

Quelle stratégie d'attractivité pour la Nouvelle-Aquitaine ?



De quoi allons nous parler ?

- Comment la Nouvelle-Aquitaine souhaite innover dans sa manière de faire du « marketing territorial » ?
- Des résultats d'un travail collectif sur l'attractivité de la Nouvelle-Aquitaine qui ont permis de formuler une stratégie d'attractivité.
- Comment un carnet d'inspiration peut être la première étape d'un travail collectif au bénéfice de chacun et de tous ?

1

Comment la Nouvelle-Aquitaine souhaite innover dans sa manière de faire du marketing territorial ?



Quelques réflexions sur l'attractivité

- La Nouvelle-Aquitaine étant de fait un espace de développement territorial, la question clé est de savoir en quoi ce niveau territorial est pertinent pour résoudre des problèmes d'attractivité ...
- Le sujet de l'attractivité éminemment transversal est légitime pour cet espace régional constitué ...



Le sujet de l'attractivité

- Il n'y a pas d'attractivité « externe » sans son versant interne qui est l'attachement.
- L'attractivité est injuste ... elle pose la question de la solidarité.
- Le développement n'est plus une finalité !
- Un territoire c'est une proposition de mode de vie !

Penser autrement le marketing territorial

- Sortir de la pensée magique des marques territoriales et de les confondre avec des stratégies de communication
- Un territoire est-il choisi uniquement sur des critères de performance ?
- De la performance à la préférence, un nouveau paradigme de l'attractivité
- Brand culture /Brand content : la Nouvelle-Aquitaine doit donc conquérir son contenu de marque en s'immisçant dans ce sujet.

2

Un travail collectif sur l'attractivité de la Nouvelle-Aquitaine qui a permis de formuler une stratégie d'attractivité



Les attendus de la démarche

- La condition d'une reconnaissance externe de la Nouvelle-Aquitaine nécessite prioritairement de se faire reconnaître par ses concitoyens sous ce nouveau nom de famille et de faire communauté.
- **Il s'agit donc à la fois de reconstruire une compréhension du « qui sommes nous ? » et du « où allons nous ? »**
- Le « où allons nous » doit raconter un destin collectif !

DU BILAN D'ATTRACTIVITE A LA STRATEGIE



Bilan d'attractivité

**5 enjeux clés
pour l'attractivité**



Positionnement

**Une plateforme stratégique :
Ambition et Positionnement**



Prise de parole

**De l'intention à l'action :
Une première étape**

3 Points saillants et enjeux

Une région naturellement attractive

La Nouvelle-Aquitaine est très attractive, tant en matière de tourisme que pour s'y installer.

Elle renvoie l'image d'une région **dynamique** dotée d'une **haute qualité de vie** qui **séduit** ses visiteurs par **sa diversité, sa beauté et son authenticité**.

Cette attractivité est soutenue par de nombreuses « portes d'entrée » à forte notoriété.



Une attractivité qui reste déséquilibrée

Certains territoires souffrent de trop d'attractivité, générant nuisances et encombrement, d'autres sont au contraire en demande de population, d'activité, de visiteurs.

La qualité de vie est considérée comme **le bien le plus précieux**. A tel point que le développement, en particulier économique, n'est pas LA finalité mais reste un moyen pour mieux vivre.

Dès lors **la stratégie d'attractivité ne peut se résumer à un projet de croissance** ni à la conquête de place de leader, qui ne répondent pas à l'attente collective.

Si l'attractivité territoriale est dans sa véritable expression **une proposition de mode de vie**, alors la Nouvelle-Aquitaine dispose d'un atout de premier rang et d'un consensus très large sur sa réalité.

Une heureuse addition d'identités locales, une pluralité positive

La Nouvelle-Aquitaine, grande comme un pays, ne peut être un espace uniforme.

