

MARKETING ■ Le territoire veut mettre en avant son identité

Le Beaujolais veut sa marque

Portée pour l'instant par la seule notoriété de son vignoble, la région beaujolaise a décidé de se créer une marque commune qui pourra servir aussi bien le tourisme que la viticulture ou l'industrie.

Après plusieurs études préliminaires sur des démarches similaires (Lyon et Valais suisse, notamment), Inter Beaujolais, Chambre de commerce du Beaujolais et Destination Beaujolais ont mandaté pour la création de cette marque la structure du cluster.

**180.000 €
budgétés pour
créer l'identité
de la marque**

Depuis 2013, ils lui ont confié le portage de ce projet qu'accompagne le cabinet CoManaging, expert en marketing territorial. Il s'agit de lancer une marque fédérative forte qui apporte une valeur ajoutée aux acteurs du territoire basée sur des notions de reconnaissance, de qualité et de valeurs



INFORMATION. Une cinquantaine d'entités présentes au château de Lachassagne, le 12 juin.

partagées mises au service de l'attractivité du territoire.

180.000 € ont été budgétés à hauteur d'un financement par tiers pour chacune des 3 entités. Toutefois, le Conseil régional, via le CDDRA, et le Conseil général ont décidé de s'associer au projet à hauteur de 30 et 14 %.

D'ores et déjà, un questionnaire a été envoyé à 40.000 personnes (habitants, voisins, nationaux) dans le but d'établir un portrait identitaire de la région. Des « focus groupes » ont permis de recueillir les avis d'experts locaux. De son côté, le ca-

binet prestataire a procédé à des rencontres destinées à s'imprégner des composantes physiques et sociétales du Beaujolais. « Pour l'instant, ce qui ressort, c'est la proximité avec Lyon, le cadre rural et la convivialité », commente Jean-Marc Devanne, chargé d'études CoManaging. La notoriété mondiale du mot Beaujolais ne signifie pas forcément image positive.

Lancement prévu au 1^{er} trimestre 2015

La prochaine étape consistera en la synthétisation des données et l'élaboration d'une plate-forme de marque avant sa création

proprement dite. Son lancement est programmé pour le 1^{er} trimestre 2015.

Cela prendra la forme d'une licence gratuite qui sera soumise au respect d'un cahier des charges.

L'objectif est que le maximum de professionnels et d'habitants s'approprient le contenu de ce travail afin de se servir de tel ou tel élément du catalogue (images, mots, code couleurs...) pour s'appuyer sur cette dynamique de territoire dans le cadre de leur communication. ■

Contact. Christophe Blanc, au Cluster, 04.74.62.73.00 - cblanc@villefranche.cci.fr.