



CCI PYRÉNÉES

**CCI Pyrénées – 27 mars
2015**



Une marque partagée pour les Pyrénées

Résultats intermédiaires de l'enquête auprès des ressortissants

Jean-Pierre Lavail

L'enquête auprès des ressortissants

- Enquête auto administrée
- Diffusée depuis le 12 mars par internet
- auprès d'un fichier de 3000 entreprises
- Echantillon : 199 répondants (jeudi, 252)
- Reste à faire le Béarn et le Comminges



2015

Tarbes, le 12 mars

Objet: enquête auprès des entreprises du massif des Pyrénées

Madame, Monsieur,

Acteurs passionnés par les Pyrénées et leur avenir, et engagés à la tête de l'association des CCI des Pyrénées et de l'Assemblée Pyrénéenne de l'Economie Montagnarde (l'APEM, regroupement des chambres consulaires du massif), nous sommes convaincus que la singularité et le potentiel de notre massif doivent être **mieux exploités** pour faire des Pyrénées un territoire de projets **vivant et dynamique**.

Aujourd'hui, il est nécessaire pour les Pyrénées de se démarquer des autres territoires de montagne. C'est la raison pour laquelle nous avons lancé il y a quelques mois, une réflexion approfondie autour de la création d'une **Marque pour les Pyrénées, visant à moderniser leur image, et à fédérer et mobiliser**, sous une bannière commune, les énergies de leurs acteurs.

En tant qu'entrepreneur, vous avez **une place centrale** dans le concert de l'économie pyrénéenne, et nous avons besoin de vous pour relever ce défi de rendre ce territoire **plus compétitif et plus attractif**.

Votre perception du projet va nous permettre de valider (ou pas!) l'intérêt pour nous tous, de mener à bien cette démarche. Grâce à votre participation à cette enquête en ligne, nous allons pouvoir identifier vos besoins, vos attentes et préciser les contours de ce **projet novateur et ambitieux**.

La décision de passer à l'étape opérationnelle, dépendra des résultats de cette étude, **votre contribution est donc décisive pour l'avenir de la marque, que nous voulons voir portée pour et par les entreprises**.

[Merci de cliquer sur ce lien pour participer à notre étude](#)

Nous vous remercions pour l'intérêt et le soutien que vous pourrez porter à notre démarche, nous ne manquerons pas, bien-entendu, de vous tenir informés de la suite donnée.

Nous vous prions, Madame, Monsieur d'agréer l'expression de nos sentiments Pyrénéens.

Philippe MACHENAUD
Président de CCI Pyrénées

Vincent FONVIEILLE
Président de l'APEM

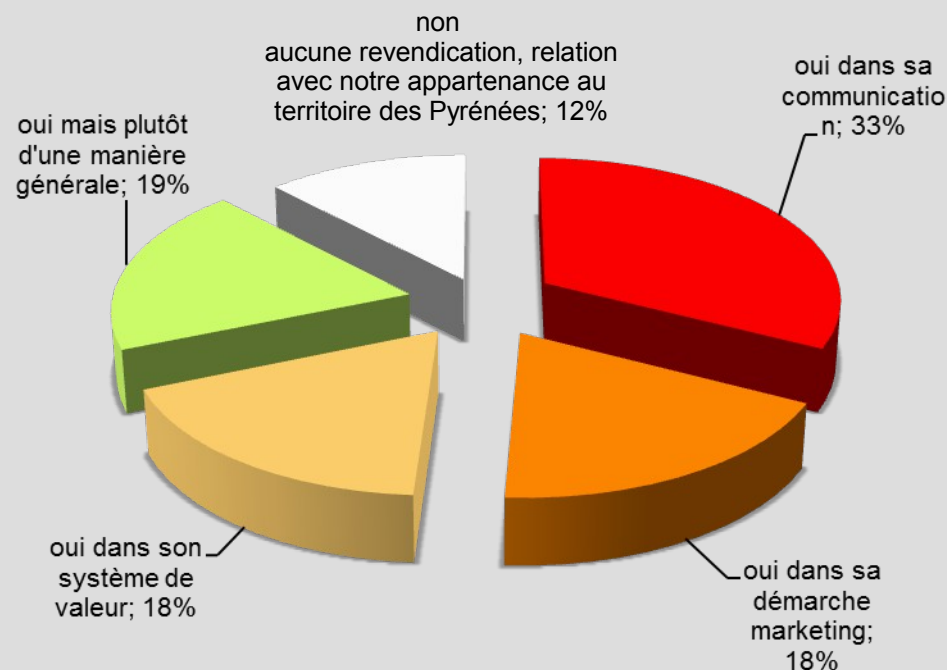
L'enquête auprès des ressortissants

Cinq grandes parties :