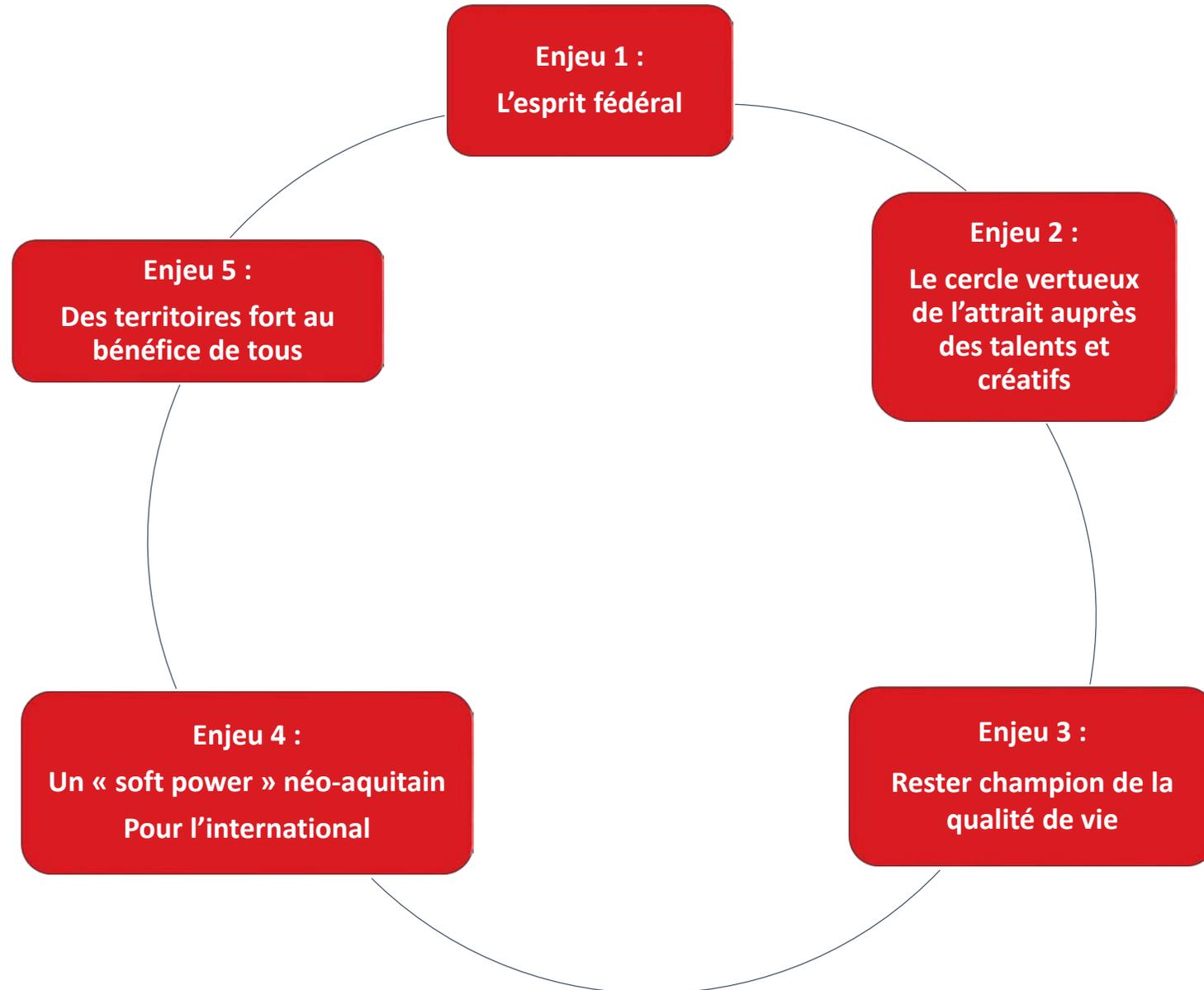
La région ne manque pas d'identités locales fortes et les néo-aquitains sont fiers de leur diversité et la considèrent même comme un atout.

Les néo-aquitains sont conscients d'avoir la chance de vivre dans un territoire à la beauté et aux charmes multiples, mais ils ignorent souvent qu'ils disposent de tant de convergences d'identité et de valeurs communes. Et surtout, d'un art de vivre, valeur ultime et largement partagée qui crée un lien affectif entre tous les territoires de la région



5

enjeux identifiés pour l'attractivité de la Nouvelle-Aquitaine



1

L'ESPRIT FEDERAL

La Nouvelle-Aquitaine doit **gagner rapidement en notoriété et en image et se faire reconnaître en interne**, pour nourrir son attractivité et son rayonnement et exister dans l'esprit de ses cibles.

Pour autant, **la Nouvelle-Aquitaine pèse peu aujourd'hui en termes de notoriété et d'image** au regard de grandes marques de son territoire qui sont autant d'atouts pour constituer un contenu d'image riche et varié.

Il est impératif de ne **pas nourrir l'idée d'une compétition entre la région et ses territoires** en termes d'attractivité.

L'exemple américain montre que la marque nationale « Etats-Unis » vit d'autant mieux qu'elle est soutenue par de nombreuses marques fortes qui nourrissent un imaginaire américain.

C'est donc dans ce récit du « Ensemble » et non pas du « Uniforme » que la région construira un contenu attractif et puissant. **En communiquant largement en partenariat avec ses territoires, la Nouvelle-Aquitaine enrichira son contenu sans altérer les identités qui la composent.**

Cet « esprit fédéral » doit s'instiller dans l'ensemble des actions engagées pour développer l'image et le rayonnement de la Nouvelle-Aquitaine, et cela quelque soit l'émetteur ; une attitude, et un parti-pris qui doivent permettre une communication collective, acceptée et profitable à tous.

