025)**
PRESSE ONLINE & OFFLINE	▪ **JEUNE AFRIQUE** ▪ **THE AFRICA REPORT**	▪ **ANP dans les supports de prestige privilégié par les internationaux** ▪ **Bannières sur les sites en ligne**	▪ **Magazines premiums internationaux influents sur la cible lifestyle et showbiz disposant d'un vaste réseau international** Jusqu'à 10 millions de contacts multicanaux par mois

APPROCHE EVENT

Le lancement de SIVI s'articulera en **deux phases complémentaires**, pensées pour maximiser à la fois **l'impact médiatique et la crédibilité institutionnelle**.

EVENT 1

Une première phase, **immersive** et **dynamique**, réunira influenceurs, créateurs de contenus et médias autour d'expériences concrètes de la plateforme, générant du contenu authentique et un fort écho digital.





EVENT 2

La seconde phase viendra officialiser ce lancement à travers un **événement institutionnel** réunissant autorités, partenaires et acteurs du secteur. Appuyée par les contenus et retours d'expérience de la première phase.





AUTRES ACTIVATIONS

SIVI EXPERIENCE TRIPS

Les SIVI Experience Trips consistent à organiser des **voyages de découverte** en Côte d'Ivoire avec des influenceurs locaux et internationaux. Ils vivent des expériences authentiques tout en utilisant la plateforme, et produisent des films immersifs tout au long de leur parcours.





SIVI TOUR

EN GRANDES SURFACES

Cette activation consiste à déployer des **stands informatifs** dans les **grandes surfaces** et **lieux à forte affluence** (supermarchés, mall…). Le public y découvre la plateforme, ses avantages et peut la tester directement avec un accompagnement sur place.





DANS LES HÔTELS

Cette seconde activation consiste à installer des **stands informatifs** dans **des hôtels très fréquentés** à travers le pays (akoula, l'ancrage sassandra, bbr…). Les voyageurs peuvent y découvrir la plateforme, ses services et être accompagnés pour l'utiliser en temps réel.





PLUS LARGE

1- EVERYWHERE WITH YOU

SIVI Everywhere With You consiste à déployer un dispositif de **visibilité à grande échelle (plusieurs pays)** à travers le branding d'arrêts de bus, de bus, de panneaux et de supports urbains. La plateforme s'inscrit ainsi dans le quotidien des publics, avec une présence constante, visible et mémorable.

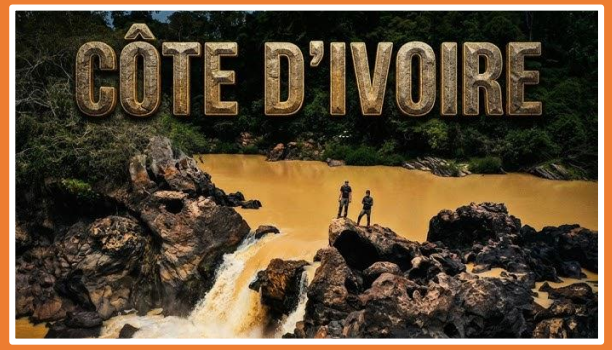






2 - VISIT THE COAST WITH SIVI





« Visit the Coast with SIVI » consiste à **embarquer un influenceur** dans un tour des villes de Côte d'Ivoire pour vivre et documenter l'expérience de la destination. Il y vit des **expériences authentiques** tout en réalisant un **film immersif** valorisant la destination et l'usage de la plateforme. Ce contenu sera ensuite diffusé en cinéma et sur SIVI pour inspirer, séduire et donner envie de voyager.

04
Références

VOODOO

CAS 1 : Air Côte d'Ivoire

CONTEXTE & CHALLENGE

Après plus de 10 ans à la conquête du ciel africain, Air Côte d'Ivoire se tourne aujourd'hui vers le défi long courrier et tente de se rapprocher des standards européens. Le point de départ sera le confort à bord de 3 nouveaux avions.
À l'image de cette belle évolution, l'identité visuelle de la marque doit être repensée.
Ce changement devra être subtil, pour ne pas « perdre » nos voyageurs.
Pour se montrer à la hauteur de son ambition, la compagnie devra aussi et surtout renvoyer une image plus moderne, plus élégante, ouverte sur le monde.

