



Témoignage d'un territoire

Teddy REGNIER

Vice-président de Vitré Communauté

<http://www.les-3-v.com/>



**Une marque pour le territoire,
Des ambassadeurs pour son
développement.**

**L'Effet Vitré : la marque d'attractivité
du territoire de Vitré Communauté**

Les enjeux

- **Economie** : renforcement de l'image et diversification du message
- **Tourisme** : émergence locale et structuration
- **Cadre de vie** : valoriser l'offre globale et montrer la diversité du territoire (cible résidentielle)

Les objectifs

- **Structurer** notre communication
- **Développer** une stratégie d'attractivité pour anticiper sur les changements économiques et sociaux
- **Différencier** le territoire en exprimant ses valeurs identitaires afin d'en assurer la promotion.

 **une marque de territoire**

Nos caractéristiques

- **Une attractivité économique unique :**
5,5 % de chômage / + de 40 % d'emplois industriels
- **Un patrimoine touristique et culturel riche et surprenant :**
Mme de Sévigné, Château médiéval, porte symbolique de la Bretagne
- **Un cadre de vie propice à l'épanouissement et à l'équilibre**
- **Un diagnostic** à l'origine de la démarche pour saisir comment les habitants voient leur territoire, ce qui en fait sa particularité et ce qui les rassemble.

Les valeurs qui nous rassemblent

OPTIMISME
RÉALISME COLLECTIF
EXIGENCE

■ L'optimisme

- Une attitude positive
- La confiance en l'avenir
- La capacité à lancer des projets et les mener à bien
- L'innovation
- La capacité à réagir et à créer « des possibles »

■ Le collectif

- La solidarité, l'humanisme, l'esprit d'équipe et de famille
- L'équilibre
- Une capacité à réagir et à construire
- La fierté d'appartenance au territoire
- L'éthique du travail

Les valeurs qui nous rassemblent

■ Le Réalisme

- Le dynamisme au quotidien
- Le sérieux, la rigueur
- Un territoire de solutions précises
- Un état d'esprit adapté aux entrepreneurs et aux pragmatiques

■ L'Exigence

- Une réussite économique et sociale mesurable
- L'exigence envers les autres, le territoire et aussi envers soi-même
- L'innovation
- Le souci de l'efficacité
- La valeur du travail

Le positionnement

Le territoire bénéficie de conditions économiques, géographiques et humaines uniques en France.

Il transmet son optimisme, son énergie positive et nous fait bénéficier de tous les atouts dont nous avons besoin pour nous épanouir.

C'est un territoire de solutions qui change la vie. Il ne laisse personne indifférent.

La marque



Quelle articulation ?

Exemple avec Only Lyon et La Roche sur Yon



Une déclinaison des logos institutionnels

A. LA MARQUE D'ATTRACTIVITÉ

Visible et percutante, pour démarquer Vitré et fédérer les acteurs locaux.

Son identité incarne totalement notre ADN.



B. LES INSTITUTIONS

Pratique, ludique et simple, destinée à informer au quotidien.

Leur identité s'inspire de l'univers de marque en en respectant les bases.



Le réseau d'ambassadeurs

- **Pourquoi ?** Pour fédérer sous la même bannière l'ensemble des acteurs du territoire afin de mieux le faire connaître, de faire venir davantage d'entreprises, de touristes...
- **Comment ?** La marque est conçue comme une boîte à outils à disposition de tous ses ambassadeurs afin qu'ils puissent utiliser les arguments de la marque et ses outils pour relayer la promotion du territoire.
Ils se retrouvent au sein d'un réseau d'échanges
- **Qui ?** Un ambassadeur peut être un habitant, un acteur touristique, économique ou institutionnel, public ou privé, du périmètre de Vitré Communauté.