2

LE CERCLE VERTUEUX DE L'ATTRAIT DES TALENTS ET DES CREATIFS

La Nouvelle-Aquitaine, malgré un écosystème solide, **occupe une place médiane en matière de recherche-développement et d'innovation** sur le plan national et a fortiori européen.

Une place de choix dans l'économie de la connaissance est une nécessité pour garantir un positionnement fort dans celle du 21ème siècle. Etre fort dans ce domaine, c'est **fabriquer l'attractivité économique de demain**, le rayonnement intellectuel et l'internationalisation du territoire.

La Nouvelle-Aquitaine doit donc **profiter de ses atouts de séduction** pour attirer un large spectre d'acteurs de la « nouvelle économie ». Cette cible est un enjeu prioritaire du territoire qui se décline autant à l'interne : retenir /garder les talents, qu'à l'externe par une politique extrêmement active de candidature et de recrutement.

L'enjeu est d'amorcer et de soutenir le cercle vertueux de l'attrait auprès de la classe créative et ainsi de densifier cette communauté très séduite aujourd'hui par les métropoles, mais également par des territoires alternatifs.

3

RESTER LES CHAMPIONS DE LA QUALITE DE VIE

La région Nouvelle-Aquitaine est **championne de la qualité de vie**, comme en témoignent son 1er rang national pour l'attractivité résidentielle et la conscience aigüe de ses habitants de vivre dans une région privilégiée, avec un art de vivre exceptionnel.

Sa démographie est boostée par cette attractivité. C'est une chance et un atout clef, notamment pour l'attractivité économique. L'atout de qualité de vie monte en puissance dans les modèles de décision des entreprises... ce sont déjà les collaborateurs et leurs talents qui orientent leur localisation !

Cet atout doit être précieusement conservé, il est la clé de voute de l'attractivité globale de la Nouvelle-Aquitaine. La région doit donc veiller à ne pas s'affaiblir par :

- les impacts négatifs d'un trop plein tel que l'a connu la Côte d'Azur, occasionnant cherté des logements, circulation saturée, conflits résidents/touristes ou natifs / nouveaux arrivants, dégradation des espaces préservés et naturels ;
- une approche trop émolliente d'une qualité de vie qui s'opposerait à la valeur travail ;
- un discours trop orienté développement quantitatif / compétitif qui n'est plus recevable aujourd'hui comme finalité en soi, mais qui sera acceptable s'il présente le développement au service du maintien de la qualité de vie et de la préservation du territoire, du progrès humain.

4

DEVELOPPER UN SOFT POWER INTERNATIONAL

La Nouvelle-Aquitaine a besoin d'une grande ambition internationale. Cela signifie sortir d'une compétition franco-française et entrer dans une cour d'excellence ou d'autres grandes régions européennes s'imposent. La Nouvelle-Aquitaine n'est pas en position particulièrement favorable : pas de grandes liaisons intercontinentales (ports, aéroports), pas d'institutions internationales indiscutables, etc...

Elle est néanmoins mondialement connue pour ses vins et pour son art de vivre, mais beaucoup reste à faire.

L'enjeu est celui de **faire émerger une « sphère d'influence internationale »** porteuse d'un « soft power » néo-aquitain. La Nouvelle-Aquitaine sera forte à l'international à condition qu'elle soit capable de rassembler et mettre en avant toutes ses forces et tous ses talents.

Développer le soft power de la Nouvelle-Aquitaine, c'est créer la « **néoaquitaine connection** » : un réseau maillé de tous les acteurs ayant un rôle à l'international.

Cet enjeu se conjugue évidemment avec l'Esprit fédéral. Il s'agit d'inventer un nouveau système de rayonnement et d'influence internationale puissant et efficace qui sorte des sentiers battus des trop nombreux réseaux d'ambassadeurs.

5

DES TERRITOIRES FORTS AU BÉNÉFICE DE TOUS

Dans une région grande comme la Nouvelle-Aquitaine, les disparités peuvent parfois susciter jalousie et opposition face aux territoires déjà attractifs et ainsi briser ou affaiblir l'élan collectif et la coopération qui sont nécessaires pour réussir une politique globale d'attractivité.

Néanmoins, **ce n'est pas en affaiblissant ceux qui sont en bonne santé que l'on guérit les malades**. Il en va de même en terme de développement local. Il ne s'agit pas non plus de croire naïvement à un ruissellement « naturel » qui ne se démontre pas.

