# Le Poitou, marque de territoire officiellement lancée

mardi 5 juillet 2016, par lpe

Les présidents des Départements de la Vienne et des Deux-Sèvres : Bruno Belin et Gilbert Favreau, se sont retrouvés fin juin aux Tumulus de Bougon, lieu historique, pour le lancement, non moins historique, d'une marque de territoire commune : le Poitou.

Très vite décliné en objets de marketing, "le Poitou" incarne une stratégie globale d'attractivité et de cohésion des acteurs du territoire. A quelques jours de l'annonce officielle du nom de la nouvelle grande région, sans surprise "Nouvelle Aquitaine", ces deux départements et leurs élus avaient sans doute en tête également la volonté de jouer une carte ultra locale recentrée sur des valeurs historiques et culturelles.

Cette nouvelle marque qui là non plus n'est pas une grande surprise, sera le fil rouge d'actions de communication collectives, pour mettre en lumière localement et nationalement les produits, le patrimoine, les entreprises et acteurs du territoire. Le rouge et blanc rappelant par ailleurs les couleurs du logo de nos voisins vendéens, tout comme la stratégie mise en place.

"Le Poitou", en tant que marque, sera gérée collectivement par des partenaires publics et privés regroupés dans un Groupement d'Intérêt Public présidé par les 2 présidents de Département. Les Chambres consulaires, les Associations des Maires et les Agences Touristiques des 2 Départements en seront les partenaires fondateurs. Le GIP sera le pilote de la stratégie et du plan d'actions de la marque, de la communication et de la gestion budgétaire et administrative. Il sera le garant de l'admission de nouveaux utilisateurs de la marque POITOU et de sa bonne utilisation.
La marque a vocation à agir comme une reconnaissance de l'origine Poitou dans le champ concurrentiel et à devenir un vrai argument commercial pour déclencher le réflexe « consommer Poitou » !

Le Calendrier :

- 23 juin 2016 : Présentation de l'identité visuelle de la marque POITOU
- Eté 2016 : Création du Groupement d'intérêt public, sensibilisation des partenaires et ambassadeurs, mobilisation des entreprises des Deux-Sèvres et de la Vienne
- 14 septembre 2016 : Réunion constitutive du GIP, lancement de la campagne de prospection auprès des utilisateurs potentiels des Deux-Sèvres et de la Vienne, attribution des premiers droits d'utilisation de la marque POITOU
- Janvier 2017 : lancement de la première campagne de communication de la marque POITOU, présentation des premiers produits labellisés POITOU

Pour Bruno BELIN, « *le nouveau découpage régional constitue une nouvelle donne institutionnelle qui ne doit pas gommer les spécificités de chaque territoire. Les départements des Deux-Sèvres et de la Vienne ont en commun une histoire et une culture. Nous partagerons probablement le même futur, dans un destin commun, car nous sommes avant tout poitevins, et fiers de l'être. Désormais, nous avons un emblème commun que nous devons, tous ensemble, partager et faire vivre* ».

Pour Gilbert FAVREAU : « *Nous sommes convaincus que le Poitou dispose d'atouts qui lui permettent de rayonner bien au-delà de ses limites. Dans les domaines tels que l'agriculture, le tourisme, l'artisanat, la culture ou le sport, de nombreux acteurs construisent chaque jour la renommée du Poitou. Nous devons profiter de cette richesse pour renforcer notre attractivité qui est la clé du développement de nos territoires. C'est le sens de cette marque de territoire que nous avons décidé de créer* ».