

NORMANDIE

<https://www.normandie-attractivite.fr/la-marque-normandie/>

Manifiesto para una Región-Mundo

Nosotros estamos convencidos que Normandía es una región que lleva consigo todos los recursos y el potencial para encarnar hoy y mañana un nuevo modelo de desarrollo que responda a las expectativas y aspiraciones de una juventud que crece en un mundo abierto, ágil e interconectado. Normandía es una región abierta al mundo ya que abarca, desde sus orígenes, la integración de individuos y culturas. A lo largo de los siglos, ha marcado e influenciado la historia mundial, exportando un modelo social y político gracias a su adaptabilidad y humanismo.

Creemos en estos valores universales para guiar el desarrollo de nuestro territorio, para acoger una y otra vez a los talentos, pensadores y ciudadanos del mundo y para fortalecer nuestros lazos en todos los continentes. Para enfrentar los desafíos ecológicos, sociales y económicos del siglo XXI, podemos contar con los recursos terrestres y marinos de nuestra región, con una alta calidad de vida, basada en el equilibrio y la elegancia, con nuestro espíritu de conquista y de innovación, con el alcance de nuestro comercio internacional.

¡Juntos, actuemos colectivamente para confirmar el lugar y el papel de nuestro territorio, para hacer de Normandía una Región-Mundo!

La marca “Normandie”: un nuevo abanderado de la región

Aprovechando la notoriedad internacional de Normandía, la marca consiste en el único nombre del territorio regional. La marca “Normandie” debe permitir de usar un discurso único sobre Normandía y de dar una imagen de unidad.

La marca “Normandie” tiene como objetivo contribuir activamente al desarrollo del atractivo de Normandía. Ella es una herramienta esencial de su agencia de atractivo.

“Marca compartida”, puede ser utilizada por todos los interesados en el territorio (empresas, asociaciones, comunidades, fuerzas, públicas o privadas, siempre que sean miembros de la asociación “Normandie Attractivité”.

- Está al servicio de todos para el beneficio de todos.
- Trasmite una imagen positiva y destaca nuestras fortalezas.
- Contribuye a fortalecer el orgullo de pertenencia y crea un vínculo entre todos los ecosistemas.
- Crea la diferencia frente a nuestros competidores y permite ¡DE-MARCARSE!

- A través de los símbolos y valores que conlleva, da sentido a nuestras acciones y a nuestros clientes: la apertura al mundo, el apego a Normandía, o incluso el intercambio y desarrollo sostenible.

Los valores

- Apertura al mundo: Nuestra historia, nuestros valores, nuestro futuro hacen de Normandía una región cuyo horizonte es el mundo. ¡Es nuestra ambición y nuestro orgullo!
- Apego al territorio: Normandos de cepa, de paso, de corazón: Normandía nos da la bienvenida, nos inspira, nos conecta unos con otros. ¡Es nuestra fuerza, nuestra identidad!
- Compartir: Normandía es un territorio generoso: acoger, ayudar a descubrir, cuidar a los demás... ¿y si lo hiciéramos juntos?
- Audacia: Hacer vibrar el espíritu de conquista para impulsar a Normandía a la modernidad y accesible a todos.
- Desarrollo sostenible: Ya que la moderación y la armonía están en el ADN de Normandía, apoyémonos en estos valores para convertirlo en un territorio sostenible, para preservar el futuro.

Los signos de expresión

La marca “Normandie” se expresa a través de todo el discurso: textos publicitarios, fotos, publicaciones en Internet, artículos, discursos... Las palabras elegidas deben transmitir los valores y el estado de ánimo de la marca Normandía.

Expresados a través de elementos semánticos e iconográficos, los 6 signos de expresión de la marca cumplen con los objetivos de actualización de la imagen de Normandía.

Los mensajes son entusiastas, ambiciosos y orientados hacia el futuro y la innovación: ¡hacia una Región-Mundo! Su propósito es ayudar a los promotores de la marca a dar una explicación concreta del posicionamiento de la marca “Normandie”.

- Una referencia en la historia del mundo
- El espíritu de conquista
- La elegancia y el equilibrio
- La apertura al mundo
- El poder natural
- Un tono colectivo, positivo y proactivo.

Una misión lanzada por el Consejo Regional

Paisajes variados entre mar y campo, patrimonio excepcional, calidad de vida, cultura, gastronomía... Se podría decir que Normandía es atractiva por naturaleza. Pero Normandía no es solo una carta postal. En un momento en que muchos territorios cuentan con sus cualidades para atraer a nuevos habitantes, inversores, turistas, debemos lograr darle a nuestra región una dinámica fuerte para hacerla destacar.

Además de sus fortalezas “naturales”, Normandía está llena de talentos, empresas innovadoras, líderes en sus sectores, lugares de excelencia... Tantos actores para destacar, para apoyar la promoción de Normandía.

La agencia de “Normandie Attractivité »

Menos de un año después del lanzamiento de un vasto enfoque de co-construcción que movilizó a más de 6 mil normandos, la Región de Normandía dio a conocer el 23 de junio de 2017 su estrategia para promover la excelencia normanda a nivel internacional y hacer de Normandía una destinación principal para inversores, turistas, empresas, estudiantes y talentos. Una asociación de atractivo ha surgido y muestra una ambición declarada. Es una herramienta que compromete y coordina el esfuerzo colectivo normando para escuchar las necesidades del territorio.

La agencia dedicada al atractivo de “Normandie” tiene como objetivo federar a los normandos y promover Normandía de manera internacional. Orientada hacia la apertura al mundo, su ambición y sus valores universales tales como el intercambio, la audacia y el desarrollo sostenible tienen la intención de hacer de Normandía una “Región-Mundo”.

El equipo

Presidida por Philippe Augier y con sede en Le Havre, ciudad mundial por excelencia, la nueva agencia de atracción normanda garantizará la implementación del proyecto “Normandie Región-Mundo”. Para alcanzar estos objetivos, La agencia de “Normandie Attractivité” recurrirá a las fuerzas impulsadoras del territorio (empresas, asociaciones, organismos públicos, etc.), a las comunidades, ¡pero también a su equipo! Dirigida por Michael Dodds et presidida por Philippe Augier, la agencia esta compuesta por un equipo dinámico que responderá a todas sus preguntas.