

B'A LAB N°2

Comment mettre au devant
de la scène L'OFFRE
LOCALE : nos savoirs-faire,
nos services, nos produits et
notre créativité ?

www.marque-bassin-arcachon.fr



BASSIN 
D'ARCACHON

B'A LAB

= LABORATOIRE D'IDÉES DES
PARTENAIRES

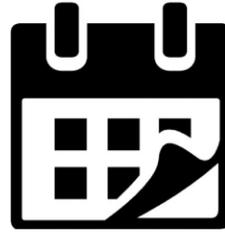


Faire « plus » et « mieux ensemble » pour le Bassin
(s'inscrire chacun dans une démarche de progrès)
&
donner du sens à **LA NOTION d'ENGAGEMENT ...**



QUELLE
ÉVOLUTION
POUR LA MARQUE ?

FÉVRIER
2017



NOVEMBRE
2018



LANCEMENT OFFICIEL DE LA MARQUE

Mise en ligne du site dédié
www.marque-bassin-arcachon.fr

566

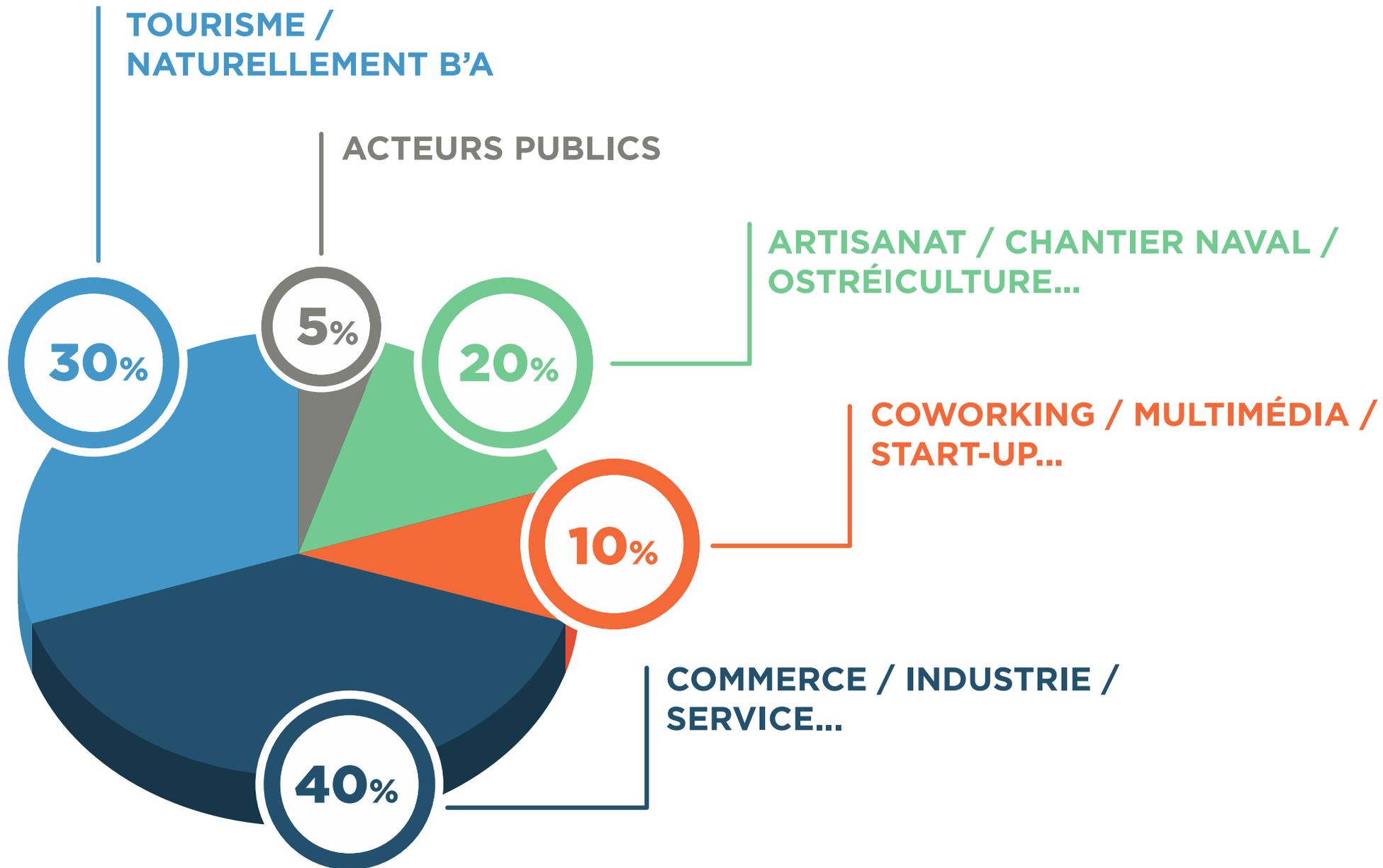
DEMANDES
D'ADHÉSION

+520

DEMANDES
VALIDÉES



RÉPARTITION DE NOS PARTENAIRES





ÊTRE
PARTENAIRE
B'A,
C'EST...

