



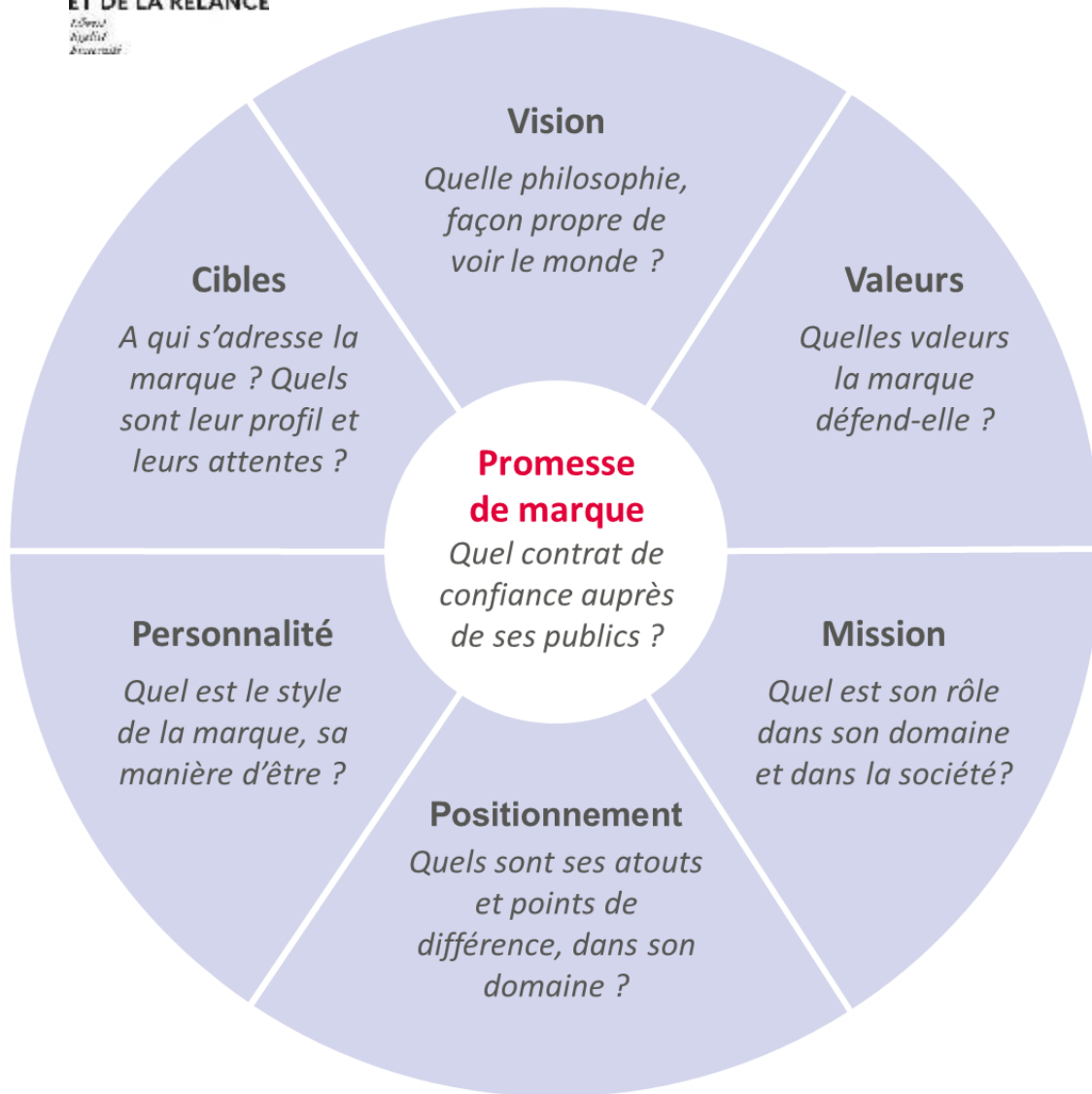
MINISTÈRE
DE L'ÉCONOMIE
DES FINANCES
ET DE LA RELANCE

*Liberté
Égalité
Fraternité*



PLATEFORME DE MARQUE DU CANAL DU MIDI

La plate-forme de marque : une projection de l'image souhaitée



Une marque c'est une vision, une intention stratégique

La plateforme de marque = son socle stratégique

- Synthétise l'identité que la marque souhaite projeter au travers de quelques points saillants

