



La marque d'attractivité
de Tours et de la Touraine

Une volonté collective de renforcer l'attractivité de la Touraine

- la Métropole Tours Val de Loire
- toutes les communautés de communes d'Indre-et-Loire
- la Région Centre - Val de Loire et son agence Dev'Up
- les Chambres Consulaires
- l'Université de Tours
- le Medef Touraine
- l'Union des Entreprises de Proximité 37
- un collectif de chefs d'entreprises soudé dans le Touraine Attractiv'Lab

Ils ont uni leurs efforts et leur vision du monde pour définir une stratégie partagée et globale d'attractivité pour Tours et la Touraine.

Les atouts de notre territoire

Le territoire dispose de nombreux atouts et est déjà très attractif...

- il bénéficie d'un capital d'image fort et positif, d'une forte notoriété (y compris internationale avec le Val de Loire - Loire Valley)
- il s'appuie sur une identité riche et jouit d'une douceur de vivre remarquable, qui rime avec simplicité et épanouissement
- il est équilibré, avec des dynamiques démographiques et d'emploi qui irriguent l'ensemble du territoire et s'appuie sur des piliers solides : économie, tourisme, qualité de vie, environnement, éducation/formation
- il accueille une métropole attractive, notamment pour les étudiants, et idéalement localisée au centre de la France et à proximité de Paris, tout en étant à 2 heures de la mer...

A noter : les photographies présentes dans ce guide sont données à titre d'illustration et ne sont pas libres de droits.

La Loire
Les jardins
Les vignobles
La nature
La culture
Le tourisme

L'art de vivre
"à la française"

Le berceau de la France
et de l'esprit français

La jeunesse

Le 1^{er} pôle universitaire
de la région

L'ambiance festive
et estudiantine

La place "Plum"

L'apprentissage

L'accessibilité remarquable
(ferroviaire et autoroutière)

La facilité
(tout à proximité)

Une terre d'accueil
et de réseaux

Les châteaux

Le patrimoine

Le CCCOD

Le Val de Loire,
classé patrimoine
mondial de l'humanité
par l'Unesco



Les atouts de notre territoire

Pourtant le territoire pâtit d'une image un peu poussiéreuse et figée : l'image d'une jolie « carte postale » (avec ses vins, ses châteaux...). Le territoire est paradoxalement très connu... et méconnu à la fois !

Ses atouts économiques sont très peu perçus.
Ses réussites entrepreneuriales sont peu visibles.

Savez-vous par exemple que la région est la 1^{ère} région productrice de médicaments en France ? Que 2500 chercheurs travaillent à Tours ?

Le territoire doit "se réveiller" face à de nouveaux défis, dans un contexte de concurrence accrue entre territoires et dans un monde qui voit éclore de nouvelles pratiques et des transitions majeures.

Cet environnement nouveau, qui accélère les transformations, nécessite agilité et jeu collectif en Touraine.

Le projet de création d'une marque d'attractivité est l'un des projets ambitieux et fédérateurs lancés dès 2018 :

pouvoir disposer d'un étendard commun pour révéler tous les talents, clamer avec fierté son amour du territoire et lancer des projets collectifs.

En bref, faire grandir la Touraine !

A noter : les photographies présentes dans ce guide sont données à titre d'illustration et ne sont pas libres de droits.



Notre ambition

Si les temps changent, notre territoire aussi !

Devenue métropole, Tours souhaite se placer sur la scène nationale et internationale, au rang des métropoles où il fait bon vivre, s'amuser, entreprendre, étudier, investir...

Mais elle ne veut pas le faire seule ; c'est avec l'ensemble du territoire et de ses acteurs qu'elle souhaite renforcer l'attractivité de la Touraine au bénéfice de tous.

La stratégie d'attractivité a donc défini **4 objectifs communs** :

- attirer, accueillir et connecter les entreprises
- capter et accompagner les apprenants
- faire des talents du territoire un levier d'attractivité
- insuffler le goût d'innover et d'entreprendre

en s'appuyant sur **4 leviers**

- notre image positive mais en la dépoussiérant
- notre force, notre vitalité de territoire équilibré et en bonne santé : un vrai moteur de développement dans tous les domaines, touristique, résidentiel, économique, culturel ...
- l'innovation et la jeunesse tourangelle, au coeur de cette ambition
- notre taille, qui doit devenir un puissant catalyseur renforçant les jeux collaboratifs. Les liens humains seront notre atout gagnant.

