

## Economie | Après la crise, la toute jeune marque territoriale des Landes aura son rôle à jouer



Elle a été présentée le 14 février dernier au Domaine départemental d'Ognoas à Arthez d'Armagnac. Le COVID-19 faisait déjà parler de lui mais personne vraiment n'imaginait encore les mesures drastiques de lutte contre sa propagation qui allaient être mises en place, et encore moins les graves conséquences économiques et sociales à craindre. En lançant sa marque territoriale, le Département des Landes et ses partenaires avaient pour objectif de consolider les filières landaises en favorisant l'attractivité globale du département. Mais, à la sortie de cette crise, cette marque sera sans aucun doute un atout de plus à mobiliser pour contribuer à relever l'économie landaise, qui comme partout ailleurs se prépare, en sortie de confinement, à un retour brutal à la réalité économique et sociale.

« Une terre qui rayonne, séduit, attire et rend fier ». La nouvelle marque territoriale « Landes, terre des possibles », c'est d'abord et avant tout une démarche collective et collaborative XXL, à l'image du département qu'elle veut défendre et promouvoir. A son initiative : le Conseil départemental, le Comité départemental du Tourisme, les EPCI du territoire, la chambre des métiers et de l'artisanat, la chambre d'agriculture, et la chambre de commerce et d'industrie.

Son objectif : « Développer une stratégie porteuse d'une image des Landes qui dépasse celle de la carte postale de vacances ». Comment ? En pariant sur la mise en avant des valeurs de ce territoire, de ses atouts et savoir-faire, ainsi que de sa qualité de vie, pour en développer l'attractivité.

Concrètement « le rôle de cette marque est de consolider les filières landaises, et attirer de nouvelles ressources humaines et économiques dans le département à travers des opérations de marketing, et de soutien aux sde communication d'image et de notoriété », explique Lionel Niedzwiecki, Directeur de la communication du Conseil départemental des Landes.

### Une bannière commune

Une démarche que le comité de marque (composé des institutions fondatrices) se propose de partager

gratuitement, après étude des candidatures, auprès de toutes les personnes morales (entreprises ou associations) souhaitant à la fois bénéficier de cette nouvelle bannière commune landaise, et, s'en faire l'ambassadeur, à travers la promotion des valeurs qu'elle porte.

Mais voilà, si l'essentiel est posé, le bel élan de cette nouvelle marque vient d'être pour un temps suspendu d'une part par la crise sanitaire en cours mais aussi par la parenthèse électorale qu'elle a entraînée, empêchant le renouvellement des collectivités intercommunales, membres du comité de marque.

Si bien sûr l'ordre des choses est bousculé et que le sujet peut à ce jour paraître presque incongru pour des entreprises qui auront à l'issue de la crise actuelle pour souci premier de redémarrer leurs activités, dans des contextes difficiles de pertes d'exploitation et de trésorerie importantes, la marque pourra bien intervenir dans un second temps.

« Pour l'heure et dans ce contexte très particulier, il est trop tôt pour connaître les modalités concrètes et opérations qui pourront être mises en œuvre autour de la marque », admet volontiers Lionel Niedzwiecki, bien conscient des difficultés lourdes qui attendent les entreprises. « Mais, une fois passé le temps difficile du redémarrage, toute opération de soutien au tissu économique landais sera la bienvenue. Et dans ce cadre la marque territoriale tiendra son rôle. »

Avec ses valeurs, portées en étandard, de « courage, partage, simplicité et solidarité », elle devra même plus que jamais être à la hauteur de l'ambition qu'elle propose: « offrir un monde des possibles » aux Landes, à ses acteurs économiques et à ses habitants.



Solène Méric

*Crédit Photo : Département des Landes*

*Publié sur [aqui.fr](http://aqui.fr) le 22/03/2020*

*[Url de cet article](#)*