SOLUTION & ACTIONS

Nous proposons un logo simplifié :

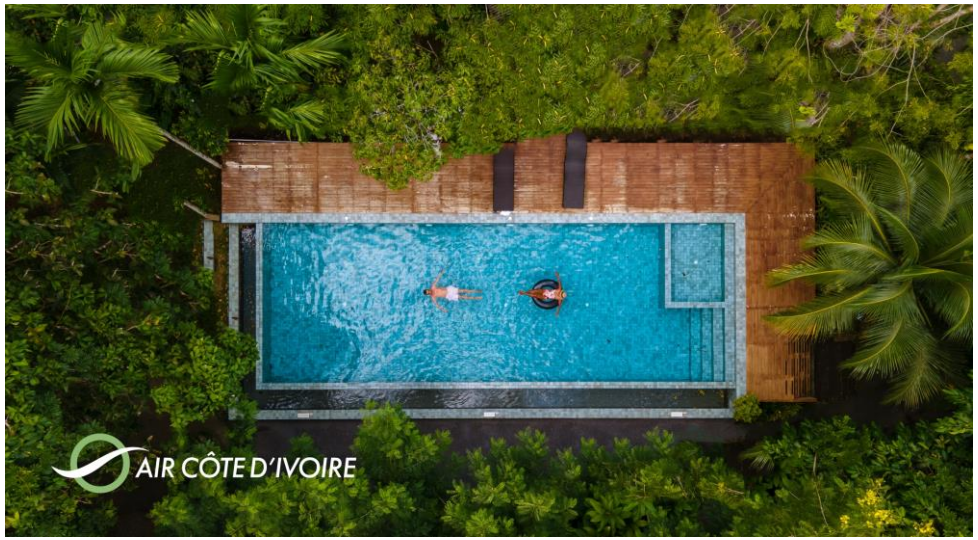
Le rond, qui représente le globe, est vide pour représenter l'exploration d'un nouveau monde.
Nous passons de deux vagues (représentant le réseau domestique et régional) à une vague, qui illustre un avion parcourant le globe.
La typo est en lettres capitales pour un rendu plus chic.

