

Réalisation d'une étude identitaire et d'une plateforme de marque de la région Bretagne



Présentation de la méthodologie



territoire • économie • formation • lycée • transport • environnement & tourisme • culture & sport • solidarité • europe



Le prestataire retenu



- Le **Cabinet CoManaging**, créé par Joël Gayet, est spécialisé dans le marketing et l'identité des territoires, créateur en Europe des « Portraits identitaires » de territoire et qui a réalisé, à ce jour, 30 analyses de territoires en France, Belgique et Suisse.

→ Une **méthodologie** rigoureuse et éprouvée avec une **approche participative** et une **large consultation de la population et de ses acteurs.**

Le portrait de la Bretagne



Une étude en deux parties :

- Un portrait de la Bretagne, étude approfondie de l'identité de la région.
 - ➔ Élément clé de différenciation, de compétitivité et d'attractivité.
- Une réflexion sur le positionnement et la stratégie de la marque Bretagne.

Le portrait de la Bretagne



- Analyse de la personnalité profonde du territoire à travers l'ensemble des « signes » qui la composent et la caractérisent et des traits saillants qui la démarquent des autres territoires
- La région va être étudiée comme une personne
 - ➔ Son portrait « visible »
 - ➔ Son portrait « psychologique »
 - ➔ Sa personnalité dans son ensemble

