

# naar een merk voor het meetjesland

Godshuis St-Laureins, 12/10/2006



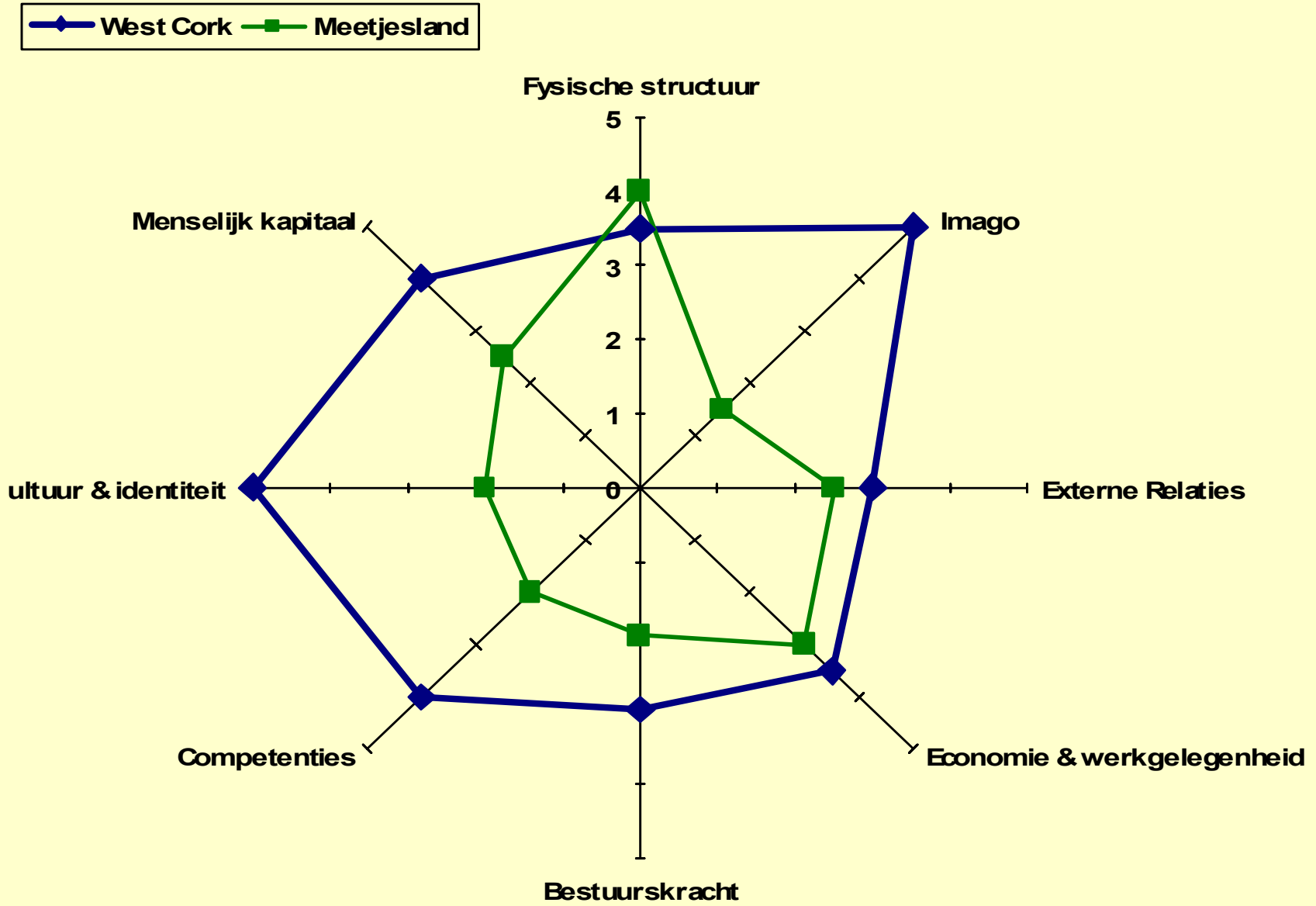


**Meetjesland 2020, een plan met toekomst**

# Stand van zaken

 Analyse

# Benchmark West Cork – Meetjesland



# Stand van zaken

📌 Analyse

📌 Kernwoorden, missie

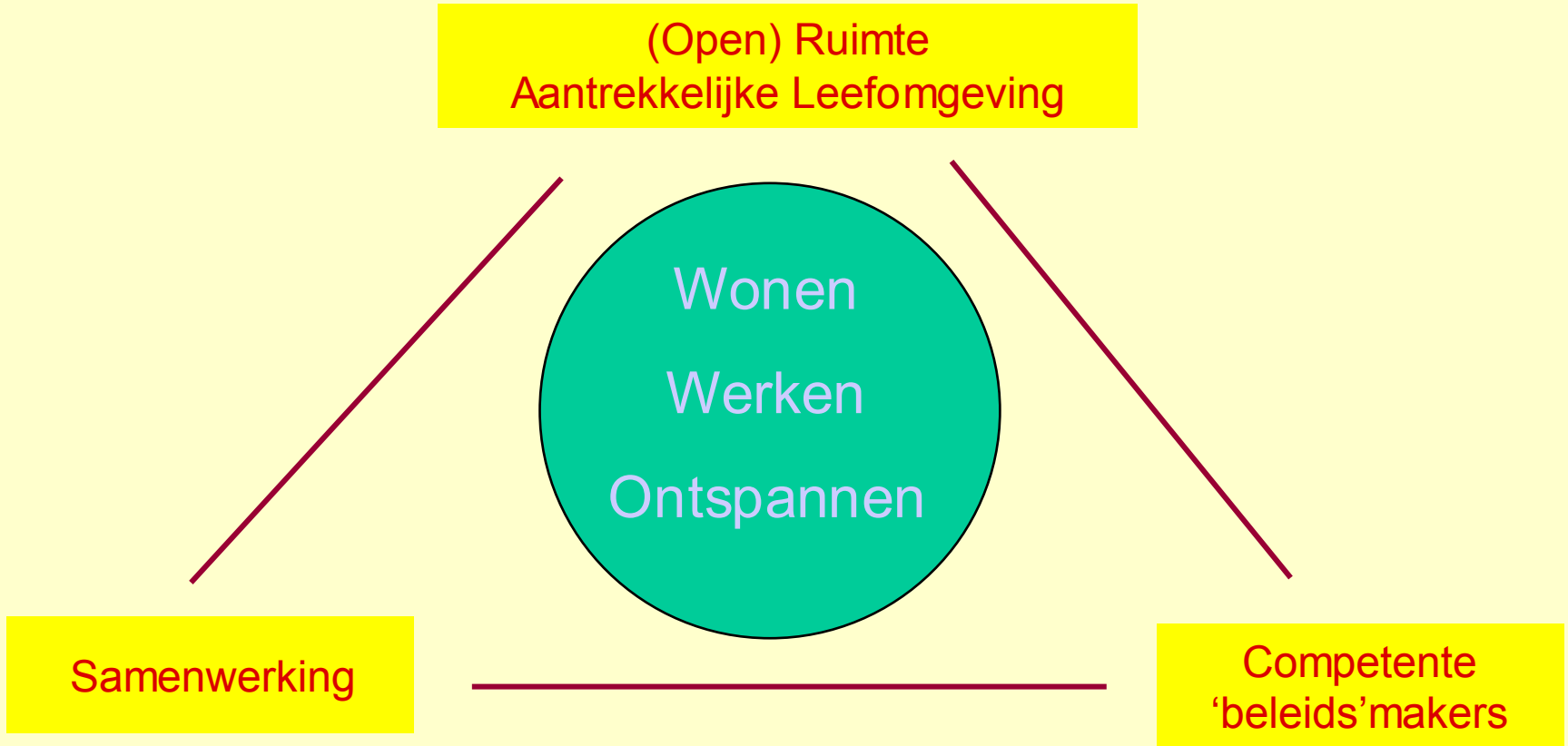
# Missie

(Open) Ruimte  
Aantrekkelijke Leefomgeving

Wonen  
Werken  
Ontspannen

Samenwerking

Competente  
'beleids'makers



# Stand van zaken

- 📌 Analyse
- 📌 Kernwoorden, missie
- 📌 Consultatie, terugkoppelen
- 📌 Verbinden
- 📌 Actieplan

# 5 kernuitdagingen

## 1. Een kwaliteitsvolle leef- en woonomgeving

Zorgvuldig omspringen met de ruimte, dynamische centra en dorpen

## 2. Een vooruitstrevende regio

Inspelen op socio-economische en technologische veranderingen

## 3. Competente mensen en structuren

Vorming, innovatie en creativiteit aanmoedigen

## 4. De kracht van samenwerking

Een sterk intern en extern netwerk

## 5. Meer uitstraling geven aan de regio

Versterken van de identiteit, de aantrekkingskracht van de regio verhogen door een actieve regiomarketing

# Een regiomerk

West Cork

–

Meetjesland



# Timing

**Keuze logo en baseline:**

oktober 2006

**Vastleggen communicatiestrategie**

november – december 2006

**Lancering van het merk:**

18 januari 2007 op de nieuwjaarsreceptie

**Nieuwe streekvisie en actieplan**

mei 2007