A noter : les photographies présentes dans ce guide sont données à titre d'illustration et ne sont pas libres de droits.



Qui souhaitons-nous attirer et fidéliser ?

... Les entrepreneurs, startupper, porteurs de projet

Tours Loire Valley : un territoire qui accélère la croissance des entreprises par ses connections à des innovateurs, des communautés d'entrepreneurs et des talents

En bref ...

la promesse d'un nouveau monde entrepreneurial qui invente demain

... Les futurs habitants (actifs, familles)

Tours Loire Valley : un espace qui séduira tous ceux qui souhaitent changer de vie, conjuguer plaisirs de la vie et épanouissement professionnel et être accueillis avec bienveillance

En bref ...

La promesse d'une nouvelle vie qui conjugue le plaisir de vivre et les opportunités professionnelles

... Les apprenants

Tours Loire Valley : un cadre idéal pour les étudiants et apprentis où les liens aux entreprises sont facilités, où la formation rime avec imagination et innovation, projets et initiatives, en profitant d'une métropole étudiante, vibrante, connectée à la nature... et au monde

En bref ...

La promesse d'un nouvel espace de connaissances qui forme les générations futures



... Les touristes

Les touristes vont découvrir l'art de vivre d'un territoire en mouvement. Accueillis avec générosité, ils vont s'échapper de leur quotidien (découvrir un modèle différent et pour un temps, réinventer, réenchanter leur vie). Se replonger dans l'histoire du pays de la Renaissance (muséographies innovantes et intelligentes). Choisir entre une grande quantité d'activités culturelles ou sportives douces (vélo, rando, canoë...)

En bref ...

La promesse d'une destination aux multiples surprises

... Et bien sûr tous les habitants du territoire : invités à poursuivre le mouvement !

Tours Loire Valley invite l'ensemble de ses habitants à co-construire avec elle un modèle de société qui nous est propre : accueillant, solidaire, inventif, ouvert aux autres et aux progrès, s'ils sont positifs pour l'homme. Cette invitation les rend acteurs d'un rêve commun.

En bref ...

La promesse d'un nouveau territoire de projets et de vie pour les habitants



Notre force : le collectif

Terre de réseaux, la Touraine a mis son sens du collectif au service de cette démarche d'attractivité

- 1000 décideurs et chefs d'entreprises, dont 300 étudiants entrepreneurs écoutés
- Plus de 200 acteurs mobilisés dans des labs et séances de créativité pour imaginer la Touraine attractive de demain
- Un comité de pilotage réunissant tous les partenaires
- Un Attractiv'Lab mobilisant une dizaine de chefs d'entreprises et acteurs de l'attractivité tourangelles, engagés aux côtés des partenaires

C'est aussi par la force du collectif que le territoire veut mieux accueillir :

Il s'est organisé en mode partenarial pour offrir un accueil unique et de qualité en faisant de **l'hospitalité en réseau** sa marque de fabrique.

A noter : les photographies présentes dans ce guide sont données à titre d'illustration et ne sont pas libres de droits.

World café
du 22 novembre
2018,
MAME, Tours





La marque
d'attractivité

Pourquoi une marque d'attractivité ?

Pour parler collectivement et positivement de notre territoire

Ensemble, chefs d'entreprises, artistes, sportifs, innovateurs, résidents de tous les territoires de Touraine, jeunes... et moins jeunes, agissons maintenant et collectivement pour notre territoire. Soyons fiers et positifs !

La marque d'attractivité est une marque partagée qui permet à chacun de s'exprimer, de se réaliser, de promouvoir son talent, ses produits, mais aussi de fédérer des acteurs, d'accélérer des projets et de dialoguer avec clients, visiteurs...