Le Portrait de la Bretagne

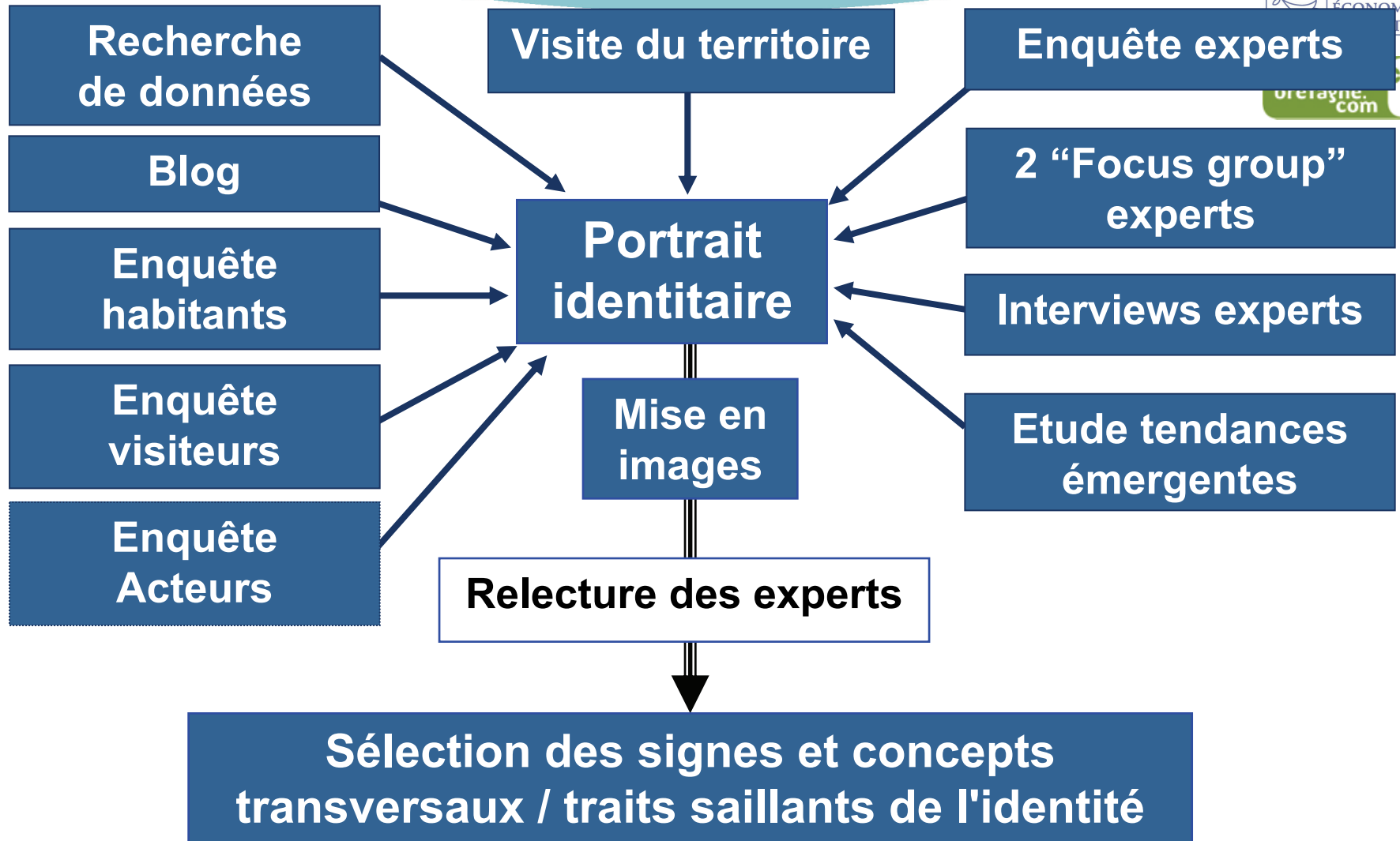


Liste des signes identitaires pouvant être étudiés dans un portrait identitaire

Portrait Sensible et Visible	1	couleurs
	2	matières
	3	goûts
	4	odeurs et sons (dont langues entendues)
	5	lumière
	6	climat
	7	situation et accessibilité
	8	dynamique
	9	motifs et formes
	10	relief, perspectives & proportions
	11	composition & paysages
	12	patrimoine naturel & environnement
	13	organisation, ruralité & structure territoriale
	14	habitat & urbanisme
	15	patrimoine architectural et artistique
	16	patrimoine des personnalités
	17	patrimoine des savoir-faire
	18	profil économique
	19	vie et équipements culturels / activités et animations

Méthodologie générale

Méthodologie / Réalisation du portrait de la Bretagne



La plateforme de marque



L'élaboration d'une Plateforme de marque commune et partagée

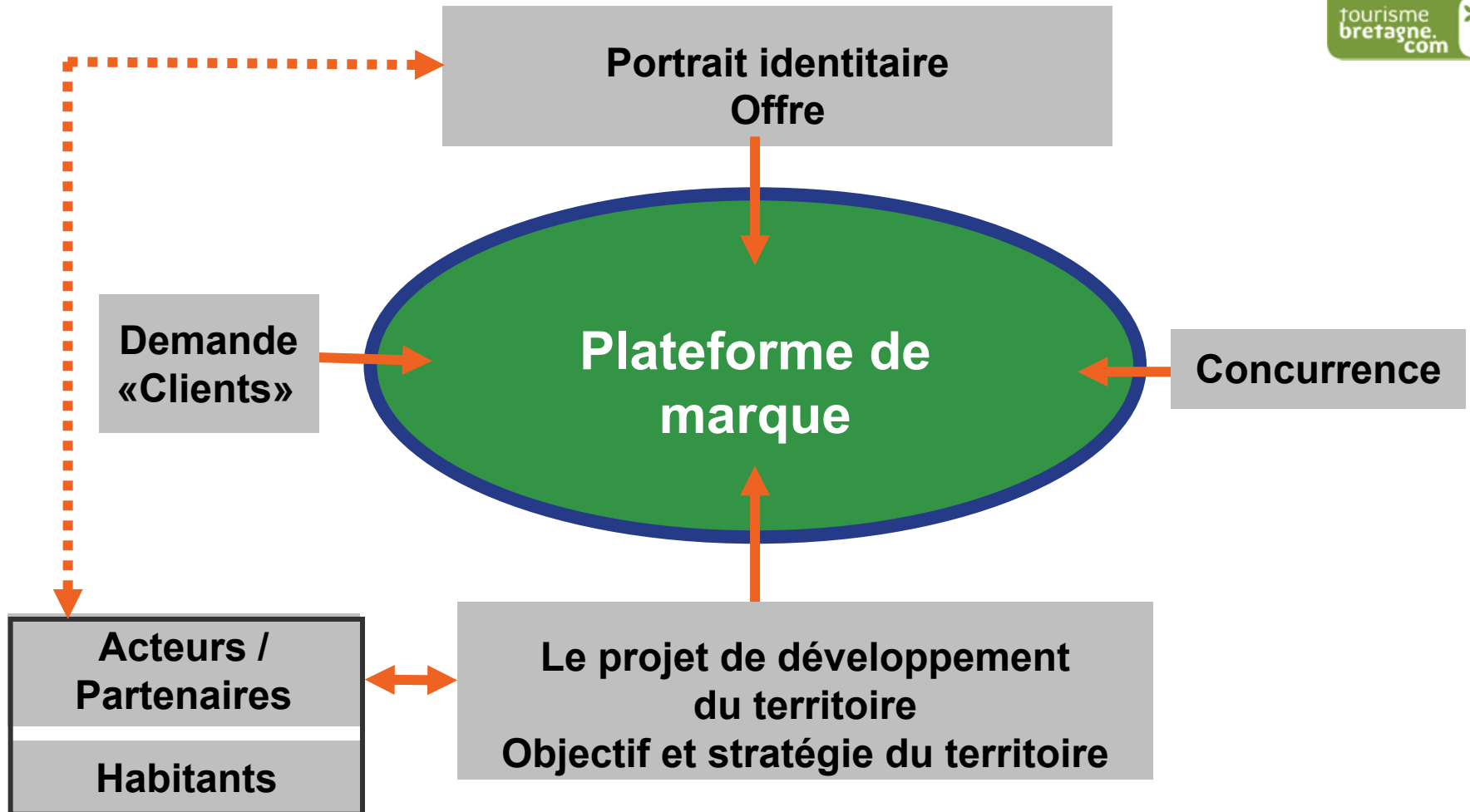
- La Plateforme de marque territoriale permet de formaliser, dans un document synthétique le positionnement stratégique de la marque d'un territoire qui définit sa vision, son ambition, sa mission, ses valeurs et ses engagements.
- Cette plateforme sert de référent collectif et de cahier des charges pour la réalisation des projets de développement du territoire et l'ensemble de son marketing et de sa communication mais aussi pour la réalisation concrète de son « code de marque » partagé.