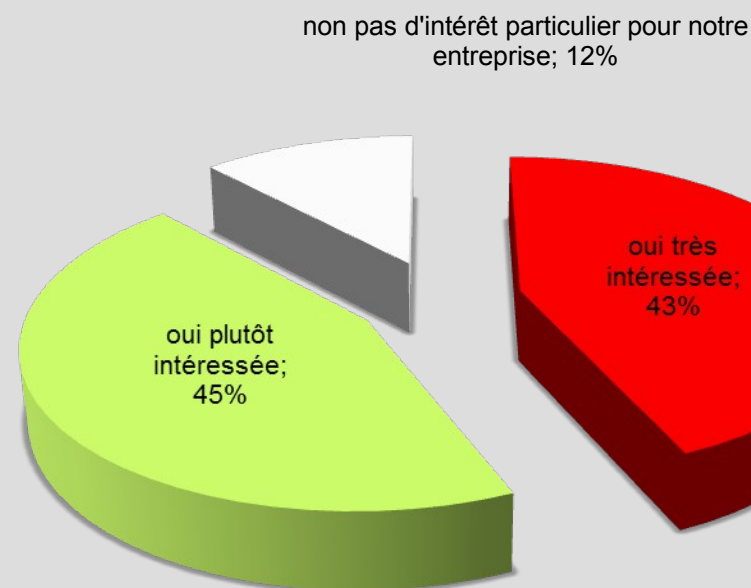
- 1) Est ce que l'appartenance au territoire des Pyrénées est déjà utilisé par les entreprises ?
- 1) Une marque Pyrénées, pour quoi faire ?
- 1) Une marque Pyrénées, comment ?
- 1) Une Marque Pyrénées, sectorielle, locale ou globale ?
- 1) Envie de participer au projet de réflexion sur la marque Pyrénées ?

I - L'appartenance au territoire des Pyrénées

Q1 - est ce que l'entreprise que vous représentez **utilise déjà** dans son système de valeur, sa communication (interne, externe), son marketing produits... son appartenance au territoire des Pyrénées

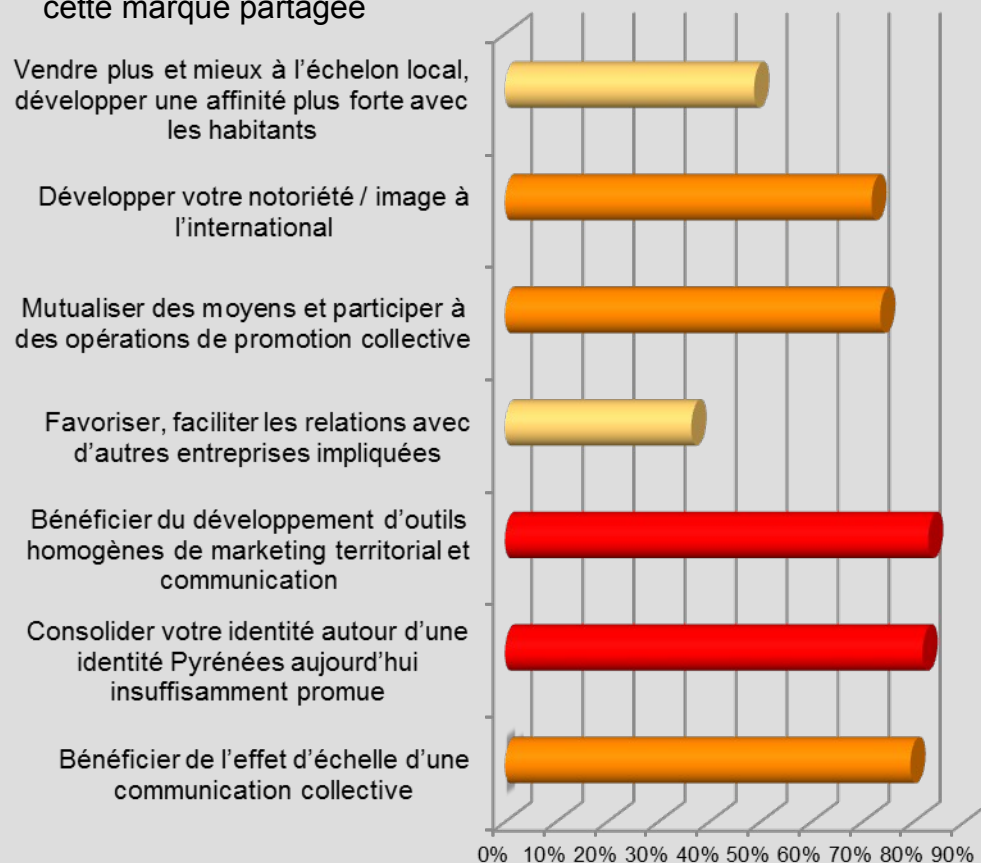


Q2 - est ce que l'entreprise que vous représentez vous semble **à priori intéressée** par le principe d'une marque territoriale partagée Pyrénées