Pour capitaliser sur notre notoriété et favoriser le rayonnement de Tours et de la Touraine

La Vallée de la Loire est une marque internationale, inscrite au Patrimoine de l'Unesco. Capitalisons sur cette notoriété internationale pour renforcer notre attractivité touristique, économique, académique, résidentielle.

Pour révéler pépites et talents, nos facettes méconnues, montrer une Touraine contemporaine et ... surprendre

Les châteaux de la Loire, les rois, le berceau de l'histoire et de la Renaissance, le doux climat, les vins au bouquet unique, la Loire, la belle vie... c'est vrai, c'est ça la Touraine... mais c'est aussi la métropole, son université, les jeunes, l'innovation, la création contemporaine, des lauréats au concours Lépine, des artistes célèbres, des leaders mondiaux en recherche... Alors, disons-le !

**Pour partager nos valeurs
et une stratégie collective,
pour fédérer et mobiliser**

Nos valeurs sont belles et prennent encore plus de sens au XXI^{ème} siècle. Partageons-les!

La marque d'attractivité est une démarche de communication globale qui donne de la visibilité au collectif et à sa stratégie.

Elle porte une vision du monde, une ambition, des valeurs communes. Elle est bien plus qu'un simple logo (aussi beau soit-il !).

C'est un outil au service de tous. **Les partenaires** de la marque qui porteront les couleurs de Tours Loire Valley et uniront leurs forces derrière un étandard commun, **les ambassadeurs** qui vont rejoindre une communauté active pour agir et insuffler l'esprit Re-naissance, les habitants qui sont **les supporters** au quotidien du territoire et de cette envie collective de partager leur fierté de vivre en Touraine.

Tous les champs de l'attractivité sont concernés (économique, résidentiel, tourisme, culture, sport, formation, international...).

Ce sont bien tous les acteurs de tous les secteurs qui sont mobilisés et qui gagneront en valeur en partageant cette marque territoriale.

**Pour mieux accueillir
et accompagner
les nouveaux venus
à Tours Loire Valley !**

Notre marque leur promet de multiples expériences, où l'art de l'accueil se conjugue avec le goût du sur-mesure **pour mieux les accueillir, eux et leurs projets.**

Les valeurs de Tours Loire Valley

C'est la clef de voûte de notre identité, qui fonde notre singularité et relie tous les Tourangeaux. C'est ce que nous offrons en partage à nos hôtes et visiteurs. C'est ce qui donne du sens à notre action.



Notre nom : Tours Loire Valley

Le choix du nom "Tours Loire Valley" repositionne Tours comme la capitale de l'ensemble de la Loire Valley

Il met en valeur un atout singulier et identitaire, **la Loire** qui relie tous les territoires de Touraine.

Il capitalise sur la forte notoriété internationale de la **Destination Loire Valley** mais également les usages plus récents de **"Loire Valley"** dans l'économie et l'innovation (**French Tech Loire Valley, Make in Loire Valley ...**)

Cette volonté de réaffirmer notre place historique au sein de la Loire Valley est une ambition internationale et collective **"faire rayonner la Loire Valley dans son ensemble"**

Pour cela, nous devons être exemplaire.



A noter : les photographies présentes dans ce guide sont données à titre d'illustration et ne sont pas libres de droits.

En bref, la marque Tours Loire Valley c'est...

Un positionnement géographique idéal

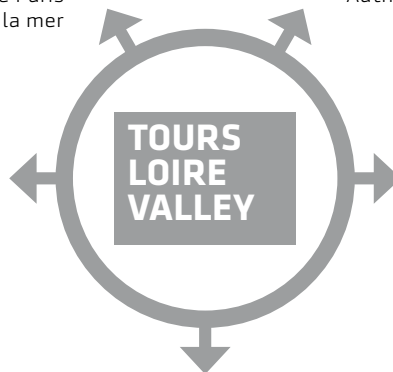
Au sein de la Loire Valley,
destination
internationalement
connue, à 1H de Paris
et 2H de la mer

