



Direction de la communication,
du dialogue citoyen
et de l'attractivité territoriale
Tél. : 05 59 46 60 40
Courriel : communication@bayonne.fr

Le 12 mars 2018

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Commerce – Tourisme – Culture & patrimoine **Une stratégie d'attractivité pour Bayonne**

Depuis 2014, la transformation de Bayonne fait entrer la cité dans une nouvelle ère. Dans le prolongement des trois schémas directeurs - développement commercial et artisanal du centre-ville, développement touristique, développement culturel et patrimonial -, qui structurent ses politiques publiques et contribuent à sa stratégie d'attractivité, la Ville travaille à développer sa notoriété, en se dotant notamment d'une signature et d'une identité graphique commune avec l'Office de tourisme et l'Office de commerce et de l'artisanat.

Bayonne 
BAIONA-PAYS BASQUE

Plurielle et si singulière

Le contexte

Les collectivités territoriales sont confrontées à un bouleversement du terrain sur lequel elles opèrent : montée en puissance des grandes métropoles, extension des zones de chalandise grâce aux nouvelles mobilités ou aux technologies numériques, émergence de nouvelles clientèles aux attentes et comportements inédits, concurrence renforcée et/ou nouvelle de territoires qui adoptent également des stratégies d'attractivité afin de rayonner mieux et plus loin.

Au niveau plus local, Bayonne se trouve depuis janvier 2017 au centre d'un bloc territorial qui s'est doté d'une institution publique unique, la Communauté d'agglomération Pays Basque, confortant son rang de capitale et son rôle de chef de file de l'attractivité du territoire.

L'enjeu

Malgré ses atouts, la ville souffre d'une image parfois réductrice, souvent associée au raccourci « Fêtes de Bayonne/Foire au Jambon » trop réducteur.

Renforcer l'attractivité de la ville est donc devenu un enjeu majeur pour attirer investisseurs, entreprises, commerces, chalands, conforter l'économie locale, soutenir et créer des emplois, assurer aux habitants le maintien et le développement de leur qualité de vie.

La première étape

Structurer, organiser, harmoniser...

C'est à ce titre que la Ville de Bayonne a établi dès 2016 trois schémas directeurs qui structurent ses politiques publiques et contribuent à son attractivité :

- > Schéma directeur pour le développement commercial et artisanal du centre-ville de Bayonne 2016>2020
- > Schéma de développement touristique de la ville de Bayonne 2016>2020
- > Schéma de développement culturel et patrimonial 2017>2020

De nombreux points de convergence se font écho dans ces trois schémas directeurs, notamment **la création d'une marque attractive pour Bayonne**. Son usage doit présenter un avantage différenciant et compétitif pour l'ensemble des acteurs de la ville et du territoire et une fierté pour ses habitants.

La condition essentielle de réussite pour la Ville est d'associer ses forces vives (en particulier **l'Office de tourisme de Bayonne et l'Office de commerce et de l'artisanat de Bayonne**) pour faire rayonner et promouvoir une offre touristique, commerciale et culturelle distincte et innovante.

Les objectifs de la démarche

- développer la notoriété de Bayonne, rendre son image plus attractive et cohérente avec ses atouts, ses ambitions,
- doter la Ville, l'Office de tourisme de Bayonne et l'Office de commerce et de l'artisanat de Bayonne d'une identité graphique et d'une signature communes,
- donner les moyens à l'Office de tourisme de Bayonne d'une part et à l'Office de commerce et de l'artisanat de Bayonne d'autre part de communiquer sur des actions spécifiques dans un cadre stratégique global préalablement défini,
- permettre à l'ensemble des forces vives (acteurs touristiques, commerçants, artisans, entrepreneurs) de promouvoir leurs produits et leurs services avec cohérence et synergie,
- attirer de nouvelles clientèles, de nouveaux habitants, de nouveaux entrepreneurs, de nouveaux talents,
- séduire des investisseurs et des porteurs de projet,
- conforter le sentiment d'appartenance et la cohésion des habitants, les nouveaux comme les anciens.

Une attractivité qui s'appuie sur de solides fondations

Depuis 2014, la transformation de Bayonne fait entrer la ville dans une nouvelle ère. Les petits et grands projets structurants ont déjà ou auront un fort impact sur l'attractivité globale de la ville :

- **Arrivée du Tram'bus**
- **Nouveaux aménagements urbains**
- **Reconquête du fleuve**
- **Nouvel Atalante**
- **Reconstruction-extension du musée Bonnat-Helleu**
- **Nouvel auditorium Henri-Grenet de 250 places**
- **Poursuite de la piétonisation du centre ancien**
- **Dynamisation du commerce au centre-ville**
- **Nouvelle destination pour le bâtiment de l'ancien palais de Justice**
- **Nouvel Office de tourisme**
- **Installation du wifi public**
- **Amélioration de l'habitat et valorisation du patrimoine**
- **Ville d'Art et d'Histoire**
- **Ouverture de Lapurdum, centre d'interprétation de l'architecture et du patrimoine**
- **Rénovation des remparts et du Bastion Royal**
- **Extension des pistes cyclables**
- **Ouverture du DIDAM avec des expositions majeures**
- **Création de la chaufferie bois Egurretik et son réseau de chaleur**
- **Nouvelle école du Petit-Bayonne**
- **Etc.**
-

La mise en œuvre

La Ville a initié cette réflexion en mai 2017 autour d'un comité de pilotage qui s'est réuni dix fois, accompagné par une agence conseil.

