



LA MARQUE

DÉMARCHE DE MARKETING TERRITORIAL

Le marketing territorial est aujourd'hui un outil incontournable, parce qu'il permet de travailler sur son image sur le long terme, de réfléchir à une utilisation optimale des nouveaux et nombreux outils à disposition et de générer rapidement une visibilité accrue à notre offre auprès des cibles pertinentes.

Tous les territoires qui ont mis en place ce type de démarche visent un objectif simple : générer une croissance interne en attirant des entreprises, des touristes, de grands événements, ainsi que tout secteur d'activité qui permette de dynamiser l'économie locale, notamment touristique.

L'image du territoire, sa capacité à séduire les entrepreneurs, les salariés, les organisateurs d'événements ou les grandes entreprises est au coeur des problématiques de développement territorial, au coeur de la stratégie de développement touristique, résidentiel et économique.

Elle est également un puissant vecteur de fierté des résidents et des acteurs locaux, premiers ambassadeurs potentiels du territoire à l'extérieur.

Ce travail d'image de marque et les étapes de sa mise en oeuvre sont conçus pour permettre à la région d'être plus visible et lisible, de se démarquer, d'être attractive en enrichissant et en modernisant son image. Cette marque est pilotée par le Comité Régional du Tourisme Côte d'Azur

UNE MARQUE PERMETTANT DE RÉAFFIRMER LE STATUT DE LA DESTINATION ET DE RENFORCER LA FIERTÉ D'APPARTENANCE

Elle réaffirme le statut intemporel et la fierté de la marque Côte d'Azur. Elle affirme sa provenance et compte bien jouer un rôle majeur dans l'évolution de la marque France. Elle capitalise sur des références élégantes parmi les plus grandes marques mondiales. Elle situe géographiquement le terme « Côte d'Azur ».

EXPERIMENTER, SEDUIRE, INSPIRER

La marque Côte d'Azur est intemporelle, son histoire est solide et pionnière, mais elle doit suivre son temps, et même l'anticiper pour être à nouveau précurseur, réaffirmer son statut de marque-destination pionnière en inventant le tourisme de demain.

La Côte d'Azur doit redévelopper une part de rêve et sera donc :

EXPÉRIENTIELLE ET IMMERSIVE

Elle place l'expérience vécue et le "faire" au premier plan (vs paysages, discours, poésie). Cela se traduira par : des témoignages, la présence d'humains, la valorisation des usages et des actions, la mobilisation de blogueurs et influenceurs, l'utilisation prioritaire de médias réseaux sociaux et vidéo.

ASPIRATIONNELLE ET « PERSONNELLE »

Elle apporte une valeur ajoutée aux cibles et sait être proche de leurs attentes et usages : proche, humaine, accueillante, chaleureuse, ouverte... Cela se traduira par : la valorisation de valeurs fortes, d'un bénéfice personnel, du sur-mesure, de l'insolite, de l'humain, des témoignages.

INSPIRATIONNELLE ET CONNECTÉE

Elle doit donner envie de "faire" et être capable de donner des idées pour enrichir son séjour. Elle crée le lien entre les lieux, les usages, les modes de transports, le logement, les bons plans etc... Cela se traduira par : une manière de présenter le territoire et son offre qui combine toutes les dimensions du séjour (cf : <http://www.voyages-sncf.com/destinations/france/cote-d-azur>). Le licensing est une des applications de cette approche "inspirationnelle", en reliant par exemple des usages à des produits sous licence.

LUMINEUSE ET RAYONNANTE

Baignée de soleil, joyeuse, régénérante, colorée, belle, sensuelle, qui éveille les sens. Elle incarne le rêve et l'élégance.

OUVERTE ET ACCUEILLANTE

Chaleureuse, humaine, internationale.

INNOVANTE ET CRÉATIVE

En mouvement, dynamique, active, créative, plurielle. Inattendue, insolite.

INTEMPORELLE

Fièvre de ses traditions méridionales, de son héritage, de son histoire, riche d'un patrimoine culturel, gastronomique et linguistique solides qui traversent le temps et les modes.

LES PARTENAIRES

La Côte d'Azur est une marque puissante et intemporelle. Avec cette démarche «Côte d'Azur France» a un nouveau souffle et est un argument de fierté, de séduction et de conviction.

Acteurs privés et publics , nous contribuons tous au dynamisme et à l'image de notre lieu de vie ou d'implantation. En nous rassemblant derrière une bannière commune «Côte d'Azur France», en favorisant sa répétition, nous renforçons sa visibilité et donc sa notoriété.

Entreprises, associations, institutions du territoire, les partenaires portent l'image du territoire et la marque pour marquer leur appartenance et leur fierté.

Source : <http://www.marque-cotedazurfrance.com/>