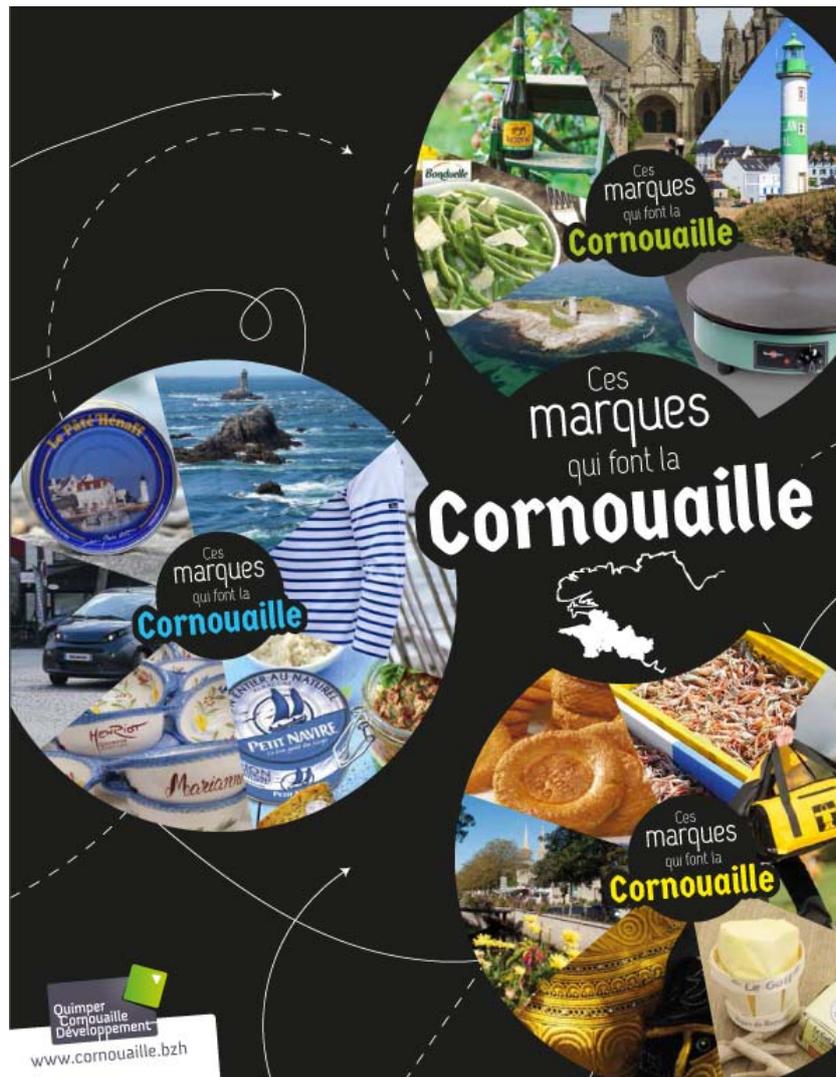


## Tour des marques qui font la **Cornouaille** Stratégie d'attractivité de la Cornouaille



## 1 Le Tour des marques qui font la Cornouaille

**Le Tour des marques qui font la Cornouaille** est un itinéraire valorisant des **fleurons de l'industrie cornouaillaise**. Il s'agit de 3 entreprises qui forgent **l'identité économique du territoire, autour de 3 filières**, socle de l'innovation cornouaillaise : l'industrie alimentaire, textile et le maritime.

La campagne **Ces marques qui font la Cornouaille** lancée en 2017 est le point de départ de la stratégie d'attractivité de la Cornouaille. Les élus cornouaillais souhaitent mener une action phare de promotion des **atouts territoriaux** à destination des porteurs de projets intéressés par la Bretagne. Ces marques qui font la Cornouaille consiste en la mise en avant d'entreprises emblématiques de Cornouaille, reconnue pour la qualité de leur production et leur ancrage territorial. Elle démontre avant tout aux Cornouaillais, qu'ils peuvent être fiers de ses atouts économiques.

**Les présidents des communautés de communes** et d'agglomération cornouaillais seront accompagnés de **dirigeants d'entreprises** afin de montrer que la volonté de la Cornouaille est de parler d'une seule voix quand il s'agit **d'attirer de nouveaux talents, de nouvelles entreprises**.

