

PLATEFORME DE MARQUE

VERSION DE TRAVAIL N°3

SUITE ATELIER DU 22 JANVIER 2016

Ancrage, origines

D'où je viens ? Quel est le principe fondateur à l'origine de ce que je suis ?

Là où il n'y avait que « de l'eau et de la pente », hommes et femmes ont patiemment inventé un territoire unique et ouvert au monde. Par ténacité, exigence, esprit d'initiative, et goût d'entreprendre.

J'incarne ce territoire.

Ma marque est née, le 27 mars 2006, de la volonté d'une assemblée d'élus de bâtir - **ensemble** - une marque commune par delà les limites départementales de Savoie et de Haute-Savoie.

Je suis l'addition du nom d'une région historique, culturelle, naturelle, habitée, imagée, gustative..., et celui d'un sommet qui incarne aujourd'hui le défi, l'engagement sportif, la pureté.

J'ai grandi, 10 ans durant, en portant - en France, en Europe, et à l'internationale - l'offre d'une destination touristique **leader** sur son marché.

En 10 ans, j'ai fait, d'une volonté politique et économique, un « **projet commun** », qui déborde aujourd'hui le seul champ du tourisme.

Champ de compétences

*Qui suis-je ? Qu'est-ce que je fais ? Sur quel marché ?
Quelles sont mes compétences, expertises, talents particuliers ?*

Je suis **la marque d'un territoire**
(Et j'ai vocation à en devenir le nom).

Je suis un état d'esprit.

Je porte en moi :

Le merveilleux

"celui des lacs, des sommets, des vallées, ..."

L'esprit d'initiative

"d'un couteau en bois on fait un opinel, ... d'un village on fait une station,..."

L'exigence

"de qualité, du travail bien fait, ..."

L'efficience

"faire beaucoup avec peu. La frugalité est dans notre ADN"

Sur les marchés, aujourd'hui mondialisés et hyper concurrentiels, du tourisme, de l'agro-alimentaire, de l'industrie, des services :

- Je crée **du désir** pour qui ne me connaît pas encore, et de la fierté pour celles et ceux qui m'habitent.
- Je crée **de la valeur**, pour mes opérateurs touristiques, mes entreprises artisanales et industrielles, mes producteurs agricoles, mes universités, mes habitants.

Point(s) de différence

Quels sont mes avantages concurrentiels clefs ?
Quelle est ma façon unique de faire les choses ?

Je rassemble les superlatifs de la montagne : les plus hauts sommets, les glaciers les plus impressionnants, la neige la plus abondante, les plus grands lacs, les eaux les plus pures, l'énergie blanche des plus hauts barrages de France, les alpages les plus audacieux et leurs célèbres fromages, le plus grand nombre de stations et de professionnels des activités de plein air, la diversité la plus extrême, ...

Je désigne un territoire économiquement **équilibré** parce qu'optimisé par le talent, l'énergie, l'opiniâtreté, la capacité d'adaptation et l'efficacité des hommes (démographie, développement économique, technologie, innovation, vision internationale, voies de communication).

J'inspire un mode de vie actif, nature, ouvert sur le monde et à tous les challenges.

Qu'il s'agisse de tourisme, d'industrie, de produits alimentaires ou de services, je fais toutes choses à ma manière, c'est à dire avec **respect, frugalité et ambition.**

Client imaginaire

Quels sont ses besoins, ses attentes, ses désirs, ses rêves relatifs au marché dans lequel j'opère ? Qu'est ce que signifie, pour lui, d'être mon client plutôt que celui d'une autre marque ?

Un client qui me challenge.

Quel que soit le service ou le produit demandé, J'attends de mes clients qu'ils me fassent progresser !

Quelle que soit l'offre qui leur est faite, ils veulent en être les **acteurs**, et qu'elle ait du « **sens** »
(des valeurs, une histoire, un projet)

Ils sont mes clients parce qu'ils se sentent **en affinité**, avec ma manière d'être, de faire, avec mes valeurs, avec mes offres.

Ils sont mes clients*, parce qu'ils veulent du « made in Savoie Mont-Blanc ».

* habitant, séjournant, étudiant, client ...

Personnalité

Comment me définirais-je si j'étais une personne ? Qu'est-ce qui décrit le mieux mon caractère ? Comment je veux être perçu comme une personne ?

"Je suis d'Ici" *

Ouvert au monde

Entreprenant

Efficient

* Attachement au territoire, aux traditions + ouverture au monde
= « Glocal » (local et global)

Combat

Pourquoi je me bats ?

Quel est mon engagement à l'égard de mes clients ?

Je me bats **par attachement à un territoire** merveilleux, à ses ressources naturelles et humaines.

Je me bats **pour créer de la valeur**, et ainsi renouveler l'équilibre de mon territoire pour le bien être de ses habitants et de celles et ceux qui y travaillent ou y séjournent.

Mon engagement à l'égard de **mes clients** est de les considérer comme **des "alliés"**, parties-prenantes de la valorisation et de l'amélioration permanente de mes offres, de mes produits, de mes services, de mon territoire.

Valeurs

Au nom de quoi je me bats ? Bien en amont, bien au-delà de mes objectifs, quelles sont les valeurs qui m'inspirent ?

La **Créativité** et le **Respect**.

La créativité : pour inventer, puis réinventer, un territoire équilibré à partir de peu, il faut de l'imagination et de l'ambition. Il faut aussi de l'agilité de corps et d'esprit pour surmonter les obstacles et s'adapter au monde changeant. La liberté de « créer demain », sans préjugés, est l'une des valeurs fortes de mon territoire.

Le respect : celui que m'inspirent « la pente » et les paysages qui m'entourent. Il commande aujourd'hui ma relation aux autres, à l'environnement, ma relation au temps.

Concept Stratégique

La proposition unique, visionnaire, inspirée, de la marque, qui en quelques mots, la distingue et la fait préférer ?

Je suis locale et globale

D'Ici, et ouverte au monde.

Je suis très entreprenante mais frugale

Avec peu je fais beaucoup.

Je suis à la fois créative et respectueuse

L'agilité plutôt que l'arrogance.

Sur tous les marchés, **mieux que de « clients », j'ai des « alliés »**, parce que j'attends d'eux qu'ils **me challengent et me fassent progresser**.

Je suis un territoire, des produits, des offres, des services, ... imaginés, conçus, développés, optimisés avec eux, avec Vous.

Savoie Mont-Blanc
Inventé avec Vous

Vous

les séjournants, les résidents,
les entrepreneurs, les agriculteurs,
les professionnels, les étudiants,
les clients, ...