Trois principes doivent régir cet enjeu :

1. La Nouvelle-Aquitaine doit **s'autoriser à soutenir ses phares incontestables** sans que les autres territoires ne se sentent exclus.
2. Elle doit inventer **un système d'attractivités à tous niveaux**. La politique touristique est l'un des bons leviers pour mettre en avant les pépites cachées du territoire, en encourageant un tourisme intra régional vers des espaces moins fréquentés. Il s'agit aussi d'accompagner la promotion de territoires attractifs émergents et alternatifs, d'encourager l'implantation (à l'interne et à l'externe) vers des espaces moins saturés, etc.
3. La réflexion sur l'attractivité doit être **mise en regard des politiques de solidarité** qui ont vocation à rétablir de l'équité territoriale.

4 Le positionnement

**Notre positionnement est comme un alliage, celui de 2 concepts.
Cette alliance donne une force singulière et unique à notre positionnement et à notre stratégie**

LA REGION POSITIVE

- une vision du monde humaine et optimiste
 - un engagement à « positiver »
- veiller à l'excellence de l'art de vivre + une approche durable du développement
 - construire une économie au service de l'homme et en bonne santé grâce à la tech et l'innovation dans tous les domaines, en relativisant classements et podiums

L'ESPRIT FÉDÉRAL

- La Région prend la parole avec les autres territoires
- Les territoires s'ouvrent à des prises de paroles collectives et nomment leur région
 - L'équilibre de la région est la somme des équilibres des territoires
- Les synergies et les alliances territoriales sont encouragées et soutenues



Notre manifeste

Nous sommes convaincus qu'une région leader dans l'attractivité résidentielle et touristique doit incarner un nouveau modèle d'attractivité, plus attentive et équilibrée, qui réponde davantage aux aspirations non seulement de ses concitoyens mais de tous ceux qui, dans le monde sont en quête de modes de vie inspirants et conviviaux, beaux et actifs, ouverts et sécurisants ... **bref une attractivité plus positive pour tous.**

Les néo-aquitains nous rappellent que le développement, en particulier économique, n'est pas LA finalité mais reste un moyen.

Nous sommes convaincus que les grands défis du XXIème siècle, écologiques, économiques, sociétaux, nous incitent à épouser un développement plus responsable et harmonieux.

Nous voulons incarner l'espoir et le goût du bonheur, la passion de vivre et d'inventer collectivement le monde de demain, plus équilibré et qui saura tirer le meilleur des territoires et de notre art de vivre.

Cette notion de « bien vivre ensemble » est aussi le terreau d'un épanouissement professionnel, socle essentiel pour libérer la créativité et l'innovation des néo-aquitains. Ils représentent le moteur et la dynamique du territoire.

En communiquant largement en partenariat avec les territoires, la Nouvelle-Aquitaine nourrira son contenu sans altérer les identités qui la composent.

Cette attitude, ce parti-pris entre les territoires de Nouvelle-Aquitaine va **permettre une communication collective acceptée et profitable à tous.**

Les messages que portent ce positionnement :

- Nous avons une VISION POSITIVE du monde de demain, plus respectueuse des ressources et consciente de la fragilité de notre planète, qui privilégie le FAIRE ENSEMBLE, où l'humain et l'environnement sont au cœur de ce monde.
- Nous disons OUI aux innovations, au progrès scientifique et technologique, à la transition écologique et énergétique qui font du bien à l'homme.
- Nous disons BIENVENUE aux talents et aux habitants qui veulent allier goût de la vie et épanouissement professionnel.
- Nous encourageons LA NOUVELLE GENERATION à nous bousculer et à oser le monde. Nous cultivons l'INTERGENERATIONNEL qui nous fait progresser.
- Nous croyons à une ÉCONOMIE DU PARTAGE et à la RESPONSABILITÉ SOCIALE DE NOS ENTREPRENEURS.
- Nous cultivons l'intelligence du cœur (hospitalité) et du partage (transmission).
- Nos valeurs nous incitent à aller plus loin pour faire de la région Nouvelle-Aquitaine un territoire qui positive l'avenir et la vie.
- Nous croyons en ces valeurs pour relier les néo-aquitains et favoriser le développement de tous les territoires, métropolitain et urbains, littoraux, ruraux. Nous pensons que ces valeurs peuvent être partagées : l'hospitalité doit nous animer, l'accueil de talents nous rendre fiers.
- Nous sommes solides et optimistes : notre TOUT est un ATOUT de 1^{er} rang. Nous pouvons compter sur la «majesté» de notre nature, notre art de vivre, notre sens de la modération, notre goût de la diversité et du collectif (le mutualisme est inscrit dans nos gènes) mais aussi le sens des combats vertueux pour créer ce modèle d'attractivité positive.
- Nous pouvons compter sur notre innovation, la solidité de nos filières d'excellence, nos ressources naturelles et surtout sur la richesse et la diversité des néo-aquitains pour rendre le monde meilleur !