L'idée est de porter un message positif autour des atouts cornouaillais. La stratégie d'attractivité s'adresse tant aux personnes extérieures à la Cornouaille qu'à ceux qui y sont déjà établis. En valorisant l'offre économique cornouaillaise (filieres socles, centre de recherche, clusters, technopole, accompagnement personnalisé, formation...), les Cornouaillais :

- s'approprient les services mis à leur disposition ;
- et peuvent communiquer à l'extérieur sur cette véritable offre de services.

### 1.1 Programme

9h00 9h10	<b>Concarneau : visite Guy Cotten</b> <a href="https://goo.gl/Bof7mM">https://goo.gl/Bof7mM</a> <i>Point presse</i>
11h00	<b>Quimper : visite Armor Lux</b> <a href="https://goo.gl/uEpEsb">https://goo.gl/uEpEsb</a> <i>Presse invitée</i>
14h30	<b>Pluguffan : visite Krampouz</b> <a href="https://goo.gl/cVWrb6">https://goo.gl/cVWrb6</a> <i>Presse invitée</i>



## 1.2 Objectifs

Le Tour des marques qui font la Cornouaille a pour objectifs de :

- Rencontre et échanges des **dirigeants d'entreprises et élus locaux** ;
- Mettre **en avant le savoir-faire des fleurons de l'industrie** cornouaillaise ;
- Unir les Cornouaillais autour **d'un projet commun de développement**, en portant ensemble la stratégie d'attractivité ;
- Rendre **fiers les Cornouaillais** de leur pays et de ses **ambassadeurs économiques** ;
- Créer une **démarche originale** afin de se démarquer des autres territoires, en marquant notre originalité, notre identité.

## 2 Campagne « Ces marques qui font la Cornouaille »

La démarche de marketing territorial s'appuie notamment sur **le sens de l'entrepreneuriat**, la présence de nombreux réseaux de dirigeants d'entreprises, l'existence de nombreuses **marques emblématiques** et le très **bon niveau de formation** des jeunes Bretons, qui sont parmi les plus diplômés au niveau national. Elle repose également sur une forme de **qualité de vie** "à la bretonne", où la nature et les paysages sont préservés et diversifiés ; le niveau d'équipements et l'offre culturelle élevés ; l'accueil des familles et des jeunes enfants garanti.

C'est sur ces atouts et ces valeurs que la stratégie d'attractivité de Cornouaille sera déployée à partir de 2017 sur trois ans.

**La campagne « Ces marques qui font la Cornouaille » est l'élément fondateur de la stratégie d'attractivité de la Cornouaille.**

### 2.1 Esprit de la campagne

La campagne « **Ces marques qui font la Cornouaille** » a pour objet de **sensibiliser les Cornouaillais aux richesses économiques et patrimoniales du territoire**, ces deux éléments constituant des « marques » à valoriser. Ce sont les richesses qui permettent à la Cornouaille de s'exporter. Il s'agit d'un élément de fierté territoriale à stimuler.

**Trois visuels associant des marques économiques et des sites cornouaillais** constituent l'esprit de la campagne. Le bleu, le vert (toutes deux glaz en breton) et le jaune (melen) couleurs cornouaillaises et à la symbolique forte. Le bleu et le jaune sont d'ailleurs les couleurs emblème de la Cornouaille.

**Les entreprises** participant à la campagne sont **Guy Cotten, Armor Lux, Krampouz, Hénaff, la laiterie Le Gall, Petit Navire, Henriot-Quimper, Blue Solutions du groupe Bolloré, les cidres Kerné et les galettes Traou Mad**. Elles véhiculent une marque de **savoir-faire indéniable** de la Cornouaille. De même, ces marques sont représentatives de la diversité géographique de la Cornouaille, ces dernières se trouvant aux quatre coins du territoire...

La campagne *Ces marques qui font la Cornouaille* est symbolisée par 3 couleurs, le bleu, le jaune pour la Cornouaille, son côté maritime et lumineux, le vert pour la nature...