Des attributs incontestables

- La Loire, jardin, vignobles, tourisme, art de vivre "à la française", berceau de la France et de l'esprit français (Renaissance)
- accessibilité remarquable, facilité
 - jeunesse (1^{er} pôle universitaire de la région, ambiance festive estudiantine avec la place "Plum", apprentissage)
 - culture et patrimoine (château, Unesco, CCCOD, ...)
 - terre d'accueil et de réseaux
 - MAME

Des valeurs porteuses

- **Humanisme** (valeur fondatrice)
- Écoute et partage, sens de la transmission
- Bien-vivre, équilibre et harmonie
- Hospitalité
- Authenticité



"Ici, nous cultivons..."

la bienveillance (accessible, conviviale)
la simplicité
la sérénité
la tradition et les savoir-faire
le goût d'entreprendre
le goût de l'équilibre
la générosité et la fertilité (des idées)
la culture et le raffinement

Une ambition forte :

Tours capitale de la Loire Valley

Une ambition historique réaffirmée ;
une ambition collective qui fait
rayonner tout le territoire et nous
incite à être exemplaire au sein
de la Loire Valley

Un positionnement qui bouscule le territoire !

L'esprit RE-naissance

Ce qui inspire la marque :

La Renaissance

Le Val de Loire est le berceau de la Renaissance française.

En 2019 la région Centre-Val de Loire va vivre au rythme des événements **davinci2019**

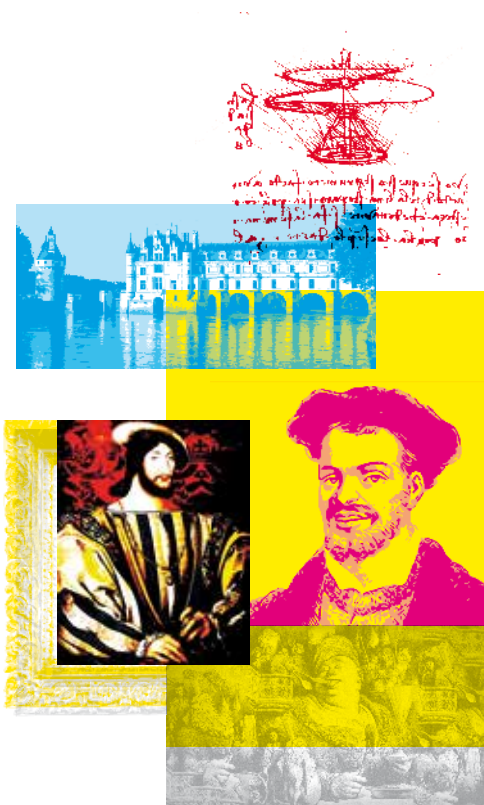
La Touraine est intimement liée à la Renaissance, période faste de l'histoire de France.

- Où est basé le centre d'études supérieures de la Renaissance, de rayonnement international ?
- Où se situent les châteaux français qui incarnent la Renaissance ?
- Où Léonard de Vinci séjourna les 3 dernières années de vie ?
- Où voyage-t-on en Rabelaisie ?
- Où l'ombre de François 1^{er} plane-t-elle le plus ?

A Tours, Azay-le-Rideau, Amboise, Chinon... C'est tout le territoire, rural et urbain, qui est imprégné des traces de cette période et de son effervescence culturelle (et pas seulement nos châteaux !).

Cette identité est-elle uniquement historique ?

A l'heure où notre monde est confronté à la révolution numérique, aux utopies, à la conquête de libertés, à la mondialisation, à la quête de sens qui remet l'homme au cœur de tout, **la Renaissance nous inspire plus que jamais... !**



La Renaissance inspire Tours et la Touraine

Vinci, Copernic, Colomb, Gutenberg, Montaigne...
il y a 5 siècles, les hommes de la Renaissance ont accompli
des avancées extraordinaires tant dans les sciences, les
techniques que dans les arts et la philosophie...
**Ils ont changé radicalement la représentation du monde et
ont été à l'origine d'un incroyable renouveau de la pensée.**

Une ambition...