Ce qui constitue notre stratégie et notre positionnement

Notre positionnement : **La région (qui) positive.** Ce positionnement doit être le cœur de notre récit d'attractivité. Ce n'est ni un slogan, ni une marque territoriale, mais un point de départ pour toutes les histoires que nous allons raconter et les actions que nous allons porter.

Nos adversaires : **Nous luttons contre l'individualisme , l'inégalité territoriale et l'isolement.** Nous sommes conscient des enjeux actuels : environnement, métropolisation, désertification des zones rurales et avons choisi l'optimisme actif et l'ouverture au monde plutôt que le repli et la peur face à ces défis. Nous sommes une région volontariste, engagée auprès des territoires ruraux et intermédiaires, ouverte sur le monde et solidaire, une région consciente de son attractivité et qui n'a pas peur d'accueillir de nouveaux habitants tout en ayant conscience des complémentarités à opérer...

Nos valeurs : RESPECT, AUTHENTICITE, HUMANISME, SOLIDARITE, COURAGE et PARTAGE (valeurs portrait identitaire)

Notre caractère : Nous sommes OPTIMISTES, ACTIFS, CRÉATIFS et INNOVANTS.

Notre promesse : Nous incarnons l'espoir d'une vie meilleure et le goût du bonheur, une région où l'humain, l'innovation et l'art de vivre sont au cœur du projet d'attractivité et du bien vivre ensemble.

Notre fil rouge : **L'ENVIRONNEMENT**, la Nouvelle-Aquitaine est un territoire respectueux et sensible à la préservation de ses richesses. C'est aussi et surtout une région qui positive l'avenir, qui innove pour inventer demain. Les grands défis environnementaux de notre siècle devront être traités sur notre territoire qui a pour ambition de devenir un modèle d'expérimentation au service de la transition énergétique et écologique.

Ce fil rouge devra alimenter l'ensemble des actions qui seront portées dans le cadre de cette stratégie d'attractivité pour positionner la Région comme étant un leader dans ce domaine.

Quel rôle pour la Région Nouvelle-Aquitaine dans cette démarche ?

1 Elle initie et impulse une **DYNAMIQUE COLLECTIVE de l'attractivité avec l'ensemble des forces vives** de la région dans le respect de l'esprit fédéral qu'elle défend. Elle se donne notamment pour objectif :

- La mise en réseau des forces vives «attractivité» et la création d'un club des marketeurs
- La mise à disposition d'une plateforme de l'attractivité ouverte à tous
- L'organisation d'ateliers thématiques « attractivité »
- Le soutien aux actions thématiques, filières, sectorielles ...
- Le soutien aux démarches d'attractivité innovantes

2 Elle initie des **ACTIONS RÉGIONALES** qui vont contribuer à compléter et renforcer l'action collective des territoires.

- **Elle produit et diffuse des contenus qui vont nourrir l'image de la Nouvelle-Aquitaine dans le respect de son positionnement et surtout cultiver leur fierté et l'attachement des résidents du territoire.**
- **Elle affecte une partie de ses moyens de communication à l'attractivité et met en cohérence de nombreuses actions existantes** (salons, brochures, campagnes de communication ...).
- **Elle diffuse au sein de l'institution et de ses directions l'esprit fédéral et du collectif. Elle mobilise ses structures régionales autour de la démarche.**

5

Le carnet d'inspiration

UNE INVITATION PAS UN CODE DE MARQUE

Les pages qui suivent présentent des recommandations pour exprimer notre identité via des valeurs et une personnalité. **Choisissez celle(s) qui vous ressemble(nt) le plus.** Vous pourrez ainsi suivre ces quelques conseils pour l'exprimer facilement dans votre communication.

L'objectif est bien de renforcer l'identité de chaque acteur du territoire en « faisant région » par une manière commune de s'exprimer sur certains thèmes et certaines valeurs qui nous tiennent à cœur.

Ouvert, évolutif et non contraignant, **il donne des exemples qui devront être non pas copiés mais adaptés aux situations et à vos envies.**

Au fil du temps, vos productions viendront enrichir ce guide dans un mouvement de partage de nos bonnes pratiques.



p.3 POURQUOI CE CARNET D'INSPIRATION ?

p.10 Où en sommes-nous ?