Un outil de référence et de partage

- Projective, la plateforme est construite pour demain et doit constituer un fil conducteur de l'action: elle oriente la communication, et toutes les actions portées par la marque qui construisent son identité
- Outil de partage en interne, elle permet de mobiliser les équipes autour d'une vision et d'un engagement communs

Mission : le rôle de la marque dans son domaine et dans la société



Révéler et faire vivre cette voie d'eau d'exception, fédérer les hommes autour de son histoire, ses ouvrages et ses paysages afin que rayonne ce joyau de l'Occitanie.

Cibles : ceux à qui la marque s'adresse, leurs profils, leur état d'esprit



- Les riverains qui vivent sur et autour du canal, les professionnels dont l'activité dépend directement du canal, et ceux qui l'exploitent et l'entretiennent
- Les amateurs de patrimoine & d'histoire, les curieux de l'ingéniosité humaine, les adeptes de la slow life, les passionnés de navigation fluviale, les amoureux des paysages et de la nature, les sportifs de plein air, les amateurs des productions de terroir En local, en France, à l'international,
- Les leaders d'opinion et influenceurs (élus, médias, communauté internationale Unesco) qui prennent la mesure de la valeur du site et le font savoir.



Catégorie(s) : monument historique, œuvre architecturale et technique, voie de circulation et de transport de marchandise, de passagers et d'eau, lieu de vie, lieu de découverte touristique

- Le plus grand ouvrage de génie civil du 17^{ème} siècle, le premier canal destiné à réunir deux mers et toujours en fonctionnement dans son intégralité
- Fruit du génie créateur et de la persévérance de Pierre-Paul Riquet, inventeur d'un système hydraulique innovant alimenté par la Montagne Noire, le canal est aussi le symbole d'une aventure humaine unique
- Un site inscrit sur la liste du Patrimoine mondial de l'Unesco et classé au titre du code de l'environnement, qui réunit autour de lui les acteurs engagés dans sa préservation et son rayonnement
- Un marqueur (emblème) de son territoire, l'Occitanie, le canal est à la fois une voie d'accès pour le découvrir et le traverser, et un lieu de vie d'une communauté qui lui est très attachée
- Un ouvrage qui traverse les âges, et dont l'usage s'adapte à son époque : au départ lieu de travail et construction technique destinée à désenclaver et faire prospérer un territoire, il est aussi devenu lieu de vie et d'agrément, source de biodiversité et atout touristique qui rayonne en France et à l'international
- Une unité plurielle qui associe ingéniosité humaine et beauté de paysages pittoresques

Valeurs : ce que la marque défend, les valeurs partagées par les acteurs qu'elle réunit