L'imaginaire cornouaillais rejoint la réalité économique. Tout un symbole !



## 2.2 Accroche

L'accroche de la campagne « Ces marques qui font la Cornouaille » est **volontaire et directe**. Elle a pour objectif d'interpeler le public **sans détour**. Les Cornouaillais n'ont pas à rougir des richesses de leur territoire. « Soyons fiers d'être Cornouaillais ! »

*« Oui, soyons fiers d'être Cornouaillais ! Réjouissons-nous de vivre ici, à la pointe de la Bretagne. Car la Cornouaille, ce n'est pas seulement un concept administratif vide de sens, froid. La Cornouaille est un des plus vastes territoires bretons, identifié dans l'histoire et sur les cartes depuis des siècles, riche de sa densité de villes moyennes et de pays à l'identité forte. Elle est un concentré de Bretagne ! Bigoudens, Capistes, Concarnois, Douarnenistes Fouesnantais, Glaziks, Quimperlois... – pour ne citer que ceux-là – sont aussi Cornouaillais. Soyons donc fiers, et persuadés que la Cornouaille existe, ô combien ! Qui ne connaît ses « marques » patrimoniales – Pont-Aven, la Pointe du Raz, Locronan, la broderie, la cathédrale de Quimper... – et ses marques industrielles emblématiques – Armor Lux, Bolloré, Cotten, Hénaff, Henriot Quimper, Kerné, Krampouz, Le Gall, Petit Navire, Traou Mad... – parmi tant d'autres ? Toutes ces marques « font la Cornouaille », séduisante, vivante, entreprenante. Soyons fiers d'être Cornouaillais ! »*

En savoir plus : **page Stratégie d'attractivité : [www.cornouaille.bzh](http://www.cornouaille.bzh)**

- **Campagne de promotion « Ces marques qui ont la Cornouaille »**

### **3 Stratégie d'attractivité de la Cornouaille**

#### **3.1 Actions déjà engagées**

Le Tour des marques qui font la Cornouaille s'inscrit dans la démarche plus large. Plusieurs actions ont dès à présent été lancées afin de sensibiliser les Cornouaillais à la démarche de marketing territorial, notamment :

- la **campagne intitulée « Ces marques qui font la Cornouaille »**. Elle est actuellement **déclinée sous différentes formes** (notamment évènementiels, visites d'entreprises, présence au « *Cornouaille Gourmand* » dans le cadre du Festival de Cornouaille) afin de lui donner plus d'ampleur ;
- le **livret Invest in Cornouaille** est en cours d'élaboration afin de valoriser, auprès des porteurs de projet, **la qualité de vie et les atouts économiques** cornouaillais (la campagne « Ces marques qui font la Cornouaille » y figurera pour faire le lien avec les entreprises emblématiques) ;
- un **site internet cornouaille.bzh** est actuellement en cours d'élaboration afin de relayer cette offre de service et de communiquer sur les outils à disposition des porteurs de projet (portail des Zones d'activité, embauche du conjoint, immobilier d'entreprises) ;
- le portail **jobconjoint.bzh est en cours de promotion** auprès des entreprises du territoire (plus de 500 prospects) ;
- une **étude sur l'outil productif cornouaillais** est réalisée dans le cadre d'un stage de Master ;
- le **recensement des entreprises emblématiques** est réalisé et fait l'objet d'un échange avec les EPCI ;
- **l'adhésion à la marque Bretagne** a été validée par Bretagne Développement Innovation. Elle peut désormais être utilisée pour tous les supports liés à la stratégie d'attractivité.

#### **3.2 Principes de la démarche d'attractivité**

Afin de structurer la stratégie d'attractivité, trois parties pris ont été intégrés. Il s'agit des phases d'élaboration de la démarche, des axes du marketing territorial tels que définis par les experts en la matière. Ces éléments permettent d'évaluer la rencontre de l'offre et de la demande entre un territoire et des clients, que sont les porteurs de projet.

##### **Les 3 axes du marketing territorial :**

- implication des acteurs locaux ;
- connaissance des caractéristiques clés du territoire ;
- connaissance des attentes des « clients ».

