



STRATÉGIE DE MARKETING TERRITORIAL ET D'ATTRACTIVITÉ POUR LE LIVRADOIS- FOREZ

Ces éléments ont été produit suite à l'étude sur la stratégie de marketing territorial et d'attractivité initié par le PNR Livradois-Forez.

1. Les objectifs de la démarche

- Accroître la notoriété et l'attractivité du Livradois-Forez
- Renforcer l'image du territoire
- Définir et partager un positionnement marketing commun
- Construire un discours d'attractivité partagé et porté par les acteurs du territoire
- Accompagner et amplifier les actions déjà conduites
- Rassembler et mobiliser largement les acteurs pour aller plus loin.

2. Les publics cibles

Les 3 publics cibles identifiés sont :

- **Jeunes couples / Jeunes familles** (du territoire ou pas) porteurs d'un projet de vie
- **Couple de quadragénaire-quinquagénaire** Porteurs de projets pour une deuxième vie (ayant une résidence secondaire ou pas)
- **Touristes** (seniors actifs, familles françaises, jeunes couples sans enfant, résidents secondaires, sportifs & itinérants)

Principalement de 2 origines géographiques :

- **Régionale** : Auvergne -Rhône-Alpes (Clermont-Ferrand, Saint-Etienne, Lyon, Grenoble)
- **Nationale** (Les urbains, région parisienne et région SUD PACA)

3. Le positionnement et les preuves

3.1 Le Positionnement

Autour des valeurs de l'engagement, l'ingéniosité, l'inventivité, l'entrepreneuriat, l'autonomie, les savoir-faire, l'ouverture, l'hospitalité, la bienveillance et l'entraide, la quiétude et la sérénité le positionnement retenu est le suivant :

Au cœur de l'Auvergne ; à proximité de Clermont-Ferrand, Saint-Etienne et Lyon, le territoire du Livradois-Forez réconcilie les paradoxes :

La nature préservée du Parc Naturel Régional et l'industrie, l'enracinement et l'ouverture sur le monde, la tradition et l'innovation, l'épanouissement des projets personnels et économiques et la préservation des ressources, l'intensité de la relation humaine et les grands espaces ouverts.

Dans le Livradois-Forez, on peut tisser des liens, s'ancrer, on est attendu et considéré pour ce que l'on fait.

Ici, chaque jour, on fabrique un monde nouveau : chacun à la possibilité d'entreprendre sa vie tant personnelle que professionnelle tout en participant à la construction de ce projet collectif !

3.2. Les Atouts et les preuves qui soutiennent le positionnement :

- Positionnement géographique central, à proximité de 3 métropoles : Lyon, Clermont-Ferrand, Saint-Etienne
- Une nature, faune et flore, préservée
- Des richesses (paysages, architecture, culture) méconnues
- Territoire d'activités pleine nature
- Une agriculture locale et produits locaux qualitatifs
- Des filières industrielles d'excellence qui exportent, créatrices emplois
- Un territoire doué de l'esprit d'entreprise
- Dispositifs pour faciliter la transmission des entreprises, l'emploi et l'accompagnement de porteurs de projets
- Le foncier et l'immobilier a des prix très accessibles
- Un tissu associatif très dense
- Une solidarité "horizontale" développée

3.3. Les valeurs mises en avant

- Engagement - capacité à rebondir
- Ingéniosité-inventivité
- Entreprenariat - autonomie
- Travail - savoir-faire
- Ouverture – Hospitalité
- Bienveillance - entraide
- Sérénité – quiétude