Aujourd'hui, Tours Loire Valley a tous les atouts réunis
pour lui permettre d'inventer, à son tour, un modèle de vie
et d'être emblématique d'une nouvelle donne, une nouvelle
Renaissance, **la RE-naissance** : une ambition entraînante
et enthousiasmante, un mode de vie particulier.

Une figure inspirante pour la marque Tours Loire Valley : **Leonardo Da Vinci**

Avec la Région, la marque fait de ce génie visionnaire et inspirant,
sa figure emblématique qui encourage à rêver, imaginer le futur,
créer et innover, cultiver tous ses multiples talents et les savoirs

En rejoignant l'esprit Re-Naissance, on devient tous des Leonardo !

"Scrute la nature, c'est là qu'est ton futur"

Leonardo da Vinci



Leonardo da Vinci

Cet homme qui rêve de faire voler les
hommes, qui imagine le futur, ce peintre,
inventeur, ingénieur, scientifique, huma-
niste et philosophe, reste immortel.

Extrait du site du Clos Lucé

L'esprit RE-naissance, comment le définir ?

Des changements majeurs se profilent qui vont bouleverser les territoires et les sociétés : évolution climatique, intelligence artificielle et robotisation, mondialisation...

Face à l'accélération de ces changements, **Tours Loire Valley** propose un chemin nouveau ou la nécessaire adaptation à la marche du monde cohabitera avec l'humanisme et l'art de vivre qui caractérisent le territoire :

c'est **l'esprit RE-naissance**

Définition.

L'esprit RE-naissance,

- c'est l'esprit de tout ceux qui osent vouloir changer leur monde
- c'est l'esprit d'un territoire accueillant pour ses visiteurs et nouveaux arrivants, où l'humain, l'écoute et la bienveillance prédominent
- c'est l'esprit d'un territoire en réseau qui joue collectif pour avancer.



18

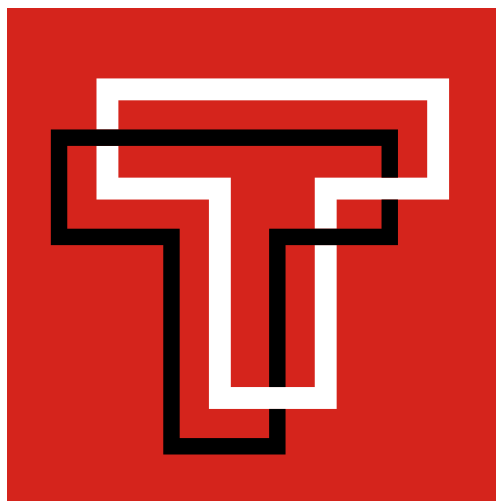




Les codes graphiques de Tours Loire Valley

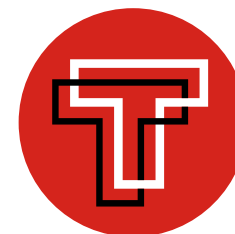
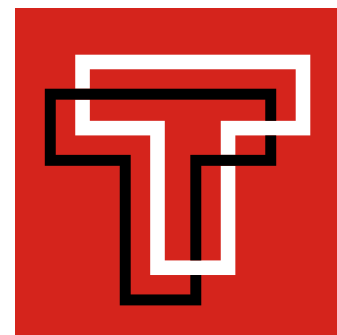
les signes d'expression

Le logo : le "double T"



Comment représenter le territoire

- "T" de Tours et "T" de Touraine.
 - Le rouge : chaleur, passion, vitalité.
 - Le "T" blanc : "Tours" d'aujourd'hui et de demain, l'énergie, le changement...
 - Le "T" noir : les racines du territoire, ses valeurs reconnues, son ancrage humaniste.
 - Le décalage des deux "T" : le Tours "nouvelle donne" semble "jaillir" du Tours des racines.
- C'est l'esprit RE-naissance.**
- Une imbrication plus complexe :
 - La métropole de Tours impulse une nouvelle donne et la déploie sans perdre ses atouts et ses valeurs
 - Le "T" blanc entraîne le "T" noir :
l'un + l'autre = avancer ensemble.



Remarque :

Carré ou rond rouges de fond font partie intégrante du logo.
L'ensemble des éléments de ces logos ne peuvent être
ni dissociés ni modifiés.

