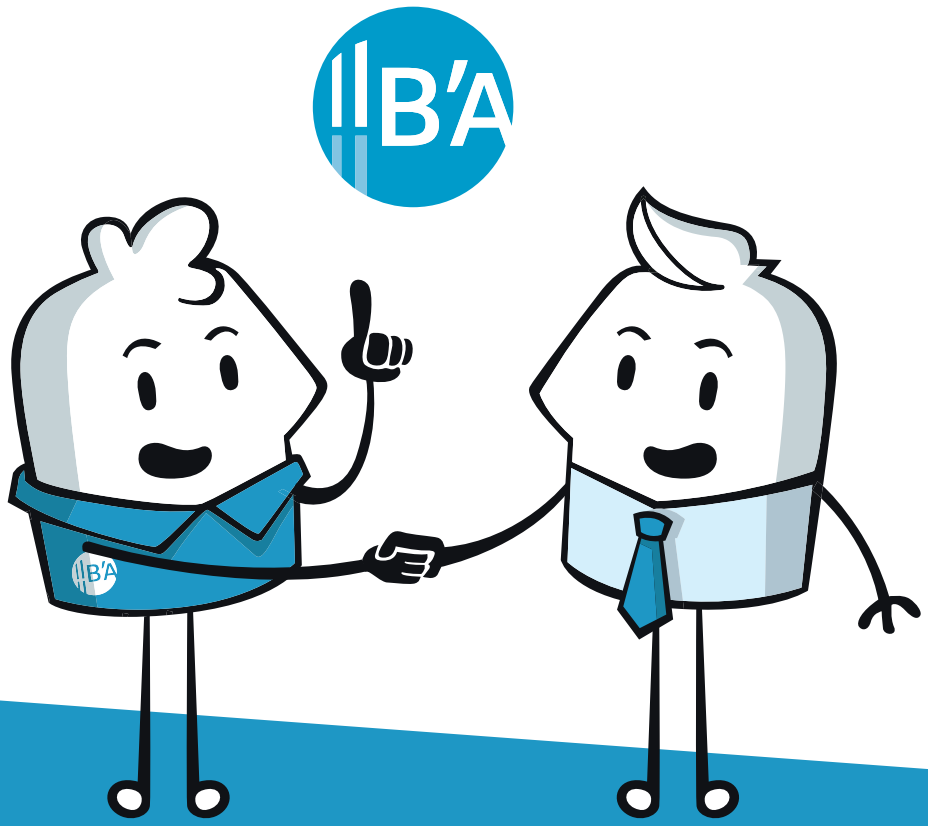
BASSIN D'ARCACHON

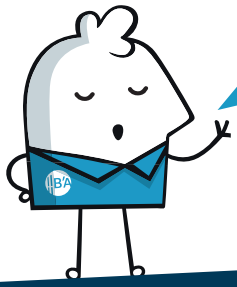
LE GUIDE DU PARTENAIRE



Le Bassin, je l'aime, **je le partage !**

www.marque-bassin-arcachon.fr

UNE MARQUE pour le BASSIN D'ARCACHON



LE BASSIN D'ARCACHON, C'EST NOTRE TERRITOIRE

Pour en développer tous ensemble la responsabilité sociale, environnementale et l'engagement solidaire, nous lui avons adjoint une marque territoriale.

Pour Michel Sammarcelli, Président du SIBA, Maire de Lège-Cap Ferret : *"La création de notre marque territoriale est une initiative partagée, soutenue par les dix communes du Bassin. Notre démarche vise à rendre notre territoire plus vertueux et à améliorer encore notre savoir vivre et travailler ensemble".*

> « Adjoindre une marque à un territoire, c'est en parfaire l'image pour mieux en asseoir la responsabilité et agir ensemble. »

Elle veut réunir l'ensemble des parties prenantes, les résidents et les visiteurs, les jeunes et les anciens dans un projet de vie respectueux et ambitieux. Elle défend une démarche exemplaire en faveur d'un environnement d'exception.