3.4. Application visuelle



Coutellerie Sabatier Aîné & Perrier, Thiers



Festival de Montpeloux



Ana'chronique, Cuisinez autrement



Airbeez, Viverols



association Toi & Tots, panneaux solaires



Espace CCI Business, CCI Puy-de-Dôme



VTT, Parc Naturel Régional du Livradois-Forez



Festival de La Chaise-Dieu



La maison de l'Amethyste, Château de Montfort



Entreprise Smurfit Kappa, La Chapelle Agnon



Entreprise Gauthier Fils, Vertolaye



Jean-Francois Fafournoux, Restaurant les Chênes, Augerolles

4. La stratégie

AXE 1 : NOTORIÉTÉ ET LISIBILITÉ POUR DONNER ENVIE

- Faire connaître le Livradois-Forez
- Donner à voir les atouts du territoire, tant du point de vue du dynamisme économique que de la qualité du cadre de vie. Et ceci en se basant sur ses valeurs et son identité
- Susciter un sentiment de fierté chez les habitants et acteurs du territoire

=> Emerger du brouhaha médiatique

- Elaborer un Manifeste pour montrer un engagement fort
- Stratégie de « guérilla » de communication : aller au contact des différents publics cibles pour leur délivrer les messages clés spécifiques
- Être relayé par la presse

AXE 2 : MAINTENIR ET FAIRE VENIR SUR LE TERRITOIRE

Maintenir et faire venir des salariés, en particulier pour l'industrie, ainsi que des porteurs de projet, avec leur famille, qui ont envie de changer de vie.

=> Guider et accompagner les futurs habitants-acteurs pour faciliter leur installation et leur développement professionnel et personnel sur le territoire.

5. Les codes d'expressions

5.1 Le manifeste

RE-PRENONS NOS VIES EN MAINS !

Nous n'avons qu'une vie.
Du plutôt, nous avons deux vies : la seconde commence le jour où on réalise qu'on en a juste une.

**Vous voulez vivre pleinement votre vie ?
Devenez maître de votre destin !**

Dans le **Livradois-Forez**, c'est ce que nous faisons tous les jours. Tous les jours, nous y vivons, nous y travaillons, et tous ensemble, nous prenons notre avenir en mains. Tous les jours, nous rendons **la vie meilleure**, pour chacun comme pour tous.

Le Livradois-Forez, c'est en Auvergne, entre Lyon, Clermont-Ferrand et Saint-Étienne. **C'est un territoire qui réconcilie les paradoxes.**

Ici, on peut travailler dans **l'industrie** tout en vivant en **pleine nature**. On peut développer **l'économie** tout en préservant nos **ressources**. On peut innover tout en s'appuyant sur la **tradition**.

Dans le Livradois-Forez, on peut tisser des liens, s'ancre et faire grandir nos projets. On peut avoir une **vie sociale intense** dans de **grands espaces** ouverts.

Ici, on trouve une meilleure **qualité de vie** pour un moindre **coût de la vie**.

Ici, on est attendu pour ce qu'on est. Nos compétences, notre enthousiasme, notre **joie de vivre** trouvent leur place telles qu'elles sur ce territoire.

Ici, on nous considère pour ce que l'on fait. On nous donne la liberté d'entreprendre et d'apporter notre pierre au projet collectif.

**Ici, chaque jour,
nous fabriquons un monde nouveau.**

Nous sommes là pour vous accompagner dans vos projets, que vous soyez ouvrier, employé, cadre, commerçant, artisan ou agriculteur. Salariés ou entrepreneurs, les opportunités ne manquent pas dans le Livradois-Forez. Tout est là pour réussir sa vie : l'emploi, le logement, les écoles, les loisirs.

Libre à vous de reprendre votre vie en mains !

Installez-vous dans le Livradois-Forez !

5.2 Les éléments du code de marque

Le code de marque est en cours de finalisation. Vous trouverez ci-dessous les premiers éléments constitutifs de ce code de marque. Le guide de marque qui reprendra toutes les règles graphiques liées au code de marque sera mis à disposition lorsqu'il sera produit.

Il se décline en 3 niveaux et ce pour chacun des 4 secteurs de l'attractivité (institutionnel, touristique, économique et social/culturel) :

- Niveau 1 : Marqueur identitaire



- Niveau 2 : Marqueur identitaire + baseline (Phrase courte baser sur Libre à vous de + verbe)



- Niveau 3 : Marqueur identitaire + baseline + phrases totem