p.12 - Une région naturellement attractive

p.13 - Une heureuse addition d'identités locales

p.14 - Les 5 enjeux

p.20 NOTRE POSITIONNEMENT

p.27 LA DYNAMIQUE COLLECTIVE

p.35 NOS OUTILS GRAPHIQUES

p.38 LES PRISES DE PAROLES

p.39 - La prise de parole en général

p.46 - La prise de parole des acteurs du tourisme

p.52 - La prise de parole des acteurs de l'économie

p.58 - La prise de parole des acteurs associatifs culturels et sportifs

p.63 - La prise de parole des collectivités et institutions



la prise de parole en général

la prise de parole des acteurs du tourisme

la prise de parole des acteurs de l'économie

la prise de parole des acteurs associatifs, culturels & sportifs

la prise de parole des collectivités & institutions

3 MANIÈRES DE PARLER DE LA NOUVELLE-AQUITAINE DANS VOS COMMUNICATIONS :

En parlant de vous, et en vous reliant à la région, lorsque vous abordez des thématiques phares de la stratégie d'attractivité de la Nouvelle-Aquitaine (art de vivre, innovation, environnement...).

Exemple : Dans la présentation de mon restaurant, je mets en avant mes choix de privilégier des produits locaux, de saison, cultivés dans le respect de l'environnement parce qu'en Nouvelle-Aquitaine nous sommes éco-responsable et agissons tous pour la protection de notre planète.

Dès lors, vos sujets locaux éclairés du prisme des thématiques de l'attractivité pourront être plus facilement relayés et diffusés par la Région et/ou les autres partenaires.

En prenant soin d'évoquer la Nouvelle-Aquitaine dans vos communications.

Ne pas dire votre appartenance à la Nouvelle-Aquitaine serait un silence inutile.

Ajoutez la mention « en Nouvelle-Aquitaine » sans toucher à votre logo, sur des brochures, sur votre site internet (pourquoi pas un onglet qui ouvre une présentation de la région) ...

Suggérez dans des textes, votre appartenance régionale dans vos récits comme par exemple « Arcachon en Nouvelle-Aquitaine offre à ses visiteurs ... » ou « le Pôle Elopsys en Nouvelle-Aquitaine est le premier pôle ... »

En resituant vos atouts dans le contexte régional :

« la gastronomie des Landes s'inscrit dans l'art de vivre néo-aquitain.... »

«Ce n'est pas par hasard que le Futuroscope soit en Nouvelle-Aquitaine, terre de l'innovation, de la recherche et des sciences.... »

QUELQUES ÉLÉMENTS ÉDITORIAUX À PRIVILÉGIER POUR RACONTER LA NOUVELLE-AQUITAINE :



la prise de parole en général

L'objectif est de nourrir le mot « Nouvelle-Aquitaine » d'évocations de sens, de contenu, de valeurs, d'images autour du concept d'une « région positive » (optimiste, active, créative et innovante) au cadre de vie exceptionnel que l'on souhaite protéger.

UN TON NÉO-AQUITAIN QUI REFLÈTE L'ESPRIT FÉDÉRAL

Il doit être le reflet de notre personnalité : conviviale, bon vivant, fière et optimiste. Le ton sera :

- Amical et bienveillant (empathique)
- Enthousiaste
- Spontané et simple

- **Oser parler** de plaisir, de bonheur et de joie de vivre avec un vocabulaire qui emprunte à tous les sens.

- **Raconter** des histoires collectives plus que des réussites individuelles

- Raconter des **vraies histoires** avec des vrais gens que nous pourrons relayer sur différents médias

- **Mettre en avant** les nouvelles générations qui sont l'avenir de nos territoires

- Plutôt que dire « la Nouvelle-Aquitaine c'est », dire « en Nouvelle-Aquitaine, **nous** ... »

- Utiliser le nous et mettre en scène la **dimension collective** des situations.

COMMENT PUIS-JE METTRE EN AVANT **L'ESPRIT FÉDÉRAL** DANS MES PRISES DE PAROLES ?

Je cite systématiquement la Nouvelle-Aquitaine comme ma région d'appartenance.

Je ne parle pas uniquement de ma destination. En associant les propositions de mes voisins, j'enrichis mon offre touristique. Si mes voisins font de même, ils nourrissent ma notoriété. Une réciprocité qui s'appuie sur le principe du gagnant/gagnant. Par exemple : si je parle du patrimoine Vauban de Bordeaux, j'évoque celui de La Rochelle et vice et versa.

Je tisse des liens, dans un esprit fédéral, avec l'ensemble des acteurs touristiques du territoire, et donne ainsi à voir une région solidaire, complète, intelligible et attractive dans son ensemble. Je participe à des projets collectifs...

Je donne les chemins et les clés pour découvrir mon secteur d'activité et les centres d'intérêts de mes clients, en Nouvelle-Aquitaine. Par exemple si j'ai une offre autour de la pêche, je donne les pistes pour d'autres sites en Nouvelle-Aquitaine qui complète mon offre et mes collègues font de même. Au final on fidélise dans l'espace régional et l'addition de nos propositions locales et singulières forme un tout unique et séduisant : la Nouvelle-Aquitaine.