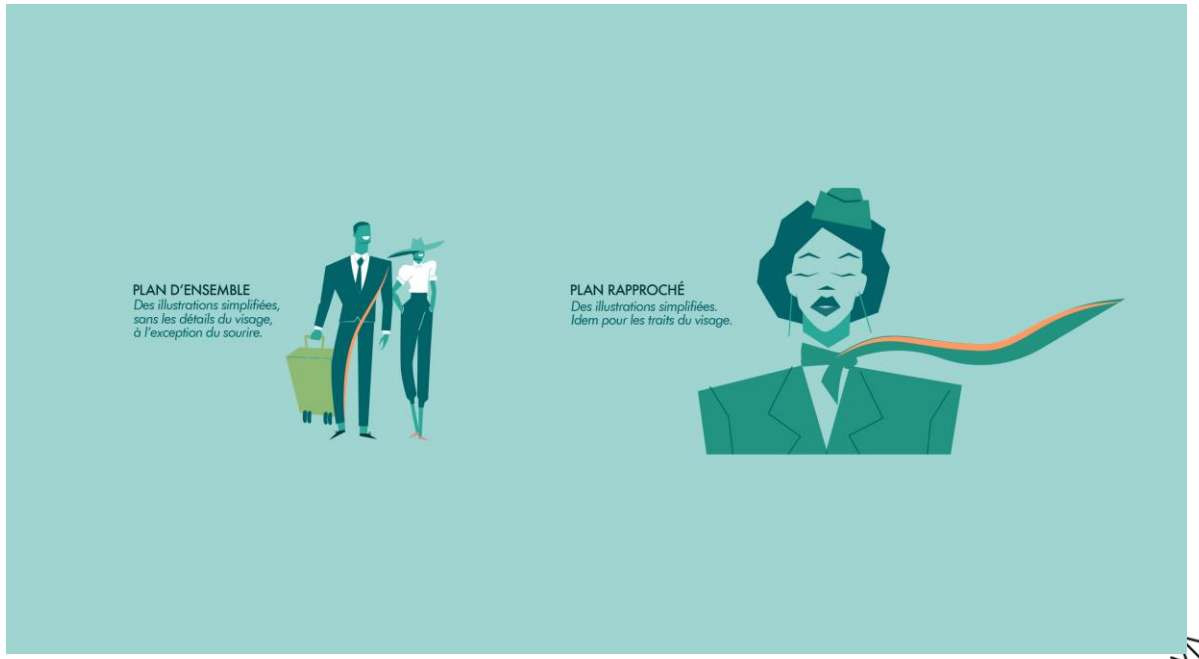
Avant

Après


Idéogramme complexe
Air Côte d'Ivoire
TYPO MINUSCULE
Idéogramme simple
AIR CÔTE D'IVOIRE
TYPO CAPITALE


AIR CÔTE D'IVOIRE / LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET


AIR CÔTE D'IVOIRE


PLAN D'ENSEMBLE
Des illustrations simplifiées, sans les détails du visage, à l'exception du sourire.
PLAN RAPPROCHÉ
Des illustrations simplifiées. Idem pour les traits du visage.

CAS 2 : MANSA BANK

CONTEXTE & CHALLENGE

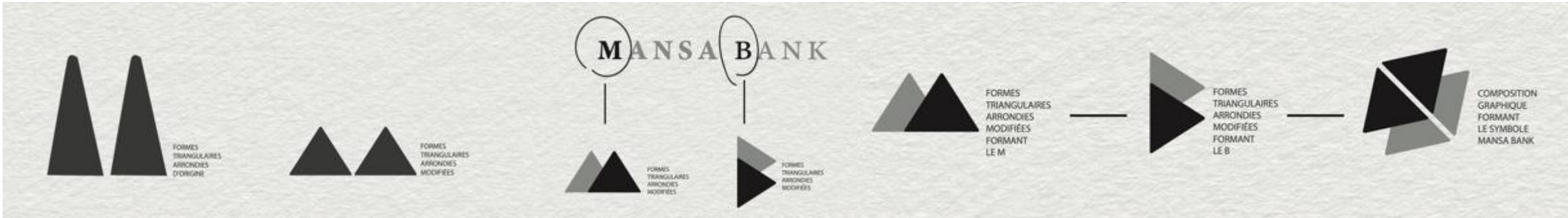
Créée en 2018, Mansa Bank est une institution bancaire ivoirienne qui souhaite créer des champions africains et qui s'engage en faveur d'une inclusion financière profitable à tous les africain.

Dans un secteur bancaire très concurrentiel avec plus de 25 banques, Mansa Bank émerge avec pour objectif de se démarquer dans un environnement où les consommateurs ont été longtemps exposés aux messages publicitaires des autres institutions bancaires établies.