UN BLOC MARQUE

BASSIN D'ARCACHON

un signe de reconnaissance utilisé en copyright

RÉCIPROCITÉ

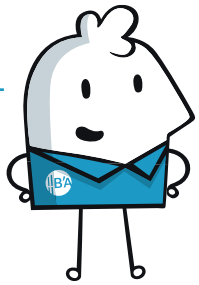
UNE SIGNATURE UNIQUE POUR LA MARQUE

Le Bassin, je l'aime, **je le partage !**

- **Je suis chef d'entreprise :**
le Bassin, je l'aime, je le dis et je le partage avec mes fournisseurs, mes clients et aussi mes collaborateurs.

- **Je suis habitant :**
le Bassin, je l'aime, je le partage avec ma famille que je reçois en vacances... et aussi avec tous les voyageurs !

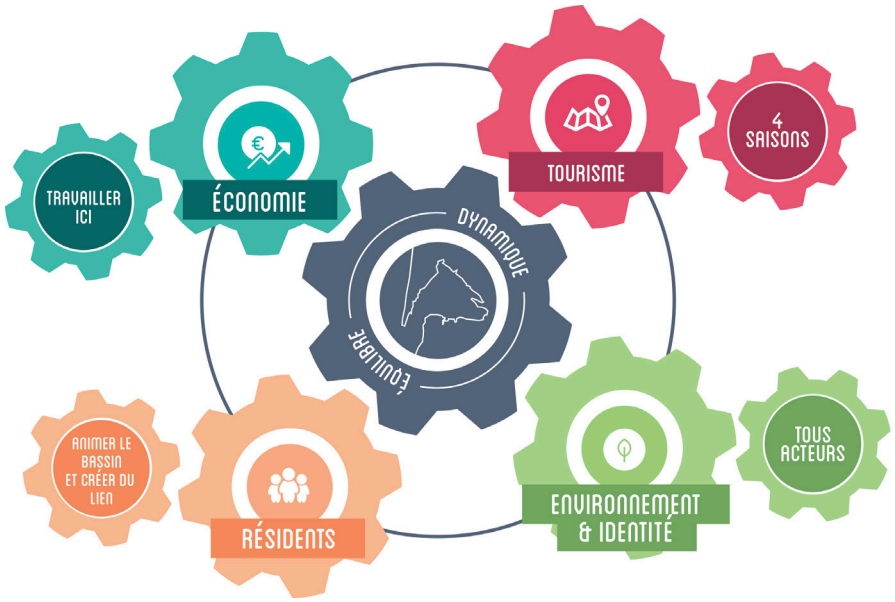
- **Je suis vacancier :**
le Bassin, je l'aime pour mes vacances...
et je le partage aussi avec ses habitants !



LES ENJEUX pour le Bassin

ÉQUILIBRE ET PROGRÈS

Dans un contexte global notamment dicté par l'évolution démographique et la facilitation croissante des mobilités individuelles et collectives, les enjeux clés pour le Bassin sont de pouvoir conjuguer les intérêts de résidents à ceux des vacanciers ainsi que les volontés légitimes de préservation et de développement. Ainsi, la marque s'articule autour de quatre axes fondamentaux : l'environnement, l'économie, les résidents et le tourisme.



AVEC QUI ?

Le réseau des partenaires de la marque est ouvert à tous les acteurs économiques du Bassin d'Arcachon.

LES OBJECTIFS DE LA MARQUE

DÉVELOPPER LES SAVOIRS ÊTRE, VALORISER "TRAVAILLER ET ENTREPRENDRE" SUR LE BASSIN.