Depuis lors, une nouvelle dynamique de travail s'est installée auprès des trois principales instances (Ville, OT, ODC) qui mettent mieux en commun leurs synergies afin d'installer cohérence et lisibilité pour les actions de chacun.

L'Office de tourisme est la première structure qui donne vie à ces nouvelles orientations dès la semaine prochaine à l'occasion de sa participation à l'opération « Paris en mode basque », du 15 au 18 mars (voir en annexe).

La Ville et l'ODC déploieront, eux, leur nouvelle identité graphique progressivement, dès le mois d'avril.

Le discours créatif

« Bayonne entre dans une nouvelle ère.
La dynamique politique qui l'anime propulse Bayonne parmi les villes qui comptent et qui sont observées.
Bayonne entend bien faire valoir cette attractivité sans pour autant se couper de son passé.
Le changement d'identité est la traduction de cette ambition. »

Une signature de communication

Elle a pour vocation de rendre compréhensible le positionnement de la ville.

Une nouvelle identité graphique

Elle associe le positionnement à une nouvelle image et traduit le passage de Bayonne dans une nouvelle ère.

La signature de communication

À Bayonne, plus qu'ailleurs, l'identité de la ville se construit sur la **pluralité**.

Les influences basque et gasconne donnent naissance à une culture unique et une manière de faire, propre à la ville : « à la bayonnaise ».

Son ADN est perceptible dès la première visite au travers de son architecture, de ses quartiers, de son patrimoine, de son ambiance festive...

La ville est composée de trois quartiers principaux avec chacun une identité particulière qui structurent les itinérances et de deux cours d'eau qui signent la confluence.

Mâtinée de caractères et de passions. Bayonne conjugue en permanence modernité et traditions, histoire et vision pour demain. L'ensemble de ces éléments type fortement la ville, c'est bien ce qui la rend **si singulière**.

Plurielle et si singulière

. Pour les Bayonnais: cette signature est l'affirmation d'une personnalité unique, la volonté de rester en lien avec l'histoire de leur ville tout en regardant l'avenir. C'est aussi une manière de remettre en lumière les composantes variées de leur identité.

. Pour les visiteurs : c'est une invitation à découvrir une ville riche puisque plurielle. Cela sous-entend une histoire, un patrimoine, la promesse de thématiques nombreuses à découvrir.

. À l'échelle du Pays basque : La signature renforce la capitalité de Bayonne.

Clés de lecture de l'identité graphique

Bayonne revendique aujourd'hui **une nouvelle identité sobre et élégante**, en phase avec ses aspirations et son positionnement stratégique.

Le B : création originale dessinée pour cette identité, évoque à la fois la **confluence** - entre la Nive et l'Adour - ainsi que les **remparts Vauban** de la ville.

Utilisé seul, accompagné de l'étoile, il permettra d'habiller des produits dérivés aux couleurs de Bayonne ou encore d'être fabriqué en grand format afin de l'installer sur l'espace public.



Bayonne, **ville aux influences basques et gasconnes**, intègre maintenant les mentions de :

BAIONA, la forme à la fois gasconne/occitane moderne et basque de Bayonne.

PAYS BASQUE, Bayonne s'affirme comme **capitale** administrative, politique, commerciale, économique, culturelle, universitaire, ... de son territoire.

Le camaïeu des rouges : fait chanter les lettres tout comme les volets des fenêtres rythment les façades en quai de Nive. Il est la traduction visuelle de l'histoire patrimoniale de Bayonne.



L'étoile : l'étincelle... est un signe qui accroche le regard et interpelle. Il distingue Bayonne, renvoie à sa diversité et son effervescence, son rayonnement, ses richesses culturelles et patrimoniales, entre tradition et modernité. Ce signe revendique l'attractivité assumée d'une ville capitale, point de convergence que représente Bayonne pour tout un territoire. Il est le signe distinctif d'une grande marque d'attractivité.

Le vert et le rouge : Les couleurs "historiques" de la ville. Bayonne assure ainsi le lien avec son histoire.

Bayonne*
BAIONA-PAYS BASQUE

Cette identité graphique - la première du genre- est pensée dès le départ comme **une architecture de marque** qui associe l'Office de tourisme de Bayonne et l'Office de commerce et de l'artisanat de Bayonne. Ainsi, l'expression de chacune de ses entités entre en résonance avec les autres.

Bayonne*
BAIONA-PAYS BASQUE

B^{VISIT}ayonne*
BAIONA-PAYS BASQUE

B^{SHOPPING}ayonne*
BAIONA-PAYS BASQUE

Une marque qui se décline :