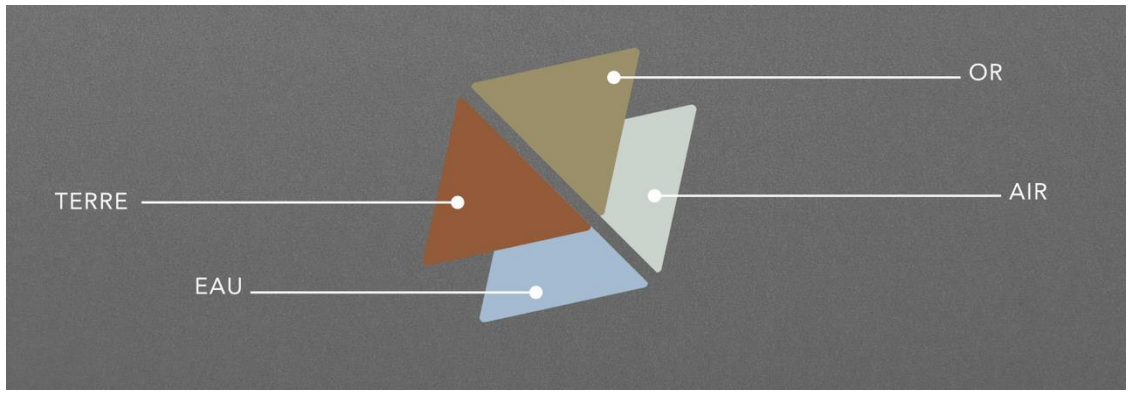
SOLUTION & ACTIONS

La marque s'inspire de l'histoire du Roi Mansa Musa, qui fut l'homme le plus riche de l'histoire.

La signature et l'identité graphique traduise la vocation de la marque qui renvoie fortement une Afrique traditionnelle riche et prospère.


FORMES
TRIANGULAIRES
ARRONDIES
D'ORIGINE
FORMES
TRIANGULAIRES
ARRONDIES
MODIFIÉES
MANSA BANK
FORMES
TRIANGULAIRES
ARRONDIES
MODIFIÉES
FORMES
TRIANGULAIRES
ARRONDIES
MODIFIÉES
FORMES
TRIANGULAIRES
ARRONDIES
MODIFIÉES
FORMANT
LE M
FORMES
TRIANGULAIRES
ARRONDIES
MODIFIÉES
FORMANT
LE B
COMPOSITION
GRAPHIQUE
FORMANT
LE SYMBOLE
MANSA BANK


MANSA BANK
Monogramme
Idéogramme
Forme composite


OR
TERRE
AIR
EAU

CAS 3 : Adenka

Empreinte africaine, expertise internationale

CONTEXTE & CHALLENGE

M. MARC WABI, fort de ses 27 années d'expérience en audit et conseil aux entreprises chez l'une des plus grandes multinationales spécialistes en la matière (DELOITTE), souhaite lancer son propre cabinet d'audit.
Il rêve d'un cabinet qui sera porté par des valeurs africaines fortes et qui aura pour l'Excellence son crédo.

LE CHALLENGE
Donner vie à une nouvelle marque en puisant dans les sources intarissables de la richesse du patrimoine culturel africain et surtout assurer son lancement sur le marché. Le tout en 7 jours chrono.

SOLUTION & ACTIONS

Plutôt que d'utiliser un symbole Adinkra existant, nous sommes allés un peu plus loin pour en créer un nouveau, unique, authentique et chargé de sens. Nous l'avons appelé le 99ème symbole

Pour y arriver, nous nous sommes appuyés sur 3 symboles forts :

- Ananse Ntontan (sagesse et créativité)
- Nyame Due (arbre de vie)
- Bese Saka (Abondance et unité)

LE RESULTAT : ADENKA, Empreinte africaine, expertise internationale. Une marque ancrée dans ses racines africaines, cohérente et qui se distingue par une identité particulière.