VALEURS CLÉS EN IMAGES

RESPECT & TEMPERANCE

Les images d'équilibre

La nature préservée

La simplicité

AUTHENTICITE

Eviter les images trop léchées. Mettre en scène de vraies personnes. Mise en avant de nos produits artisanaux, de notre patrimoine de façon vivante et actuelle. Attention au piège la folklorisation

PARTAGE

Tous les thèmes de la transmission : guide, formateur, maitre/apprentis, tutorats.
Convivialité : repas, fêtes ...Communauté humaine, activités collectives



la prise de parole des acteurs de l'économie

Chaque année de nouveaux entrepreneurs font le choix de s'implanter dans une région particulièrement accueillante et où la simplicité d'accès aux différents interlocuteurs facilite le développement rapide de leur projet.

La Nouvelle-Aquitaine est une terre d'excellence à l'origine de produits de qualité et de grandes réussites internationales, construites sur la transmission de savoir-faire et de savoir être.

7 RAISONS POUR LESQUELLES LES ACTEURS ÉCONOMIQUES DOIVENT S'INTÉRESSER À L'ATTRACTIVITÉ DE LEUR RÉGION :

- 1 • Mon entreprise va mieux si mon territoire va bien
- 2 • Pour attirer des talents et des compétences
- 3 • Pour fédérer et motiver ses collaborateurs en montrant son appartenance au territoire
- 4 • Pour développer des synergies avec d'autres (effet réseau)
- 5 • Pour doter ma marque d'un supplément d'âme et de valeur
- 6 • Pour renforcer ma visibilité
- 7 • Pour donner une origine à mes produits



THEMATIQUES CLES

Insister sur tous les éléments de **modernité**, de **dynamisme**, d'**innovation** y compris la présence conjointe d'éléments contemporains et anciens.

Mettre en scène le **rapport humain de coopération**, de **solidarité** : images intergénérationnelles, d'échanges ou d'accueil.

Valoriser la **technique**, la **compétence** et la **créativité** en insistant sur les détails d'un savoir-faire, un geste précis

MOTS CLÉS :

RÉGION PLÉBISCITÉE
CADRE DE VIE
RÉSEAU ET
MAILLAGE
ACCOMPAGNEMENT

L'INNOVATION POSITIVE

Nous nous positionnons comme la région de l'Innovation positive, celle qui fait progresser l'homme et fait du bien à la planète.

Nous aimons les **start-up** et les **champions de l'innovation** !
Nous sommes des **scientifiques**, des **créatifs**, ou engagés dans l'économie sociale et solidaire.

Nous pratiquons l'**innovation ouverte** et adorons les tiers-lieux.

Nous sommes la région où les pépites « **good for tech** » et **agritech** s'épanouissent, la région des **écosystèmes innovants**, la région qui fédère au sein d'une communauté vivante les **créatifs** et **innovateurs** qui partagent cette vision du monde.

MOTS CLÉS :

Économie positive / économie circulaire / économie collaborative.
Ecologie, développement durable, biotechnologies, croissance verte. French Tech, French Fab, French Impact, ...Clusters et pôles de compétitivité, start -up, labos, Université du Futur, innovations environnementales, Créativité, innovation ouverte, innovation positive, Développement, précurseur...audacieux. Intelligence artificielle, robotique, good for tech, idées, projets, gestion responsable.

IMAGES CLÉS :

Beaucoup de choix mais attention aux images convenues de savants en blouse blanches ou du robot tout seul.

Privilégier des images qui sont des histoires.

Festival NOVAQ, clusters et pôles de compétitivité, start -up, labos, Université du Futur, Pôle de Développement économique de la Nouvelle-Aquitaine, ESS, économie collaborative...

Ne pas oublier les femmes entrepreneures !



LA RSE EST UN ARGUMENT D'ATTRACTIVITÉ ET DE RECRUTEMENT

Nous sommes la région RSE (responsabilité sociale et environnementale).

Nous sommes une région citoyenne et responsable, nous nous préoccupons des **grands défis environnementaux** de notre siècle car nous voulons le meilleur pour nos enfants.

Nous nous engageons avec détermination et enthousiasme dans la **transition énergétique et écologique** en devenant une région pionnière et d'expérimentations, une région de croissance bleue et verte (préservation de l'eau, gestion des déchets, à économie circulaire, mobilités douces, tourisme durable, éducation à l'environnement, protection de la biodiversité, agriculture bio, raisonnée, énergies durables, etc). Toutes ces initiatives disent beaucoup de qui nous sommes.