##### **Les 3 phrases de l'élaboration de la stratégie :**

- élaborer le portrait de territoire (connaissance partagée du territoire et de l'offre à destination des porteurs de projet) ;
- définir les choix stratégiques (différenciation, cibles...)
- dresser un plan d'actions (outils, mutualisations, communication...)

#### **3.3 Les étapes à suivre**

La démarche d'attractivité doit être poursuivie par un accompagnement spécifique qui doit permettre aux élus et dirigeants d'entreprises de porter ensemble l'image de la Cornouaille. Elle est axée sur 3 phases devant être réalisées entre l'automne 2017 et fin 2018.

Ces trois phases doivent permettre :

- **D'affirmer le positionnement** de la Cornouaille et **identifier l'offre économique** dans son intégralité ;
- De construire avec l'ensemble des acteurs politiques et économiques **un projet commun appuyé sur les atouts** de la Cornouaille ;
- D'élaborer un **plan d'actions** partagé par les acteurs économiques et les collectivités et les **éléments de communication** à porter à l'extérieur, notamment en termes de présence extérieure.

#### **4 Conférence de presse**

- Elus de la Cornouaille

**Ludovic JOLIVET**, Président de Quimper Cornouaille Développement ; Président de Quimper Bretagne Occidentale

**Hervé HERRY**, Vice-président délégué de Quimper Cornouaille Développement, Vice-président de Quimper Bretagne Occidentale

**Bruno LE PORT**, Président de la Communauté de communes du cap Sizun Pointe du Raz, représenté par **Gilles SERGENT**, Vice-président en charge de l'environnement

**Christian JOLIVET**, Vice-président de la Communauté de communes du Haut Pays Bigouden

**André FIDELIN**, Président de Concarneau Cornouaille Agglomération

**Raynald TANTER**, Président de la Communauté de communes du Pays Bigouden Sud

**Christine ZAMUNER**, Vice-présidente de la Communauté de communes du Pays Bigouden Sud

**Erwan LE FLOC'H**, Président de la Communauté de commune de Douarnenez Communauté

**Marc RAHER**, 1er Vice-président de Douarnenez Communauté

- Entreprises Ces Marques qui font la Cornouaille

**Nadine BERTHOLOM**, Directrice, GUY COTTEN

**Michel GUEGUEN**, Directeur général ARMOR LUX

**Serge KERGOAT**, Président-Directeur général, KRAMPOUZ

- Quimper Cornouaille Développement

**Kim LAFLEUR**, Directeur

**Michel BOLLORÉ**, Responsable Marketing territorial et aménagement du territoire

## 5 Quimper Cornouaille Développement

Quimper Cornouaille Développement est **l'agence de développement économique et d'urbanisme** créée en 2010. Elle intègre les missions du Pays de Cornouaille (contrat de Pays, tourisme, énergie). Association loi de 1901, elle fonctionne sous statut d'agence d'urbanisme agréée par l'Etat et est affiliée à la Fédération Nationale des Agences d'Urbanisme (FNAU).

Quimper Cornouaille Développement est composée des communautés de communes de Cornouaille, les chambres consulaires, l'État, la Région Bretagne, le Département du Finistère et les 2 syndicats de SCoT (SIOCA et SYMESCOTO).

Quimper Cornouaille Développement est le **lieu de réflexion et d'élaboration de la politique de développement économique et d'aménagement de la Cornouaille.**

Quimper Cornouaille Développement accompagne la mise en œuvre des stratégies adaptées aux enjeux du territoire.

- Missions
- Marketing territorial et aménagement du territoire
- Développement économique et accompagnement de filières
- Transition énergétique
- Ingénierie de projets territoriaux
- Conseil de développement

Plus d'info sur  
[www.quimper-cornouaille-developpement.fr](http://www.quimper-cornouaille-developpement.fr)



### Contacts

- Responsable Marketing territorial et aménagement du territoire

**Michel BOLLORÉ**

02 98 10 34 02 - [michel.bollore@qcd.bzh](mailto:michel.bollore@qcd.bzh)

- Presse

**Emmanuelle HERVÉ** - 02 98 10 34 13- [emmanuelle.herve@qcd.bzh](mailto:emmanuelle.herve@qcd.bzh)