LE RESULTAT

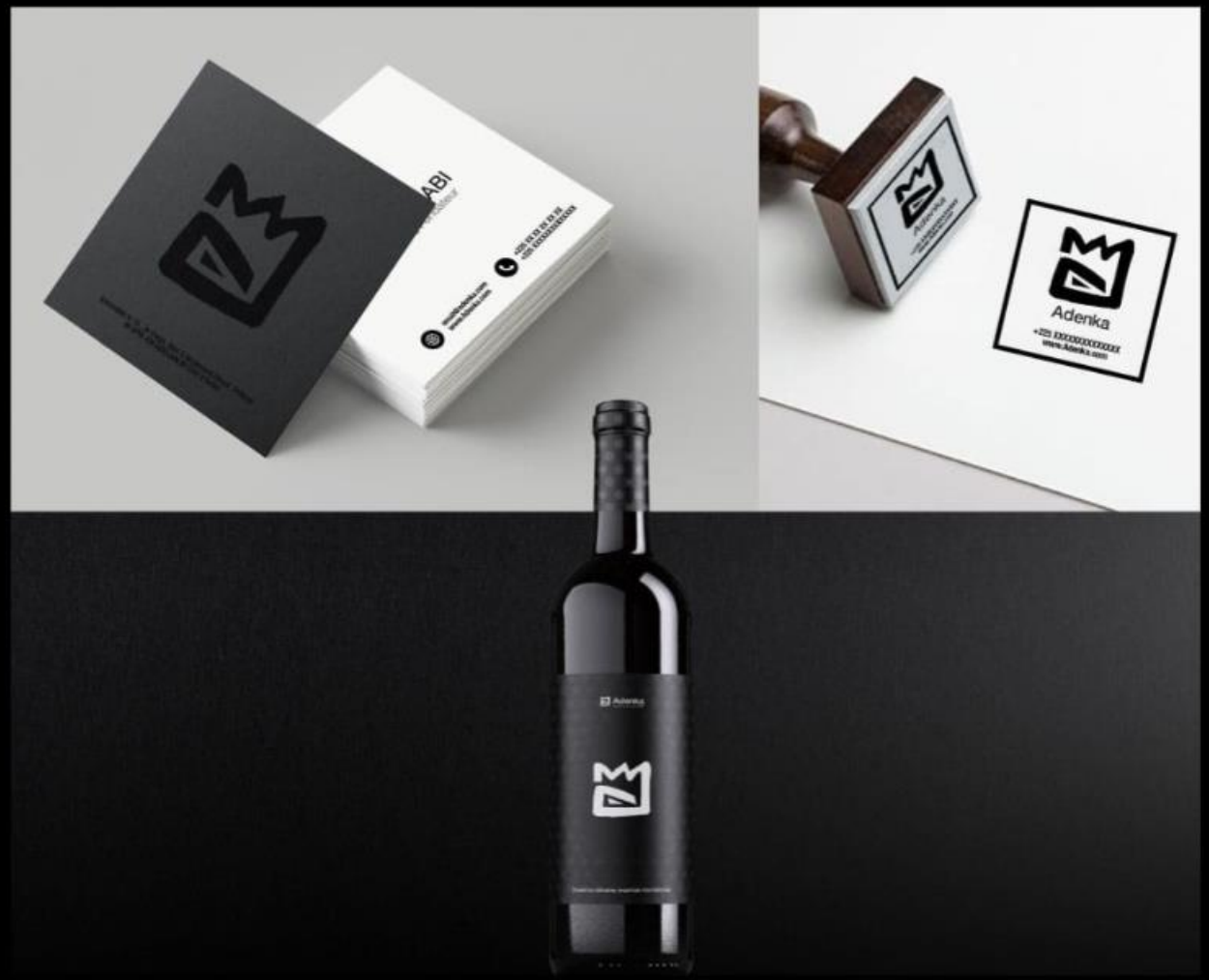
**ADENKA, Empreinte africaine,
expertise internationale.**

Une marque ancrée dans ses racines africaines,
cohérente et qui se distingue par une identité particulière.
Logo - Identité - etc









CAS 5 :

CONTEXTE & CHALLENGE

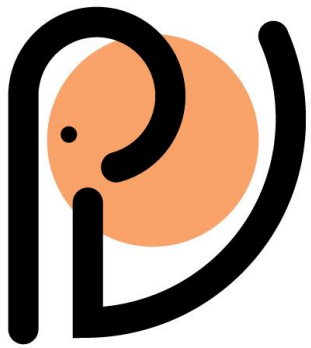
La CAN 2024 est un défi d'envergure dont la réussite repose grandement sur le **Programme des Volontaires**,
levier organisationnel et opérationnel d'importance majeure.

Un vaste programme qui va toucher **tous les aspects** de la CAN:

SOLUTION & ACTIONS

Nous avons proposé à la marque de :

- Planifier sa prise de parole en fonction des articulations du programme
- Attribuer une identité forte et propre au programme et à tous ses participants
- Exécuter avec excellence chacune des phases



PROGRAMME
VOLONTAIRES



PROGRAMME
VOLONTAIRES


SIVI
Sublime Ivoire Information System
Merci.
VOODOO