Le bloc-marque

Un bloc-marque à l'image du territoire

Un territoire moderne qui ne renie pas son passé mais entend le ré-interpréter.

> Le choix typographique

- Une police de caractère moderne, simple et élégante, sans effets superflus
- Intemporelle, indémodable et très lisible même en petite dimension
- Des capitales pour Tours Loire Valley, un territoire au caractère affirmé, fait de puissance et de passion. C'est s'affirmer et montrer sa confiance en soi
- Corps et graisses différenciés **hiérarchisent les trois termes** selon leurs importances.

> Le choix de couleurs

- **le rouge**, une couleur pour rechercher la personnalité et l'impact
- **le noir et le blanc** (qui ne sont pas de vraies couleurs) ne sont là que pour souligner la puissance du rouge. C'est la revendication extrême de la simplicité, le refus du trop, de l'agitation
- **l'alliance rouge/noir/blanc** est lumineuse, personnelle et contemporaine

Remarque :

Le rectangle rouge de fond fait partie intégrante du bloc-marque. L'ensemble des éléments de ce bloc-marque ne peut être ni dissocié ni modifié.



> Le choix d'un cartouche rouge permanent

Il protège la marque de son environnement visuel et lui permet d'être visible et lisible sur tous les fonds. Il s'adapte à toutes situations sans être altéré y compris sur un fond du même rouge, auquel cas, le rectangle disparaît dans le fond. Il est également possible de le suggérer en le détachant du fond par une ombre légère.

Une couleur identitaire : le rouge



Pourquoi le rouge ?

- Couleur de l'émotion, **le rouge** est une couleur chaude, saillante, joyeuse et positive.
- En psychologie **le rouge** s'associe à la vitalité, la vigueur, l'instinct combatif, la passion
- **Le rouge** symbolise la puissance, le pouvoir, la souveraineté
- **Le rouge** est la couleur de l'honneur, le ruban rouge de la Légion d'honneur

- Cyan : 10 %
- Magenta : 95 %
- Jaune : 100 %
- Noir : 00 %

- R : 213
- V : 26
- B : 28

- Pantone 435

> C/M/J/N Version quadrichromie : C'est le mode d'impression le plus utilisé dans les documents d'édition et dans l'affichage.

> R/V/B Version RVB : C'est un mode qui peut être utilisé dans des logiciels de bureautique et dans le web.

> Pantone version tons directs : C'est le mode d'impression le plus utilisé pour la papeterie ou des documents d'édition simples

Avec le rouge, un style de visuels graphiquement identifiable et impactant

- Combinaison de trois couleurs : rouge (en majeur) noir et blanc
- Utilisation d'illustrations (sans privilégier un style)



Le visuel de **Leonard de Vinci** est à disposition. Il ne doit pas être modifié.



Attention ! Série de visuels tirée de publications existantes. Reproductions strictement interdites

Le langage **identitaire** dans l'esprit **RE-naissance**

Pour insuffler cet **esprit RE-naissance**
à la marque **Tours Loire Valley**,
il faut la rendre **vivante, en mouvement,**
différente, moderne...

En conséquence, le choix est de ne pas figer
la promesse dans une signature classique,
unique et définitive mais plutôt de **laisser**
libre cours à une expression très large
autour du changement, de la RE-naissance.

Création d'**un langage propre** à la marque,
un langage identitaire

- un ton volontariste et ambitieux
 - un répertoire sémantique riche
 - un graphisme particulier et identifiable
- qui traduit cette RE-naissance
→ qui nourrit sans cesse la marque en contenus
→ qui donne du sens au bloc-marque

... **savoir** se remettre **en question...**
... **repenser** les vieux **modèles...**
... **revisiter** ses certitudes...
... **changer** son angle **de vue...**
... **explorer** de nouvelles **pistes...**
... **réinventer** la vie...
... **bousculer** ses habitudes...
... **revoir** sa vision **du monde...**
... **inventer** chaque jour...
... **secouer** la culture...
... **renouveler** nos modèles...
... **repenser** son quotidien...
... **chambouler** la donne...