La plateforme de marque



- **Les objectifs** de la Plateforme de marque commune :
 - ➔ permettre à la Bretagne d'améliorer sa cohérence, sa force d'attractivité,
 - ➔ montrer sa « différence » par rapport à son environnement concurrentiel,
 - ➔ fédérer les habitants et les acteurs autour de cette démarche et autour des valeurs de la marque,
 - ➔ donner concrètement un « **fil rouge** » qui peut être décliné par l'ensemble des acteurs publics et privés qui communiquent sur la Bretagne, au premier desquels la Région, l'AEB et le CRT.

Plateforme de marque



Méthodologie générale



Méthodologie / Réalisation de la Plateforme de marque



Elle s'appuie sur l'étude du portrait de la Bretagne et sur des :

- **Interviews** en face à face de certains experts
- **Réunions de travail** avec la Direction de la communication du Conseil régional, le Comité régional du tourisme et l'Agence économique
- **Recherches de données et analyse synthétique** des orientations de la Région, des grands projets en cours, des études et plans marketing réalisés sur la Bretagne, des attentes partagées de toutes les «cibles» du territoire (habitants, touristes, investisseurs...)
- **Sélection des signes et concepts transversaux** de l'identité, des traits saillants qui caractérisent la Bretagne et la démarquent de ses concurrents
- **Commission marketing**
- **Enquête acteurs économiques**



Calendrier

Calendrier



- **Jeudi 22 et vendredi 23 mars** : envoi des questionnaires « Identité » et « Marque » à plus de 700 « experts »
- **Semaine du 26 janvier** : mise en ligne du Blog *Bretagne qui es-tu ?*
- **Fin janvier/début février** : enquête habitants (1000 personnes)
- **Février** : enquête mail auprès des visiteurs
- **4 et 5 mars** : 2 tables ronds avec 30 « experts »
- **Mi-mars** : résultats des enquêtes
- **Mi-mai** : présentation d'un pré-rapport du portrait identitaire
- **De mi-mai à mi-juin** : production d'une plateforme de marque
- **Fin juin** : présentation du portrait identitaire et de la plateforme de marque