



→ **Communiqué de presse**

Jeudi 26 février 2009

Bretagne, qui es-tu ?

Le Conseil régional lance une vaste étude participative pour dessiner le portrait de la Bretagne

Le Conseil régional, l'Agence économique de Bretagne (AEB) et le Comité régional du tourisme (CRT) lancent conjointement une étude sur l'identité de la Bretagne auxquels tous les Bretons sont invités à participer.

L'objectif, dans un premier temps, est d'analyser en profondeur la personnalité de la Bretagne, de définir les traits de caractère qui la différencie des autres régions, dans un contexte de concurrence et de recherche d'attractivité.

La démarche, participative, prévoit de recueillir les avis d'experts et de personnalités mais aussi l'opinion des habitants et de visiteurs extérieurs.

Le principe de cette étude, confiée au cabinet Comanaging, est d'analyser la Bretagne comme une personne, de dresser son portrait physique et psychologique, à travers l'ensemble des « signes » (couleurs, odeurs, paysages, motifs, patrimoine...) qui la caractérisent, et des traits saillants qui la démarquent d'autres territoires.

Chefs d'entreprises, professionnels du tourisme, acteurs culturels, élus, universitaires, designers, sportifs, journalistes... : le Conseil régional a sollicité 700 personnes, acteurs clés du territoire, pour répondre à une enquête, participer à des tables rondes ou faire l'objet d'interviews. Chacun d'entre eux pourra avoir accès à la synthèse de ce travail et y apporter, si nécessaire, corrections ou commentaires.

Bretagne-qui-es-tu.com : le blog est en ligne jusqu'à fin avril

Parallèlement, un sondage téléphonique a été réalisé auprès de 1 000 personnes résidant en Bretagne ainsi qu'une enquête auprès de visiteurs, touristes ou investisseurs potentiels, ayant récemment séjourné dans la région.

Enfin, chacun d'entre nous est invité à apporter son « regard » sur la Bretagne en se connectant sur le blog *Bretagne-qui-es-tu.com*. Depuis sa mise en ligne, début février, cet espace collaboratif a déjà recueilli de nombreux témoignages et commentaires qui permettront d'enrichir globalement l'étude.

Deuxième phase : mettre en place une marque partagée

Les premières tendances de cette enquête seront connues au printemps. Elles permettront d'engager la seconde phase de l'étude, consistant à définir une stratégie de marque qui pourra être déclinée par l'ensemble des acteurs publics et privés qui communiquent sur la Bretagne, au premier rang desquels la Région, l'AEB et le CRT. L'objectif est aussi que les habitants s'approprient cette « marque » et qu'elle améliore la force d'attractivité de la région, dans un environnement de plus en plus concurrentiel.



Comanaging

Le Cabinet Comanaging est spécialisé dans le marketing et l'identité des territoires. Dirigé par Joël Gayet, il a déjà analysé, de près, une trentaine de territoires en France, Belgique et Suisse, en s'appuyant sur une méthodologie rigoureuse et éprouvée, basée sur une approche participative et une large consultation de la population et de ses acteurs.

Contacts : Odile Bruley - 02 99 27 13 55 - 06 76 87 49 57 & Marie-Julie Gouniot - 02 99 27 97 76

Conseil régional de Bretagne

283 avenue du Général Patton - CS 21101 - 34711 Rennes CEDEX 7

Accueil presse : 02 99 27 13 54 - Fax : 02 99 27 13 34 - presse@region-bretagne.fr

www.bretagne.fr