

## Le Beaujolais se dote d'une marque pour valoriser sa forte identité

**Territoire.** Depuis le début de l'année, la CCI, le cluster Beaujolais, l'Inter-Beaujolais et le Syndicat Mixte Beaujolais travaillent ensemble afin de créer une marque territoriale. Une marque pour se « démarquer ».

Avec le soutien de la région, du département et des différents partenaires qui participent au financement, la marque territoriale devrait voir le jour début 2015. Évaluée à 180 000 € sur deux ans, sa mise en œuvre sera financée à plus de 50 % par le pool de gouvernance du portrait identitaire du territoire Beaujolais. L'heure est au diagnostic de l'attractivité du Beaujolais. Pour ce faire, des enquêtes ont été réalisées à différentes échelles par le cabinet CoManaging, spécialiste du marketing territorial et des marques de territoires, choisi pour accompagner le cluster Beaujolais dans ses démarches.

« Il y a de la compétition entre les territoires, notre tra-

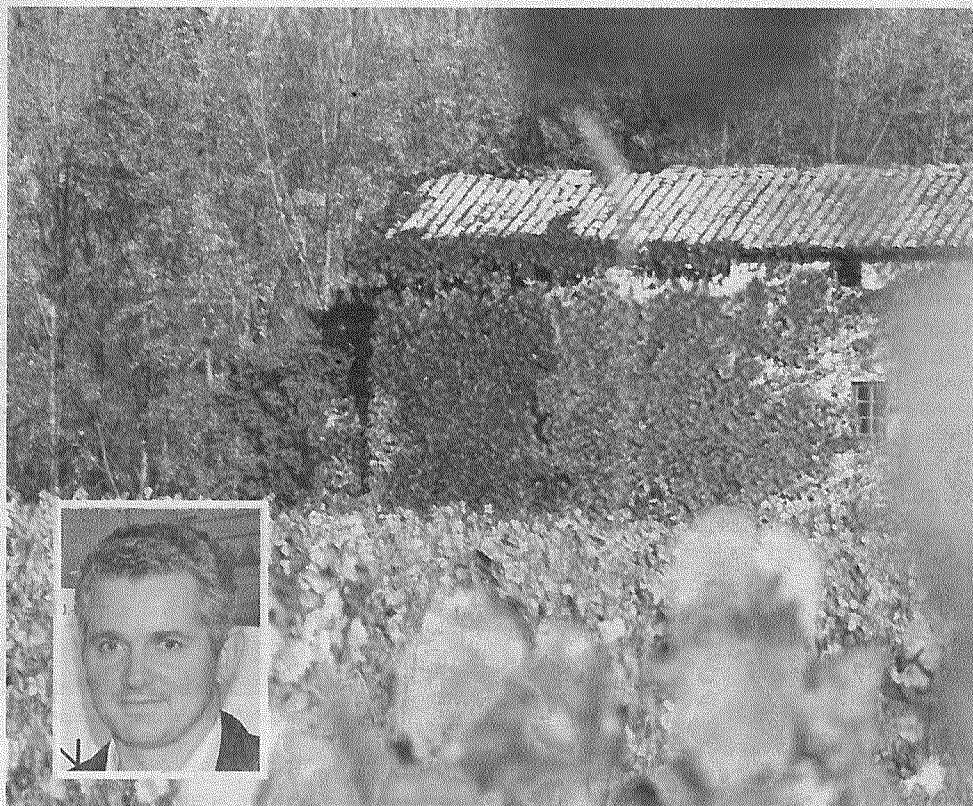
vail consiste à aider le territoire à trouver des stratégies. La marque est un moyen de communication, une manière de rendre compte de la forte identité du Beaujolais », expose Jean-Marc Devanne, consultant du cabinet.

« Une marque est faite pour se démarquer. Elle doit être partagée et réunir le plus de monde possible. Nous sommes là pour créer de la cohérence. Les groupes humains doivent se reconnaître dans la localité plus que dans les contours géographiques », affirme-t-il.

### À la fois proche et loin de Lyon

Le cabinet CoManaging a réalisé le travail de diagnostic auprès de trois cibles (acteurs du territoire, visiteurs voisins, visiteurs du reste de la France et étrangers), ainsi que via des « focus groupes experts » auprès des partenaires locaux. L'enquête s'est révélée instructive.