...

Autres exemples de langage identitaire

- > des familles typographiques choisies, plusieurs graisses
- > un agencement de couleurs, noir-rouge
- > l'espace minimum entre les mots pour en faire des "formules".

Le langage de la marque caractérisé par ce traitement graphique unique et spécifique se retrouve dans différents éléments :

- Une série de signatures à thème qui accompagnent éventuellement le bloc-marque :

NOUVELLEGÉNÉRATION
LALOIRE**RÉ**INVENTÉE
L'ESPRITPIONNIER
IMAGINERDEMAIN
ENTREPRENDREAUTREMENT
L'ESPRITRE-NAISSANCE
 etc...

- Des accroches thématiques vantant les valeurs ajoutées de villes du territoire :

TOURSLOIRE**TECH**
AMBOISEFRENCH**TOUCH**
CHINONSMART**LIFE**
TOURSFUTURE**FRIENDLY**
LOCHESKING**SIZE**
TOURSFOOD**FESTIVAL**
 etc...

L'esprit RE-naissance, un univers graphique identitaire

- Un univers graphiquement décalé

Des couleurs primaires, des assemblages d'images insolites entraînent notre Leonardo dans un univers contemporain et décalé.

Ne nous privons pas d'humour et créons l'innattendu.

C'est la vitalité par l'image!





L'esprit RE-naissance

Devenir partenaire
ou ambassadeur

Devenir **partenaire** de Tours Loire Valley

Les partenaires de Tours Loire Valley, c'est quoi ?

C'est un réseau de personnes morales (entreprises, collectivités locales, associations culturelles, sportives, d'entrepreneurs, ...) qui s'engagent à :

- partager **l'esprit RE-naissance** et les valeurs de la marque
- enrichir et moderniser l'image de la Touraine et contribuer à son rayonnement
- porter fièrement les couleurs du territoire en utilisant l'univers de la marque Tours Loire Valley et en diffusant un discours singulier sur le territoire
- s'engager autour de ce projet commun :
porter loin, haut et fort l'esprit RE-naissance et Tours Loire Valley.

La marque est une plateforme d'expériences et de projets communs. Il appartient à chacun de la faire vivre, rayonner au service de notre attractivité globale, qu'elle soit économique, touristique ou résidentielle.

Les partenaires de Tours Loire Valley, c'est qui ?

- Toute personne morale souhaitant promouvoir ce nouveau récit et participer activement aux actions et à la promotion du territoire.

Page d'accueil du site
de la marque
www.toursloirevalley.eu



Changez vos perspectives ! Comment porter la marque dès demain ?

Pour quelle valeur ?

Devenir partenaire de la marque Tours Loire Valley permet d'obtenir une licence d'exploitation de la marque. Cela donne le droit d'apposer le marqueur partenaire et le signe partenaire comme des "estampilles" sur ses supports de communication, à l'exception des produits et décliner à l'infini tout l'univers de la marque qui vous ont été présentés dans ce guide conçu spécialement pour vous.

Pour quels bénéfices ?

➤ Vous pourrez tirer profit de la forte notoriété de la Loire Valley, y compris à l'international et bénéficier de l'image positive de la Touraine.

➤ En adoptant le code de marque, qui bouscule les codes, la marque vous inspirera pour votre propre communication et contribuera ainsi à rendre plus qualitative et plus innovante l'image de votre entreprise, association ou organisme.

➤ En devenant partenaire de la marque, vous accédez à de nouveaux services : des ateliers et des rencontres seront organisés régulièrement entre partenaires. Des prêts de flammes et de banderoles Tours Loire Valley sont proposés, des goodies pour les manifestations organisées par les partenaires, vous seront offerts.

➤ En devenant partenaire de la marque, vous rejoignez un fantastique collectif ! Le réseau de la marque, ce sont des entreprises, des associations, des acteurs publics et parapublics, appartenant à des secteurs très divers, de communes diverses du territoire mais tous unis autour du même objectif : **enrichir et moderniser l'image de la Touraine et faire irriguer l'esprit RE-naissance.**

Et si je suis déjà ambassadeur ?