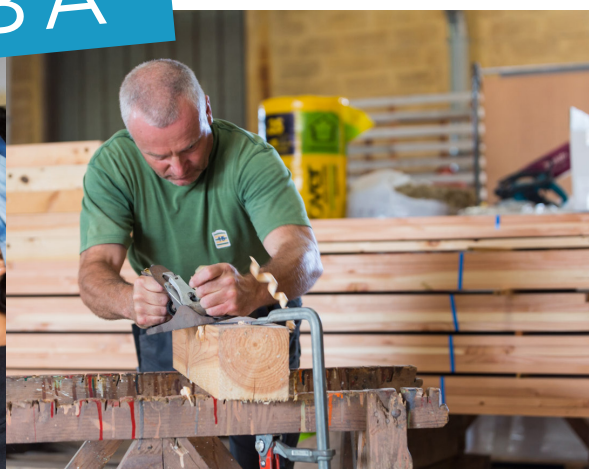
SOUTENIR ET **VALORISER** LES EFFORTS DE **PRÉSERVATION DE L'ENVIRONNEMENT.**

FAVORISER ET **PROMOUVOIR** L'OFFRE DES SERVICES ET PRODUITS ISSUS DU BASSIN D'ARCACHON.

CONSTRUIRE ET **METTRE AU DEVANT** DE LA SCÈNE UNE OFFRE ET LES SERVICES NÉCESSAIRES À LA DÉSAISONNALISATION DES EXPÉRIENCES SUR LE BASSIN.

INFORMER ET **IMPLIQUER** LES HABITANTS POUR QU'ILS SOIENT EUX AUSSI LES ACTEURS DU MIEUX VIVRE ENSEMBLE SUR LE BASSIN.

DEVENIR PARTENAIRE et SOUTENIR la marque B'A



ÊTRE PARTENAIRE, C'EST :

- Manifester activement son attachement au Bassin.
- Participer au dynamisme économique et durable (pas seulement touristique) du territoire.
- Co-construire un collectif agissant pour un développement responsable.

C'est un engagement commun, c'est un partage des valeurs et une volonté de faire.

La marque, c'est un panel de services offerts aux partenaires...

- Appartenance à un réseau actif et interconnecté.
- Accroissement de votre visibilité grâce au site www.marque-bassin-arcachon.fr
- Participation à des ateliers gratuits de co-working, story-telling, co-branding, avec des consultants et experts.
- Accès augmenté à des informations locales sur un espace unique.
- Extension de votre politique de communication et partage de vos informations sur le site de la marque et les réseaux sociaux associés.

Et nous préparerons encore de nouveaux services pour nos partenaires en faveur du B'A (interviews filmées...).

ET DES ÉVÈNEMENTS AU FIL DES SAISONS

1 • A la fin de l'hiver, "Le Grand Rendez-vous du Bassin" : c'est le rassemblement annuel des partenaires. Lors de cette grande conférence, actualités et perceptives sont abordées par les partenaires de B'A.

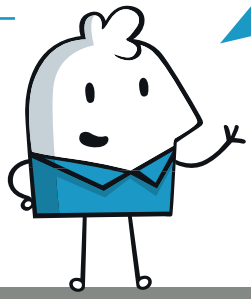
2 • Au printemps : des ateliers matinaux (avec petit-déjeuner !) sont organisés. Des partenaires de B'A, des experts abordent alors les thématiques du story-telling ou de co-branding, etc...

3 • A l'automne : lors des sessions baptisées "B'A Lab", des partenaires sont invités à réfléchir aux orientations et engagements structurels en faveur du B'A.

Par ailleurs, d'autres réunions et manifestations peuvent être organisées selon l'actualité ou l'émergence de sujets conjoncturels.

POUR DEVENIR PARTENAIRE ?

1. **ALLEZ SUR LE SITE** WWW.MARQUE-BASSIN-ARCACHON.FR
2. OUVREZ L'ONGLET **"DEVENIR PARTENAIRE"**
3. REMPLISSEZ LE FORMULAIRE DANS **"S'INCRIRE C'EST PAR ICI"** SANS OUBLIER DE MOTIVER VOTRE DEMANDE EN PRÉCISANT **VOTRE VALEUR D'ENGAGEMENT**



LES ORIENTATIONS 2018 et les actions associées

En coordination avec le Parc Naturel Marin, la COBAS, la COBAN, l'Agence Economique BA2E, les Offices de Tourisme et les 10 communes du Bassin d'Arcachon.