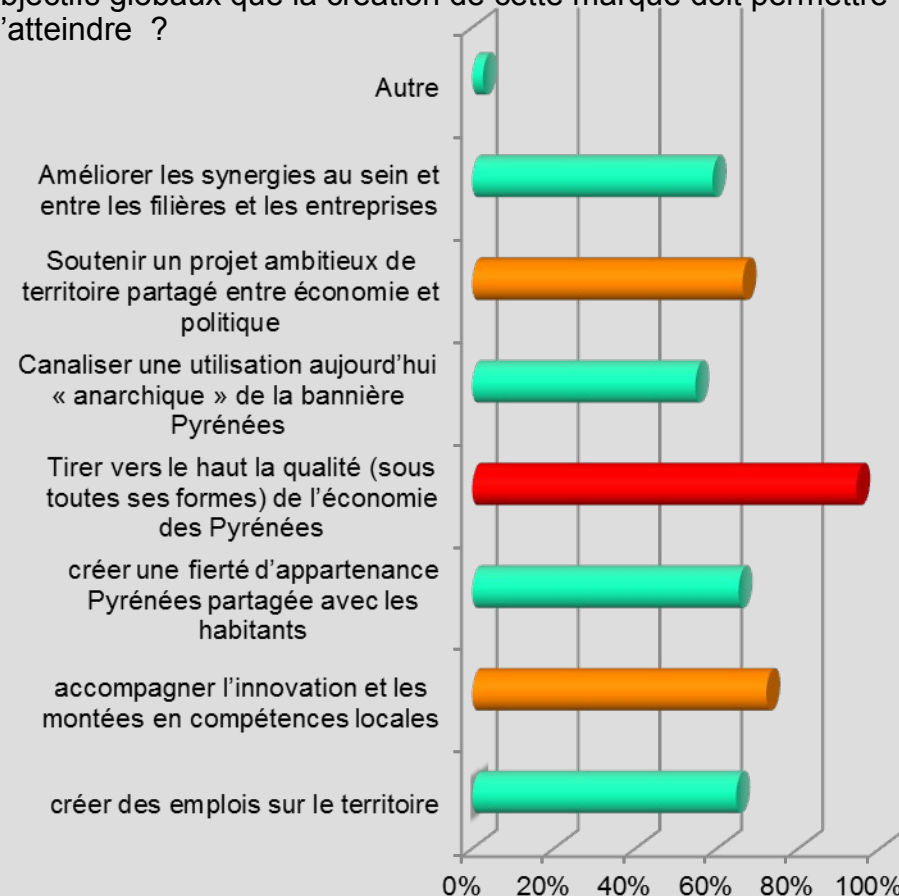


II - La marque Pyrénées, POURQUOI ?

Q3 – pour soi : quels vous paraissent être par ordre de priorité, les attentes majeures de votre entreprise vis à vis de cette marque partagée

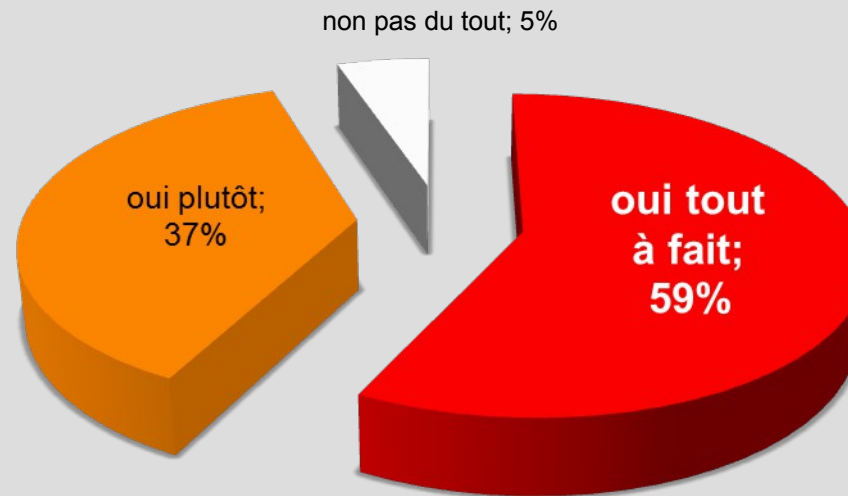


Q4 – pour le territoire : Quels vous paraissent être les objectifs globaux que la création de cette marque doit permettre d'atteindre ?



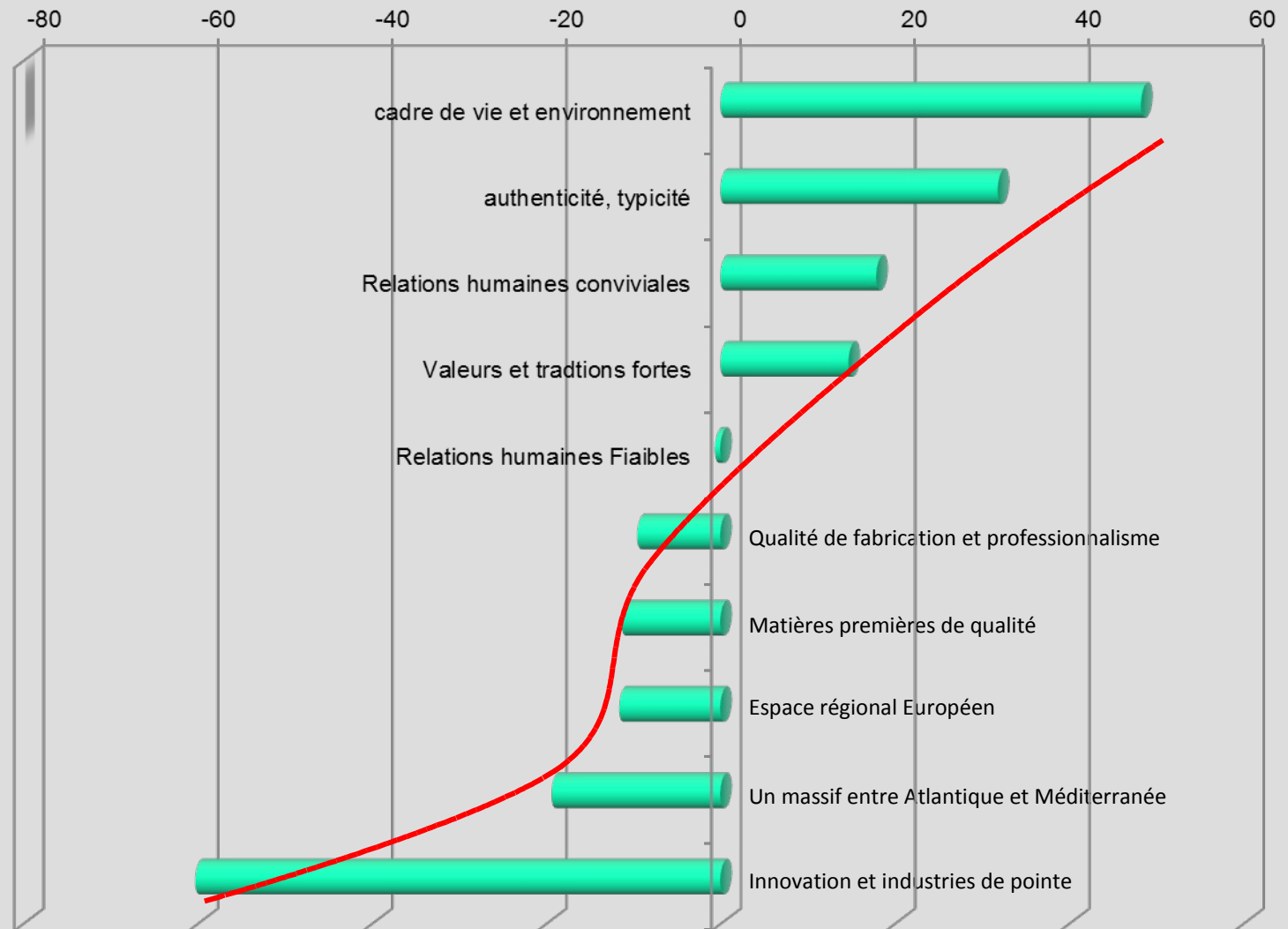
III - La marque Pyrénées, COMMENT ?

