



# Regional Branding: Introductie & Context

Ian Dempsey  
West Cork LEADER Co-op



# Regional Branding



*“Een competitief voordeel bereiken dankzij het gebruik van het unieke imago en identiteit van de streek”*



# Branding: principes



- Een merk of een label?
- Definitie & duidelijkheid
- Competitief voordeel
- Zich onderscheidend opstellen
- Onderscheidende waarden
- Functioneel
- Toegevoegde waarde
- Emotioneel



# Branding: principes



- Visuele communicatie
- Duidelijkheid uitdrukken
- Consequent gebruik
- Geloofwaardig / authentiek
- Geloof / engagement
- Partnerschap / gemeenschap
- Merkbeheer & bescherming



# Bepalen van de waarden van een merk

- Het uitdrukken van onderliggende waarden van een product of dienst
- Goederen en diensten onderscheiden
- Verwachtingen & engagement
- Consumenten aantrekken die gelijkaardige waarden nastreven
- Geleiden, sturen van gedrag & respons
- Een emotionele band opbouwen





# Bepaling Fuchsia



- Kwaliteits-handelsmerk
- Van verschillende lokale afkomst
- Regionale karakteristieken
- Zich engageren voor uitmuntendheid
- Gedocumenteerde QA systemen
- Code van Goede Praktijk
- Onafhankelijke monitoring



# Bepaling Fuchsia



- Herkenning / associatie
- Symbolisch
- Culturele rijkdom
- Mensen = Plaats = Product
- Inter-sectorale synergieën
- Netwerk en samenwerking
- Gemeenschap
- Innovatie



# Voedingsector



- Belang voor de lokale economie
- Potentieel van lokale rijkdommen
- Duurzame ontwikkeling
- Potentieel voor toegevoegde waarde
- Culturele rijkdom
- Mensen = Plaats = Product
- Verbanden
- Innovatie



# Toerisme

- Een goed omschreven profiel
- Sterke aantrekking tot bezoekers
- Goede mix van producten
- Belang voor de lokale economie
- Landschap / lokatie / bereikbaarheid
- Platteland / landbouw / groen
- Uitvoering en beheer door eigenaar





# Fuchsia Brand: de waarden



- Kwaliteitshandelsmerk
- Erfgoed & Traditie
- Zich onderscheiden
- Vertrouwen, integriteit & authenticiteit
- Omgeving & Cultuur
- Innovatie
- Professioneel
- Engagement



# Communicatie van de merkwaarden



- Logo
- Beeld
- Kleur
- Iconografie
- Tekst
- Stijl
- Toon



# Implementatie

- Definitie van het doel van het merk
- Bepalen van de waarden van het merk
- Ontwikkelingsstrategie
- Merkbudget
- Financiële / niet-financiële middelen
- Duurzaamheid
- Chronologie



# Tijdslijn

- 1995 Plannen & Ontwikkeling
- 1996 Lancering Concept
- 1998 Commerciële lancering
- 2001 Inkomsten uit inschrijvingen
- 2002 LEADER+ (€ 14m)





# Managementstructuur

- West Cork LEADER Co-op Society  
(Opstellen agenda, strategische doelstellingen en financiering)
- Fuchsia Brands Ltd
- Subcommissies





# Acties

- **Financieel**
- Technische Ondersteuning
- Vorming
- Marketing
- Investering, kapitaal
- **Niet-Financieel**
- Begeleiding
- Advies
- Effect van netwerken



# Criteria



- Toepassing
- Wettelijk Goedkeuren
- Vorming
- Code van Goede Praktijk
- Monitoring



# Doelstellingen



- Merk-bewustzijn opbouwen
- Commerciële groei mogelijk maken
- Nieuwe markten ontwikkelen
- Alternatieve kanalen ontwikkelen
- Toegang tot de markt vergroten
- Kwaliteitsstandaard verhogen
- Hulp bij de ontwikkeling van nieuwe producten



# Objectieven

- De efficiëntie van het systeem verhogen
- Intersectorele synergieën & verbanden bewerken
- Aanmoedigen van ICT gebruik
- Stimuleren van praktijken met aandacht voor milieu en omgeving
- Faciliteren van netwerking & informatie-uitwisseling
- Stimuleren van innovatie



# Resultaten

- Een versterkte identiteit van de regio
- Een sterke ontwikkeling van ondernemingen
- Het tot stand komen van een ontwikkelingsinfrastructuur
- Verbeterde productieprocessen
- Coherente marketing
- Ontwikkeling van nichemarkten
- Opwaardering van de waardenketting





# Resultaten



- Ontwikkeling van nieuwe producten
- Extra tewerkstelling en behoud van jobs
- Beter toegang tot de markt
- Intersectorale synergieën
- Netwerking en samenwerking
- Een hoger bewustzijn bij consumenten
- Impact op milieu en omgeving
- Bepalen agenda



# Strategie

Competief Voordeel

Technologie

Efficiëntie van het systeem  
Nieuwe modellen ondernemerschap

Training Vaardigheden

Regionaal Merk

Investering van kapitaal  
Marketing  
Training Vaardigheden

Omgeving

Natuurlijk  
Onderbouwd  
Cultureel