AXE 1

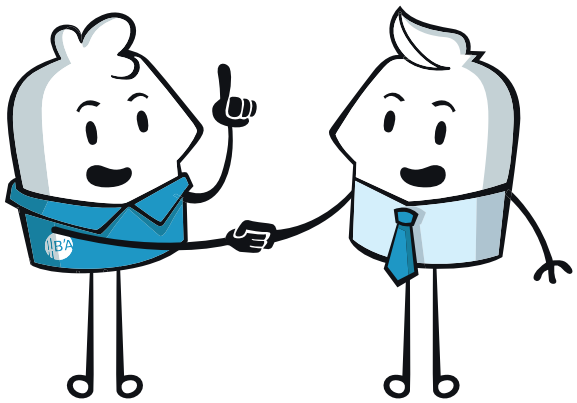
POURSUIVRE LA CONSTRUCTION DU RÉSEAU DES PARTENAIRES ET EN VALORISER LES ACTIONS

- Stimuler des actions de parrainage pour accroître la taille de la communauté des partenaires et augmenter ainsi la visibilité et l'impact du Bassin d'Arcachon pour ses adhérents...

Mieux se connaître entre partenaires de la marque, pour travailler entre acteurs porteurs des mêmes valeurs...

- Création d'un **moteur de recherche sur le site de marque avec filtres** (pour retrouver les partenaires par activité et par valeur d'engagement).
- Valoriser les partenaires et **acteurs économiques qui font vivre le Bassin toute l'année** (exemple établissement touristique ouvert 12 mois sur 12).
- Création d'un espace "emploi et formation" qui recense toutes les informations nécessaires pour faciliter le recrutement en local, la transmission des métiers et **valoriser les actions des institutions** (Pays Bassin d'Arcachon Val de l'Eyre, Agence économique BA2E...). L'idée est d'accentuer la notion suivante :

Marque Bassin d'Arcachon
=
Marque employeur



AXE 2

SOUTENIR L'INNOVATION TERRITORIALE EN STIMULANT LA COMMUNAUTÉ DES PARTENAIRES DE B'A

- Valoriser le lien entre son activité, son produit et le Bassin à travers le story-telling. Par exemple, en valorisant le produit, le service "plus" et/ou innovant que l'on apporte spécifiquement au territoire.
- Développer le co-branding : l'association de deux ou plusieurs partenaires pour le développement, la commercialisation et/ou la communication d'un produit (ou d'un service).
- Organisation d'une journée B'A au sein des entreprises partenaires de la marque ou entre partenaires (telle une journée "service civique pour la marque" pour partager avec ses collaborateurs les enjeux pour le Bassin - entre autre environnementaux !) autour d'un projet d'équipe.

AXE 3

RENFORCER LES ACTIONS EN FAVEUR D'UNE MOBILITÉ PLUS DOUCE ET PLUS ECO-RESPONSABLE

- Création d'un espace sur le site de la marque dédié aux "bons plans mobilité" sur le Bassin, encore une fois recenser sur un seul site ce qui existe (exemple : ticket Baïa permet d'alterner bus et train pour 1 euro...) !
- "Convaincre" la clientèle touristique de la nécessité d'utiliser les transports en commun (par des actions concrètes à mettre en place au-delà de la distribution de la carte des déplacements).
- Dans le cadre de la journée B'A, prévoir un temps de visite des acteurs économiques pour voir comment ils illustrent la mise en œuvre de leur engagement environnemental, dans leurs processus.

L'idée est de "mieux se connaître pour mieux se comprendre", et rencontrer des acteurs, pour lesquels la prise en compte des problématiques environnementales, ne s'appréhende pas de façon totalement "évidente".

COMMENT RENDRE “CONCRET” MON ENGAGEMENT ?