Q5 – S’engager : Pour que tout ou partie de ses produits / services soient « labellisés Pyrénées », une entreprise devrait **satisfaire / s’engager à respecter une éthique de marque**, en rapport avec les traits de caractères saillants des Pyrénées. Etes vous d’accord avec ce principe ?



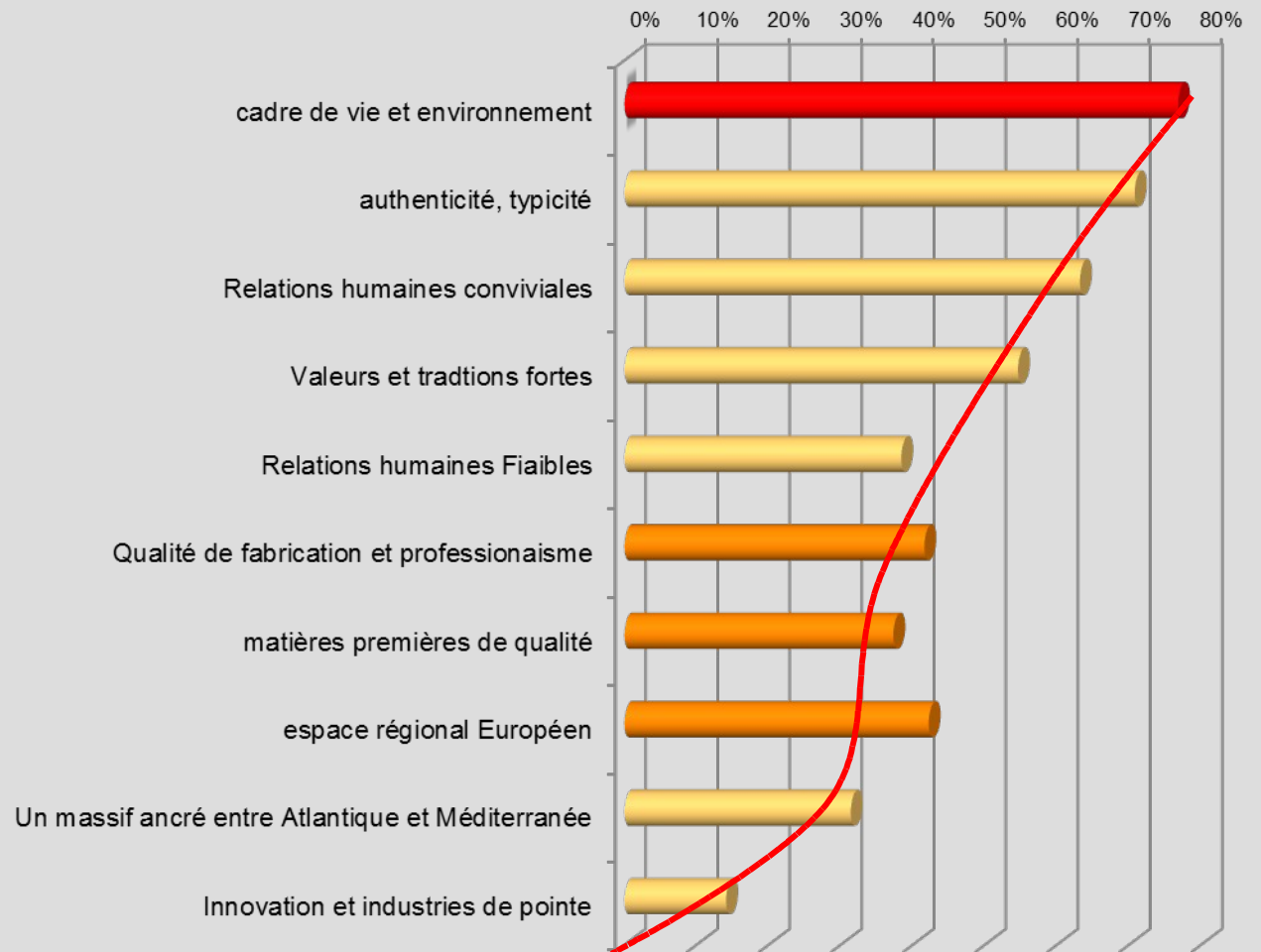
III - La marque Pyrénées, COMMENT ?