Esprit pionnier

Génie humain/Progrès de la civilisation
Audace/Adaptabilité

Universalité

Humanité/ Intérêt général / Unicité dans la
diversité

Transmission

Préservation / Durabilité / Héritage

Harmonie

Equilibre 'création humaine et nature' / Respect /
Douceur de vivre

Intelligence collective

Aventure humaine / Energie collective / Solidarité

Personnalité : la façon dont la marque s'exprime, son style



Authentique

Sans artifice / Vraie / Sincère

Créative

Déterminée / Surprenante

Charismatique

Officielle / Rassembleuse / Noble

Hédoniste

Optimiste / Sensorielle

Sereine

Posée / Tranquille / Mesurée

Vision : la philosophie de la marque, sa façon propre de voir le monde



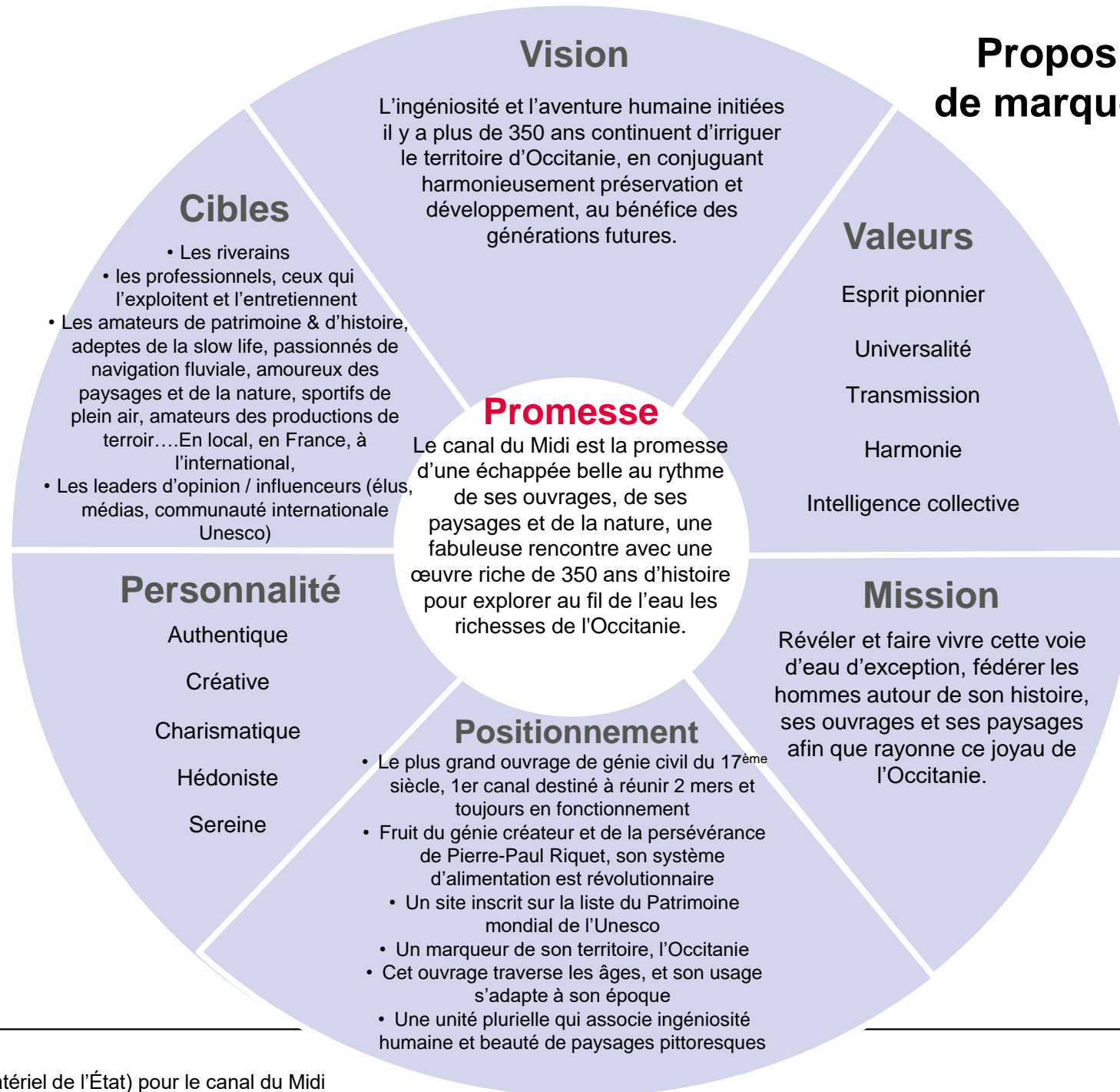
L'ingéniosité et l'aventure humaine initiées il y a 350 ans continuent d'irriguer le territoire d'Occitanie, en conjuguant harmonieusement préservation et développement, au bénéfice des générations futures.

Promesse : l'engagement de la marque, son contrat de confiance avec ses publics



Le canal du Midi est la promesse d'une échappée belle au rythme de ses ouvrages, de ses paysages et de la nature, une fabuleuse rencontre avec une œuvre riche de 350 ans d'histoire pour explorer au fil de l'eau les richesses de l'Occitanie.

Proposition de plateforme de marque pour l'identité du canal du Midi





**MINISTÈRE
DE L'ÉCONOMIE,
DES FINANCES
ET DE LA RELANCE**

*Liberté
Égalité
Fraternité*

Marques

Savoir-faire

Propriété intellectuelle

Mécénat

Lieux Publics

Direction des Affaires juridiques, Mission APIE - Appui au Patrimoine Immatériel de l'Etat
6, rue Louise-Weiss, 75703 PARIS Cedex 13
Tel : +33 01 44 87 17 17