1 COMMUNIQUER, EN S’APPROPRIANT LE DISCOURS DE LA MARQUE

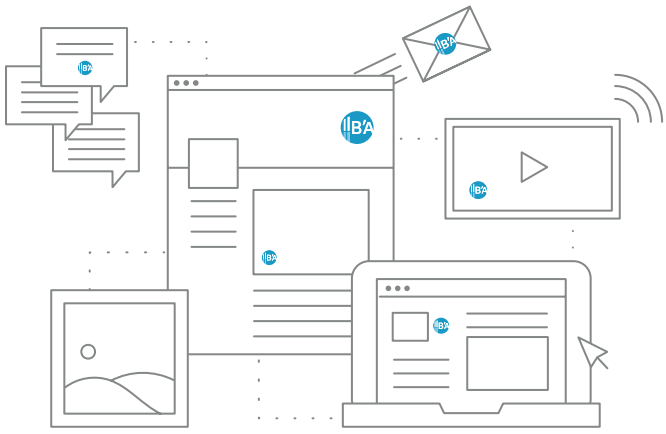
Dire “haut et fort”, et en toute circonstance, que l’on est partenaire de la marque… mais surtout en mettant en avant sa valeur d’engagement.

Par exemple je suis partenaire de la marque parce je suis ouvert à l’année. C’est mon engagement pour le territoire.

Relayer, via les outils du réseau, des informations jugées pertinentes pour la communauté (coups de cœur, actualités, idées créatives, démarches innovantes, opportunités de développement…).

Vous êtes partenaire de la marque… dites le également à vos collaborateurs, pour qu’à leur tour, ils puissent clamer :

“L’entreprise dans laquelle je travaille est partenaire de la marque et j’en suis fier !”

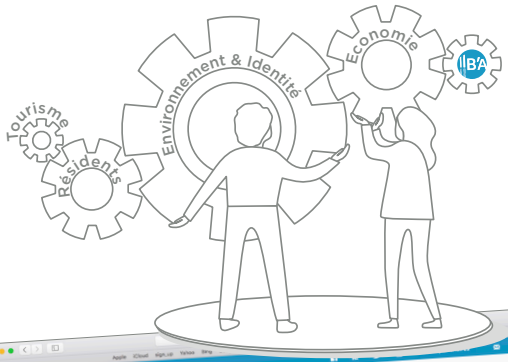


2 VALORISER VOTRE VALEUR D’ENGAGEMENT

La marque est le porte voix de votre engagement pour le territoire. Alors partager avec le pôle marque vos actions, vos réussites, vos projets en phase avec votre engagement.

Par exemple : votre engagement est la valorisation de votre ancrage au territoire ou une action de sensibilisation à la préservation de notre environnement : vous faites une action dans ce sens alors dites-le nous ! Et nous serons fiers de la mettre au devant de la scène !

3 COLLABORER, AVEC LES AUTRES PARTENAIRES DE LA MARQUE



Rien de plus simple ! Le site de la marque liste l'ensemble des partenaires, classés par ordre alphabétique mais également par secteur d'activité et valeur d'engagement.

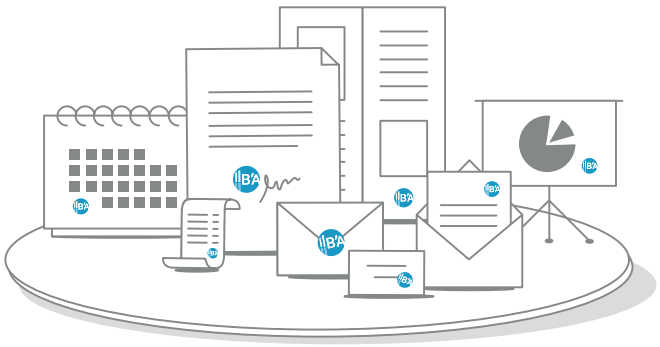
Objectif : développer du co-branding entre partenaires : c'est-à-dire l'association de deux ou plusieurs partenaires pour le développement, la commercialisation et/ou la communication d'un produit ou d'un service.