Q6 – S’engager : Parmi les valeurs possibles, évaluez par ordre d’importance pour vous, les grandes **valeurs associées** à l’image des Pyrénées sur lesquels vous pensez qu’il faut asseoir la marque



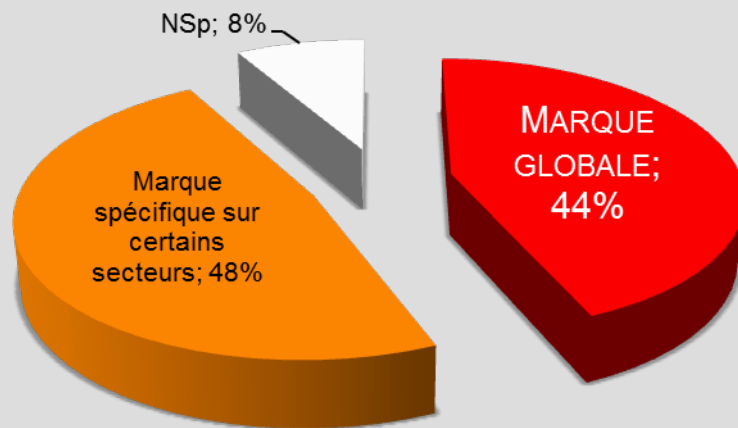
III - La marque Pyrénées, COMMENT ?

Q6 – S’engager : Parmi toutes ces valeurs possibles, classez dans l’ordre, les cinq valeurs associées aux Pyrénées que vous utilisez déjà aujourd’hui pour la promotion de votre activité

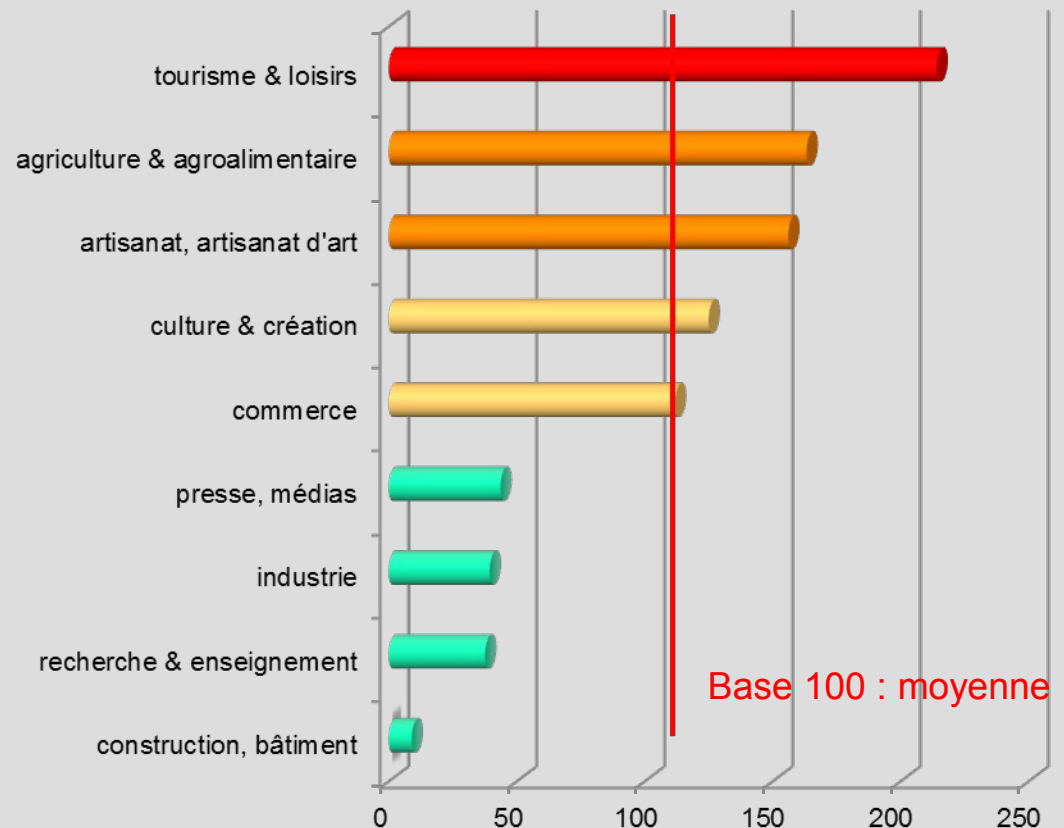


IV - La marque Pyrénées, sectorielle, locale ou globale ?

Q8 – Pensez vous que cette marque ait vocation à être globale, inter filières ou ait plutôt vocation à promouvoir en priorité certains secteurs