Vous êtes le bienvenu si c'est votre organisation, personne morale, qui en fait la demande ; l'un n'empêche pas l'autre, bien au contraire !

Le partenariat est réservé aux personnes morales, alors que les ambassadeurs sont des personnes physiques.

En devenant partenaire de la marque, vous accéderez à une boîte à outils plus complète.

Être ambassadeur n'implique aucun engagement juridique, vous rejoignez une communauté motivée pour initier des actions autour de l'esprit Re-naissance. Alors qu'en devenant partenaire, vous signez un contrat de licence et vous pourrez décliner tout l'univers de la marque en apportant de la valeur à votre communication. Vous serez également invité à participer à des événements réservés aux partenaires de la marque.

Les conditions d'utilisations de la marque

Afin de garantir aux partenaires de la marque partagée le maintien de l'intégrité intrinsèque de la marque Tours Loire Valley, des mesures juridiques ont été prises, pour prévenir de risques tels que l'utilisation illicite de la marque partagée à l'initiative de tiers illégitimes ou la dilution de la marque partagée par une utilisation non maîtrisée et par une absence de réaction en cas de détection d'une utilisation sans autorisation. Ces mesures se manifestent notamment par l'obligation pour le partenaire de signer un contrat de licence pour l'utilisation de la marque. Ce contrat est présenté à la signature des parties, Tours Métropole Val de Loire, dépositaire de la marque Tours Loire Valley et le candidat à l'adhésion, le partenaire.

Devenir ambassadeurs de Tours Loire Valley

Ce qui fait de vous un **ambassadeur** de Tours Loire Valley

Vous êtes attachés à ce territoire.

Vous avez découvert Tours et la Touraine au cours de votre vie.

Vous vivez ici ou ailleurs, vous y êtes nés, ou pas...

Vous êtes entrepreneur, universitaire, chercheur, étudiant,
commerçant, sportif, artiste ou designer, jeune ou moins jeune,
vous partagez les valeurs de ce territoire et le plaisir d'agir ensemble !

Vous avez envie de révéler votre passion pour ce territoire, de faire connaître tous ses talents, de le faire rayonner bien au-delà de ses frontières, de partager toutes ces histoires qui bousculent les perceptions ?

Vous avez envie de faire souffler loin l'esprit de la RE-naissance,
emblématique d'une nouvelle donne qui propose de vivre,
de changer, d'innover, d'entreprendre autrement, d'oser le monde ?

Si vous avez répondu OUI à toutes ces questions, n'hésitez plus.

Rendez vous sur www.toursloirevalley.eu

[illegible]

Page ambassadeurs du site
de la marque
www.toursloirevalley.eu

Ce que vous pouvez faire pour Tours Loire Valley en tant qu'**ambassadeur** :

Vous pouvez rejoindre le réseau des ambassadeurs en vous inscrivant et en suivant ses actus.

Vous pouvez faire connaître le site web et ses stories qui viendront vous surprendre régulièrement.

Vous pouvez vous-même être un acteur de l'esprit RE-naissance en participant aux vidéos et aux supports de promotion.

Vous mobilisez vos contacts pour faire venir des talents, un investisseur, un événement, une entreprise, un séminaire, des groupes de touristes ... pour trouver les financements à un projet du territoire.

Vous faites grandir le réseau en cooptant de nouveaux ambassadeurs.

Vous participez aux événements du réseau en fonction de vos disponibilités.

Vous prenez part aux opérations de séduction et de promotion pour un territoire plus attraitif.

L'imagination est sans fin pour agir collectivement pour le territoire !

Témoignages d'ambassadeurs
de Tours Loire Valley
à retrouver sur le site
www.toursloirevalley.eu





www.toursloirevalley.eu

Crédits photos

© 2011-LIRA page 3 - © David Darrault page 3 - © Leonard de Serres page 3 - 4 -13 -22
© Frederic Paillet page 3 - 4- 6 - © Istock page 5 - DR page 3 -7 - 8 - © Cyril Chignot page 12- 22

CoManaging

Design graphique : Hisbergue