Le fait d'être à la fois proche et loin de Lyon fait la force de ce territoire. Une ambivalence à prendre en compte dans la réalisation de la marque. « Il faut mettre le Beaujolais en mouvement. Il est évident que ce n'est pas une destination de vacances, mais plutôt une étape que nous voulons rendre la plus agréable possible », intervient Jean-Baptiste Maisonneuve, président du cluster Beaujolais (chambre



■ Les couleurs chaudes automales symbolisent bien le Beaujolais, d'après les personnes interrogées. En médaillon, Jean-Baptiste Maisonneuve, convaincu de l'utilité d'une marque territoriale. Photo archives Philippe Juste et Bernard Charpentier

du commerce du Beaujolais). Ce projet demande autant d'investissement de la part des entreprises, que des collectivités. « Il a une dimension volontariste, pour ceux qui y trouvent un intérêt et se sentent concernés par l'identité locale », ajoute-t-il. Après la présentation aux entreprises, « la phase suivante consiste à dévoiler aux membres du pool gouvernance le portrait identitaire du territoire Beaujolais, fondé sur les enquêtes menées par le cabinet CoManaging », conclut Christophe Blanc, chargé de la communication au Cluster Beaujolais. ■

**Meryl Serthelon**

### Un territoire associé au vin, à la tradition et la convivialité

Les habitants du Beaujolais se voient d'une certaine manière. Mais qu'en disent les voisins de l'Allier, de la Saône-et-Loire et le reste de la population française ? Pour l'heure, le vin surdomine la représentation du Beaujolais. Quand on leur demande qui sont les personnages emblématiques du Beaujolais, nos voisins pensent à Bernard Pivot, Georges Duboeuf ou encore Anne de Beaujeu. Les mots « identité, tradi-

tionnel, authentique et convivial » ressortent des études faites auprès des Français. Les couleurs chaudes automales symbolisent bien le Beaujolais d'après les personnes interrogées. Le vert et le rouge revenant souvent aussi. Concernant les avis sur les domaines viticoles, industriel et culturel, via les « focus groupes experts », une satisfaction générale transparaît des questionnaires.

### Repères

**Le Beaujolais et les Français, en chiffres :**  
Plus de 50 % des Français sont déjà venus;  
50 % des personnes qui sont venues, ou non, localisent correctement le secteur;  
20 % des Français pensent que le Beaujolais est en Aquitaine par association au vin et au Bordeaux;  
2/3 de la population pourraient envisager de s'installer dans le Beaujolais.

### Et aussi

#### Eau et entreprises : un nouveau service de gestion des déchets dangereux

Depuis 2011, la CCI du Beaujolais et la Chambre de Métiers et de l'Artisanat du Rhône se sont engagés dans la « Mission Entreprises et Rivières de l'Agglomération » en partenariat avec la Communauté d'Agglomération de Villefranche Beaujolais Saône, le Syndicat Mixte des Rivières du Beaujolais et

l'Agence de l'Eau Rhône Méditerranée Corse. Les diagnostics réalisés auprès des entreprises ont montré une attente pour un service collectif de gestion des déchets dangereux. Parmi 80 entreprises, 67 % ont déclaré être intéressées par une prestation mutualisée. Sur la base de ces résultats, la CCI et la CMA ont sélectionné à l'issue d'une consultation deux prestataires : Serpol pour la collecte des déchets dangereux ; Biajoux pour l'entre-

tien des séparateurs à hydrocarbures. Ces deux services s'adressent aux entreprises industrielles, commerciales et artisanales implantées sur les communes de Limas, Gleizé, Arnas et Villefranche-sur-Saône. Le regroupement de commandes permet de bénéficier d'une prestation plus avantageuse économiquement. Ils interviendront une à deux fois par an auprès des entreprises qui souscriront à ce nouveau service.

La première période de mise en place du service de collecte mutualisée des déchets dangereux aura lieu du 30 juin au 25 juillet 2014 inclus. Puis une seconde période se déroulera en novembre 2014 et enfin en juillet et novembre 2015. Concernant la mise en place du service d'entretien des séparateurs à hydrocarbures, la première période est programmée du 20 octobre au 12 décembre 2014 inclus. Puis, elles auront lieu en mars et novembre 2015.

### 24 HEURES EN BEAUJOLAIS

**VILLEFRANCHE**  
**Vol chez Décathlon : laissé libre, en attendant d'être jugé**  
L'individu, soupçonné d'avoir dérobé en fin de semaine une trentaine d'articles de sports au préjudice de Décathlon route de Frans (notre édition de lundi), sera jugé au tribunal correctionnel le 8 juillet à 8 h 30. En attendant, il a été laissé libre ce lundi, à l'issue d'une garde à vue prolongée. Les articles volés ont été restitués à l'enseigne. L'homme sera aussi poursuivi pour défaut d'assurance.