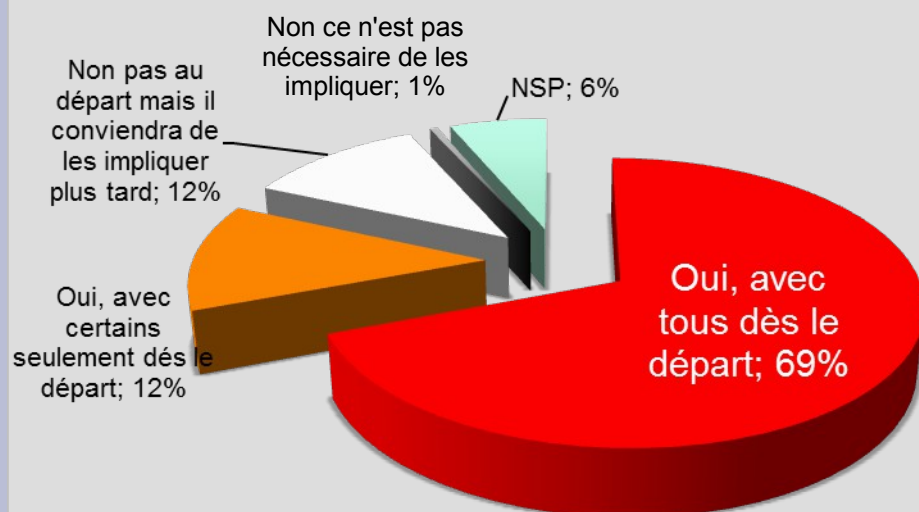


Q9 – Si certains secteurs, précisez votre position



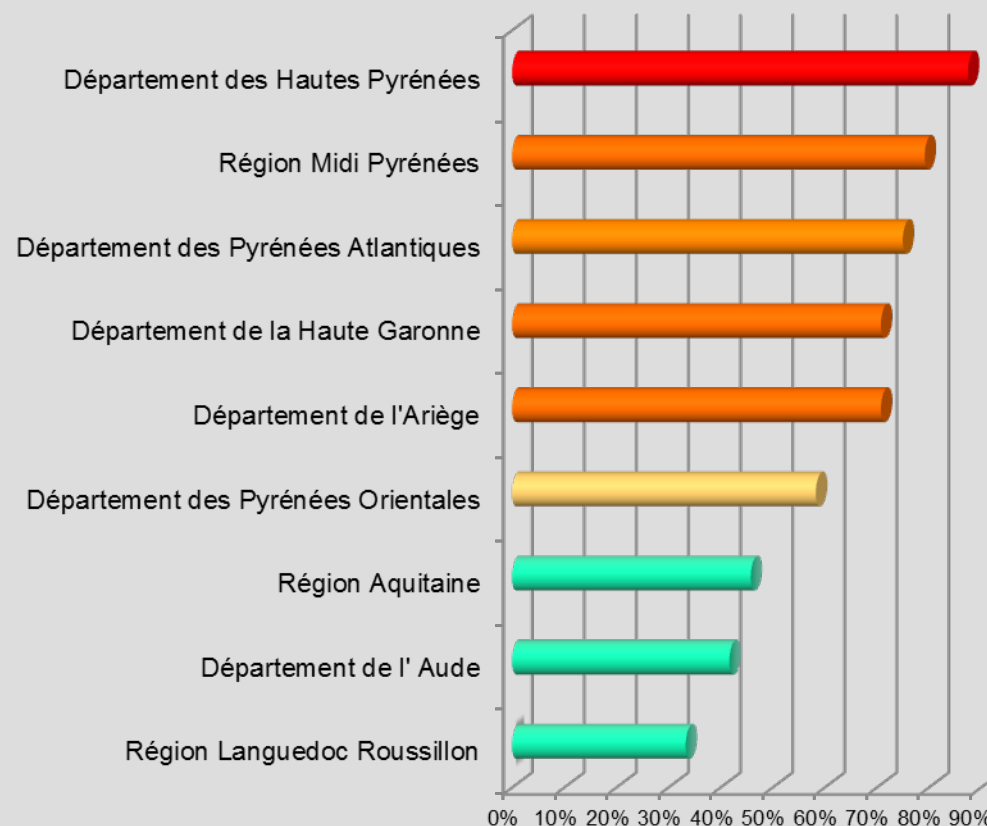
IV - La marque Pyrénées, sectorielle, locale ou globale ?

Q10 — Pensez vous que ce projet doit être conduit avec l'ensemble des partenaires départementaux (6) et régionaux (3) du linéaire Pyrénéen :



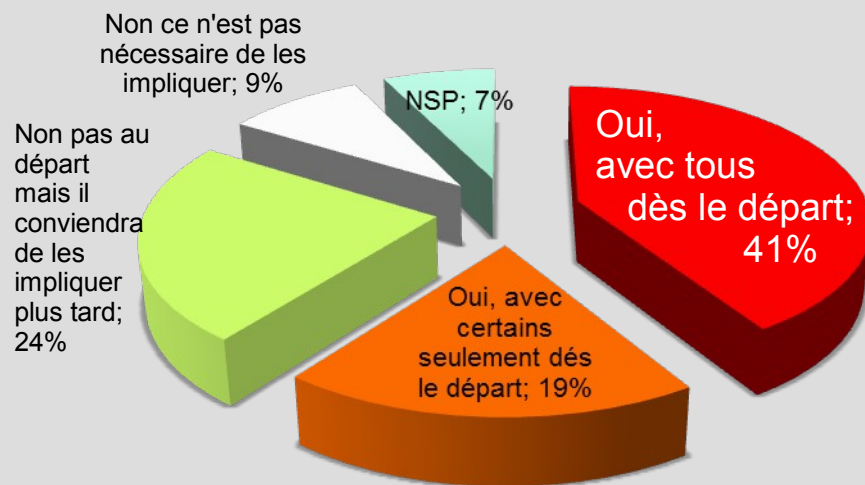
	Nb	% obs.
Dans les 6 prochains mois	3	15,80%
7 à 12 mois	4	21,10%
13 à 24 mois	10	52,60%
plus de 2 ans	2	10,50%
Autre	0	0,00%

Q10 — avec qui en priorité ?