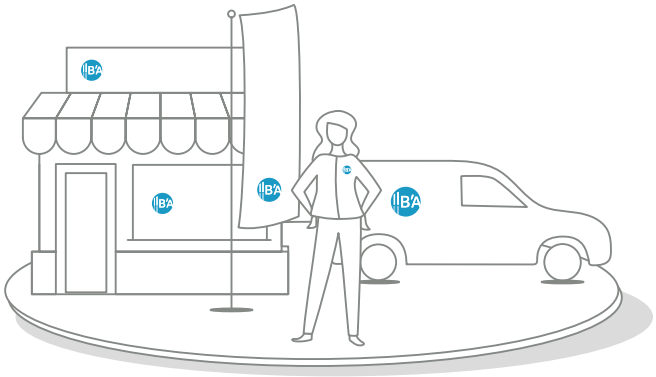
Des ateliers spécifiques autour du co-branding sont organisés par le pôle marque.

4 AFFICHER, L'ESTAMPILLE B'A PORTÉE PAR TOUS

Utiliser le signe de reconnaissance B'A sur vos papiers administratifs, votre véhicule, votre enseigne, dans votre courriel... et afficher votre appartenance à la marque.

A noter : ajouter dans la mesure du possible cette phrase qui explique pourquoi vous portez le B'A :
"Les partenaires qui gravent les initiales B'A sur leurs supports de communication, affichent leur fierté d'appartenance mais surtout illustrent leur engagement pour le Bassin d'Arcachon."





Le pôle marque réalise votre bandeau de signature mail aux couleurs de la marque, n'hésitez pas à nous le demander !

5 PARRAINER

En tant que partenaire de la marque, nous comptons sur vous pour parrainer un membre de votre réseau professionnel pour qu'il devienne à son tour partenaire de la marque et contribue ainsi à son développement.

Vos partenaires sont nos partenaires, parrainez-les !

© Anna Burg

LE B.A - B'A de la marque en 8 POINTS :

Si vous deviez expliquer, à votre tour, la marque Bassin d'Arcachon, comment auriez-vous envie de le dire ? Peut-être de cette façon...

1. B'A, c'est le **signe de reconnaissance** de la marque du Bassin d'Arcachon.
2. B'A a été **créée en 2017** et c'est un **copyright**.
3. B'A est une **bannière commune** ! C'est l'étendard des acteurs locaux dont l'impact en faveur du Bassin découlera de la diversité et de la détermination.
4. Nous sommes **fiers de notre histoire**, de notre **patrimoine culturel**, **environnemental**, de nos **activités économiques** et B'A entend participer à la valorisation responsable de cet écosystème d'exception.
5. Pour ne pas subir en attirant toujours plus de monde, pour agir sur notre attractivité plutôt qu'en en devenant les victimes, B'A est la manifestation d'un **désir partagé de proactivité** en faveur du Bassin d'Arcachon.
6. **Nous aimons le Bassin d'Arcachon** et il n'est pas uniquement une grande destination touristique ! Il est riche de la grande variété de ses hôtes et B'A vise à honorer les intérêts de ses nombreuses parties prenantes.
7. B'A œuvre à la **désaisonnalisation** de **l'activité économique** et à son développement tout en préservant **environnement** et **art de vivre**.
8. B'A veut honorer ceux qui **vivent** et **travaillent sur le Bassin**.

« Et vous, que diriez-vous si vous deviez expliquer ce qu'est ou ce que pourrait être le B'A ? »

Dites-le nous sur www.marque-bassin-arcachon.fr... ou en le partageant avec vos clubs d'entreprise, partenaires de la première heure de la marque : CACBN, DEBA, CA2B et le CDJ du Bassin d'Arcachon

BASSIN D'ARCACHON B'A

Syndicat Intercommunal du Bassin d'Arcachon (SIBA)
Pôle Marque
16, allée corrigan - CS 40002 - 33311 Arcachon Cedex
Mail : marque@siba-bassin-arcachon.fr
Tél : 05 57 52 74 94