Elles assoient notre vision du monde responsable, et durable. C'est une bataille collective que nous menons au quotidien mais c'est aussi le nouveau moteur de notre développement.



MOTS CLÉS :

ÉCOLOGIE, DÉVELOPPEMENT DURABLE, ÉCONOMIE CIRCULAIRE,
NATURE, CROISSANCE VERTE,

PRÉSERVATION, GESTION RESPONSABLE, DÉVELOPPEMENT,
ENVIRONNEMENT, PRÉCURSEUR,

ÉCONOMIE SOCIALE ET SOLIDAIRE,

INNOVATION SOCIALE, SCOP, FRENCH IMPACT...

ACTEURS CULTURELS ET SPORTIFS

Les événements sportifs et culturels sont des vecteurs majeurs de l'image d'un territoire en termes de notoriété et de valeurs. Grands concerts, grands festivals, grand matchs, grands évènements sont l'occasion d'affirmer qu'ils se tiennent en Nouvelle-Aquitaine et donner ainsi de la notoriété au nom de la Région.

Certains sports, comme le rugby par exemple s'enracinent dans l'histoire de la région et sont profondément identitaires. L'occasion de faire des rapprochements entre l'identité de la région et le sport.

LES ASSOCIATIONS

Plus de **130 000 ASSOCIATIONS** en Nouvelle-Aquitaine qui fédèrent **1,3 MILLION** de bénévoles !

Près de **7 500 ASSOCIATIONS** se créent chaque année ! Réparties dans les domaines du sport, des loisirs, de la culture, de l'économie, du social, de la formation, de l'emploi...



Elles montrent à quel point les néo-aquitains sont attachés aux valeurs de partage, de transmission, d'échanges, de bien-vivre ensemble... toutes les valeurs véhiculées par le nous !

Le poids du tissu associatif est déterminant de la vie locale, de notre qualité de vie et contribue largement à l'attractivité de la Nouvelle-Aquitaine.

MOTS CLÉS :

Equipe, Team, collectif (l'esprit fédéral)
Jeux / rencontres / Fair play / Loisirs

THEMATIQUES CLES

Grands événements. Une offre vaste de loisirs et d'activités (il n'y a pas que le travail). Insertion par les associations

VALEURS CLÉS

Authenticité, partage, solidarité

NOTRE ART DE VIVRE

Notre marqueur commun

Nous sommes la région où l'on peut profiter pleinement de la vie ; où l'on savoure les moments passés entre amis et enfants ; où on a le goût des autres, des choses simples, des rencontres ; où l'on privilégie les moments de communion, de fêtes ; où l'on salue la beauté de la nature, de l'art, de la gastronomie. Joyeux et optimistes nous adorons les activités de plein air. Nous prenons soin de nous car nous aimons la vie.

MOTS CLÉS :

Bonheur, plaisir, heureux, joie, vie, vitalité, rire, hédoniste, épicurien, paisible, vibrant, jours heureux, workation, happiness, projet de vie, mode de vie, essentiel, ressourcement, bien être, douceur, temps, sérénité, good vibes, épanouissement, ...



la prise de parole des
collectivités & institutions

EN IMAGES

De la couleur, de la vitalité, du mouvement. Ne pas avoir une approche trop émolliente d'une qualité de vie qui s'opposerait à la valeur travail. Mettre en scène des **moments de convivialité dans la simplicité** (ex. : partage de repas, promenades, marchés, pêche, pique-nique sur la plage, afterwork dans des lieux décalés...)
Plaisir de vivre : guinguettes, bar de plage, terrasses, surf, festivals, enfants, collègues heureux au travail, étudiants souriants... Valoriser des **moments d'échanges, d'événements culturels** (fête ou manifestation artistique, etc.), d'émulation sportive (basket, rugby, etc.).

UNE HEUREUSE DIVERSITÉ

A la taille d'une région, la diversité est une évidence, elle est bienvenue ! En Nouvelle-Aquitaine, **nous cultivons les différences, les altérités, les contrastes, la mixité** : nous n'avons pas peur de l'autre, du différent. Il nous nourrit.

La diversité rime avec la chance de ne renoncer à rien, de puiser dans la mosaïque des paysages, des activités, et de goûter à tout !

Notre diversité est notre force de frappe, le fruit d'une œuvre collective.



MOTS CLÉS :

Tout, mosaïque, complémentarités, multi-activités, plurielles, curiosité, différence, autrui, autre, altérités, singularité, contrastes.

THEMATIQUES CLES

Ce qui rassemble /
ce qui ressemble /
ce qui contraste

VALEURS CLÉS

Authenticité,
partage,
solidarité

EN IMAGES

Des portraits croisés
Des symboles rassembleurs
(Aliénor, l'océan, le Rugby...)
La multitude des couleurs