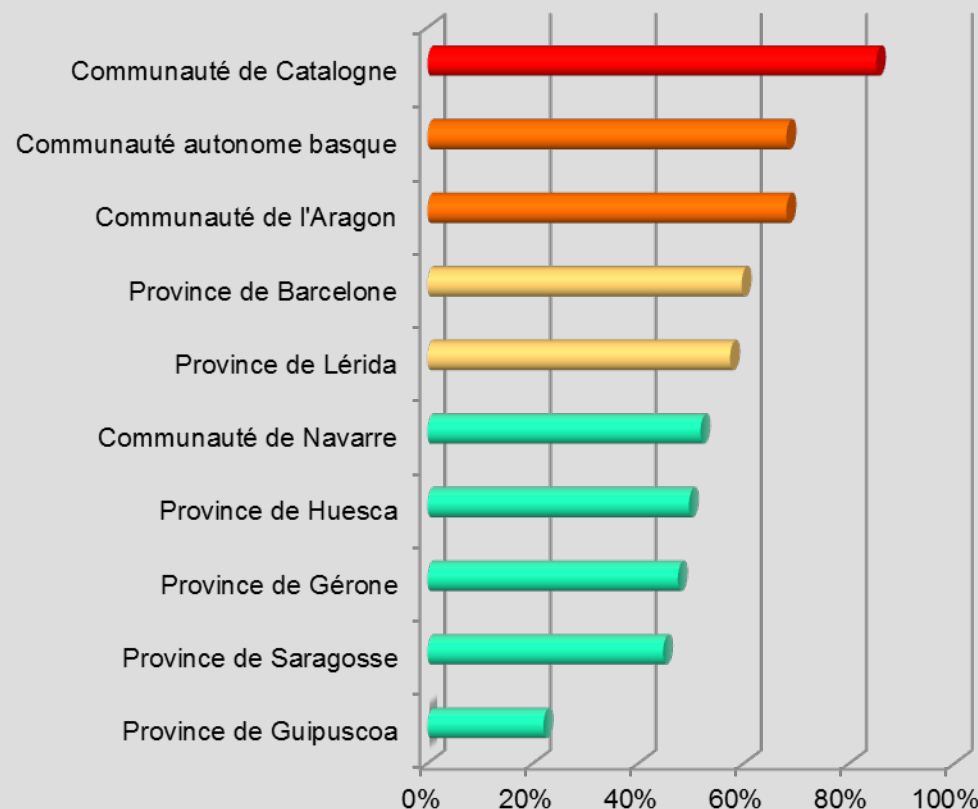
IV - La marque Pyrénées, sectorielle, locale ou globale ?

Q11 — Pensez vous que ce projet doit être conduit avec les *partenaires transfrontaliers* :



	Nb	% obs.
Dans les 6 prochains mois	1	2,80%
7 à 12 mois	11	30,60%
13 à 24 mois	15	41,70%
plus de 2 ans	8	22,20%
Autre	1	2,80%
Total	36	100,00%

Q11 — avec qui en priorité ?



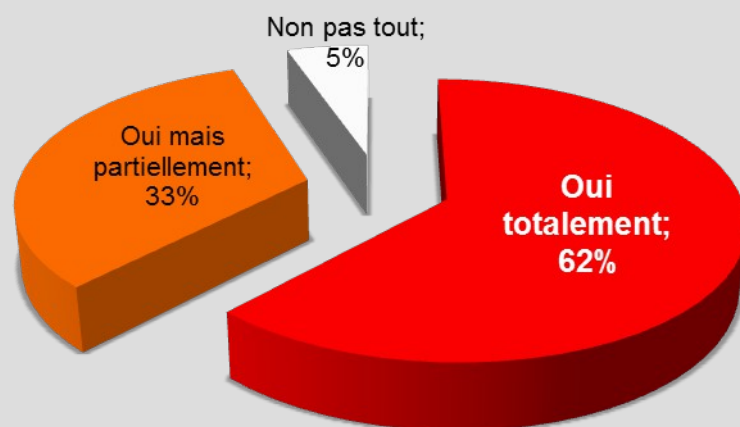
V - La marque Pyrénées, envie de participer au projet

Q12 – Gouvernance : Nous allons maintenant vous citer un certain nombre d'acteurs du territoire, selon vous quels sont ceux qui devraient faire partie de la structure de gouvernance du projet de marque ?

	Priorités
Acteurs du tourisme	81%
Conseils Régionaux	62%
Conseils Généraux	60%
Chambre des métiers	57%
Confédération Pyrénéenne	55%
Chambres d'Agriculture	54%
Chambres consulaires	49%
Comité de Massif	46%
Associations de chefs d'entreprises (APM, JCE, CJD...)	42%
Partenaires frontaliers	37%
Acteurs de la culture	35%
Grandes Entreprises (Airbus...)	32%
AOC, AOP, IGP..	31%
Centre de recherche & Universités	30%
Associations	30%
Conseils de développement	26%
Clusters régionaux	12%