Pour mémoire ...

- **COMMUNIQUER** en s'appropriant le discours de la marque (expliquer autour de vous pourquoi il y a une marque B'A sur le Bassin ?)
- **COLLABORER** avec les autres partenaires de la marque (cf liste sur site internet de la marque)
- **AFFICHER** sur ses supports de communication l'estampille B'A
- **PARRAINER** de futurs partenaires
- **CONCRÉTISER** son engagement pour le territoire et le **VALORISER** (exemple : je suis partenaire « B'A » ... parce que je suis ouvert à l'année) !



RETOUR SUR 2017



VOUS L'AVEZ DEMANDÉ, NOUS L'AVONS FAIT...

Optimiser la liste des partenaires référencés sur le site de marque :

- Développement d'un filtre par engagement, par secteur d'activité.

Valoriser vos produits et offres de service, à travers le storytelling :

- Organisation d'un atelier sur la thématique du storytelling

Aller plus loin, en développant le co-branding entre partenaires :

- Organisation d'un atelier sur le thème du co-branding
- Mise en place d'événements réguliers suivis de moments de partage
- Valorisation de vos actions de co-branding via les réseaux de la marque



DES EXEMPLES D' ACTIONS CONCRETES

- **CHAIBINBIN** ne propose à sa carte que des produits locaux
- **RIDE ON EXPERIENCE** fait faire sa charte graphique à **ANNA BURG**
- **ELISAVIE** arbore les couleurs du B'A sur l'intégralité de ses supports de communication
- **MAXI COFFEE** propose des produits de **MAISON MARELIA**
- **ÉCUME D'ARCACHON** joue la carte identitaire
- **ARCABERLINES** joue la carte du storytelling : l'humain comme valeur ajoutée
- **LE CHANTIER NAVAL DUBOURDIEU** propose les **HUÎTRES ARCACHON CAP FERRET** et les **DUNES BLANCHES** à bord de ses bateaux
- **L'UBA** et **CULTURA** s'associent pour proposer une offre de services touristiques



**JE FAIS
MA « B'A »**

**L'objectif de l'atelier :
trouver individuellement
et collectivement notre « B'A » pour 2019 :**



= Bonne' Action pour le Bassin d'Arcach

Passer de l'envie... à l'action !

De l'intention... à l'engagement !

- **Être, chacun à son niveau, prescripteurs d'offres, services ou produits B'A**
 - Je suis propriétaire d'un gîte, j'invite mes locataires à... visiter la source des Abatilles, contacter Arcaberlines en cas de déplacements, partir en balade à bord du Côte d'Argent, faire une sortie kayak avec FL'EAU...
 - Réunir les produits B'A autour de coffrets « cadeau » ou « bienvenue » : un projet à développer sur la base des coffrets « Instant Bassin » d'Émilie Pinel, I Love BA.
 - Inviter les plus gros partenaires à soutenir les actions des plus petites structures.
 - Organisation d'une journée tourisme d'affaires / team building de la marque (Conférence, bateau taxi, traiteur, coaching, etc)
 - Créer des « réductions » dédiées aux partenaires B'A. EX : MaxiCoffee offre une réduction de 10% à tous les partenaires B'A.
 - Partenaires, et prescripteurs du B'A : expliquer et porter le message de la marque auprès des habitants, et vacanciers.
- **Co-branding B'A : travailler en collaboration, et en complémentarité !**
 - Volonté de monter des projets, en collaboration, autour de la valorisation des produits et offres de service du territoire.
EX : organisation d'une journée B'A entre partenaires : croisière animée, dégustation d'huîtres, coaching... le tour retranscrit à travers une vidéo qui mettrait en avant les produits et offres de service, le Bassin, mais aussi la volonté de collaborer des partenaires.
 - Imaginer un système de partenariat banques/entreprises partenaires
 - Partenariat entre l'ONF, Beacher concept, Beta habitation, le Chantier Bonnin dans l'optique de valoriser le gemmage, et les forêts d'exception du Bassin.
- **Mieux se connaître, créer du lien, pour mieux travailler ensemble, dans une logique de bienveillance**
 - Se présenter obligatoirement avant chaque atelier
 - Des RDV plus courts, mais plus récurrents
 - Organiser des ateliers : par thématique ET par « intérêt »
 - Se retrouver autour de moments conviviaux : petits déjeuners, apéritifs, etc
 - Valoriser les ressources présentes au sein des partenaires de la marque

INFOS PRATIQUES :

- **Le groupe Facebook des partenaires B'A**

@Partenaires B'A : <https://www.facebook.com/groups/1444504582362354/>

- **La Réserve Ornithologique du Teich**

Adresse : Rue du Port, 33470, Le Teich

Mail : v.hidalgo@parc-landes-de-gascogne.fr

Tél : 05.56.22.80.93

Site : www.reserve-ornithologique-du-teich.com