V - La marque Pyrénées, envie de participer au projet

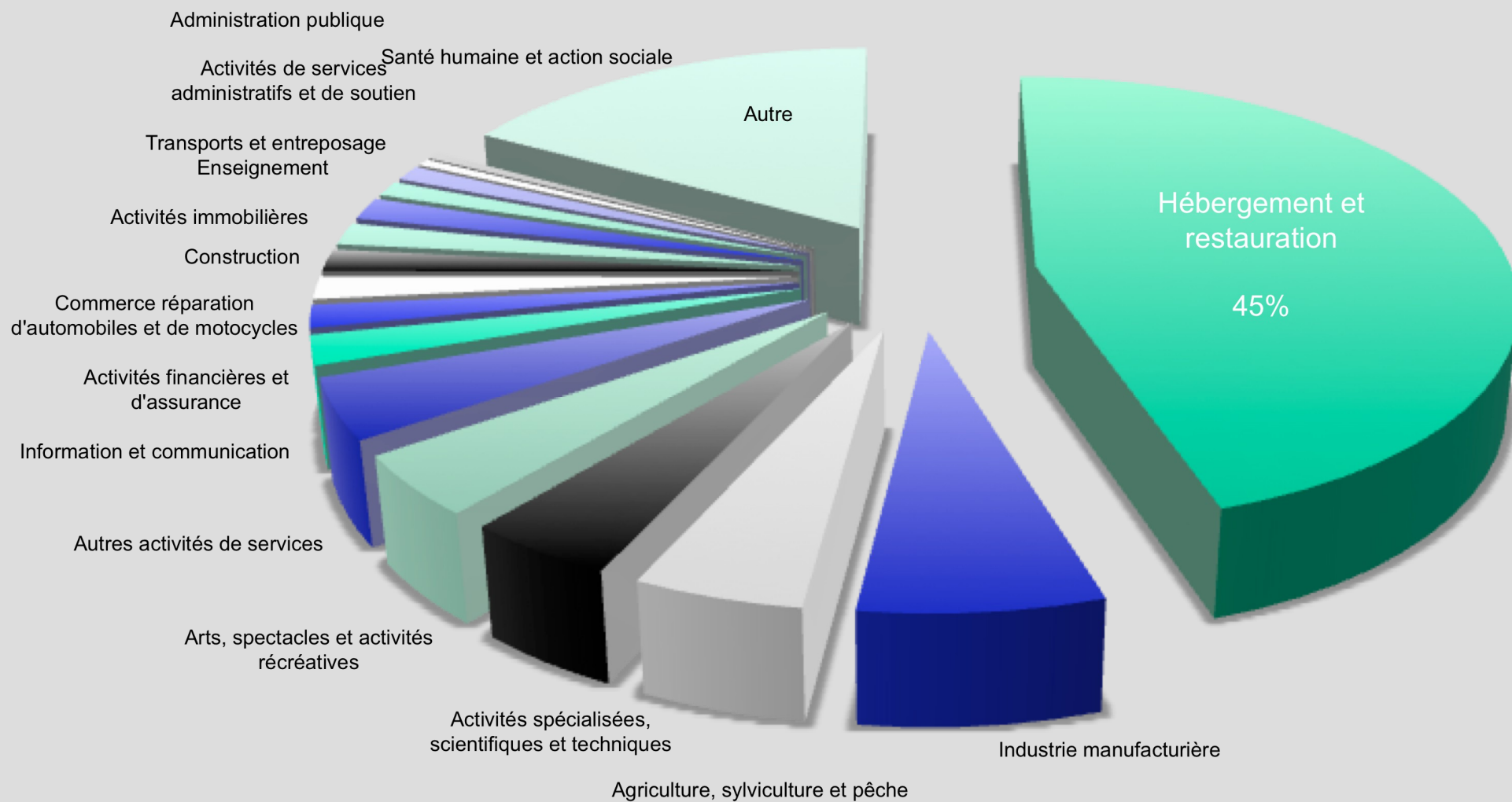
Q13 – Trouvez-vous ce projet de marque partagée en adéquation avec vos préoccupations de développement ?



Q13 – Seriez vous intéressé à y participer ?

	Nb	% obs.
Oui dans le cadre de l'association de préfiguration	31	17,40%
Oui, en tant qu'ambassadeur de la marque à venir	53	29,80%
Oui dans le cadre de groupes de travail	57	32,00%
Oui dans le cadre d'une information régulière, séminaire de restitution	94	52,80%
Non la thématique ne m'intéresse pas du tout	16	9,00%

Structure des répondants



Structure des répondants

Administration publique

Activités
administratives

Transports
Enseignement

Activités immobilières

Construction

Commerce réparations
d'automobiles et de motos

Activités financières
d'assurance

Information et communication

Autres activités de services

Arts, spectacles

récréatives

Bonjour,

j'ai créé il y a quelques années une marque PYRENEES REPUBLIC, en sommeil aujourd'hui, qui avait pour vocation de représenter les valeurs et savoir faire communs à tous les départements et régions jouxtant les Pyrénées. La destinée de la marque était de couvrir toutes les catégories de produits visant à l'équipement de la personne et à son bien être.

Les premiers produits commercialisés exclusivement via internet étaient des vêtements dont tissage, teinture et confection étaient réalisés dans cette zone. Le coton bio venant de Turquie et la laine des rares éleveurs Pyrénéens. La seconde vague de produits devait comprendre des produits cosmétiques (savon, parfum,...), à base de miel élevé dans les Pyrénées et de fleur n'appartenant qu'au massif Pyrénéen (il existe toujours – j'espère – des industriels locaux en mesure de produire ces produits).

En bref j'ai dû stopper le développement de cette marque pour des raisons personnelles, mais je dois avouer que cette idée Pyrénéenne me tient toujours à cœur et je suis prêt à partager cette expérience autour du projet que vous présentez qui est de la même veine que celui que j'avais imaginé et développé entre 2008 et 2011.

A très bientôt j'espère

Bien à vous

Activités spécialisées,
scientifiques et techniques

Industrie manufacturière

Agriculture, sylviculture et pêche

