



Entreprises du Patrimoine Vivant

STRATÉGIE DE COMMUNICATION
ENTREPRISE DU PATRIMOINE VIVANT

UN LABEL PRESTIGIEUX ET ATYPIQUE /
UNE NOTORIÉTÉ À DÉVELOPPER

mercredi 18 novembre 2009

Centre de conférences Pierre Mendès-France
du Ministère de l'Économie, de l'Industrie et de l'Emploi



1 • STRATÉGIE DE COMMUNICATION

ENTREPRISES
DU PATRIMOINE VIVANT
plateforme de marque

STRATÉGIE
DE COMMUNICATION

ENJEUX & OBJECTIFS

1

JUSQU'À PRÉSENT,
DES ACTIONS
DE COMMUNICA-
TION CONCEN-
TRÉES SUR
LES PARTENAIRES

2

UNE VOLONTÉ
DE DÉVELOPPER
LA NOTORIÉTÉ DU
LABEL SOULIGNÉE
PAR LES RÉSULTATS
DE L'ENQUÊTE EPV

Développer la
notoriété du label et
une communication
plus ciblée, un
objectif prioritaire
pour l'année 2010

PLATEFORME DE MARQUE :

OBJECTIF DU LABEL

Le label Entreprise du Patrimoine Vivant a été créé pour :



DISTINGUER
des savoir-faire
artisans et
industriels
d'excellence



PROMOUVOIR
la richesse, la qualité
et l'innovation de la
production made in
France : l'excellence
française



PROMOUVOIR,
DÉVELOPPER
le potentiel
économique
des EPV

PLATEFORME DE MARQUE :

DÉFINITION

Les Entreprises du Patrimoine Vivant

Décerné par l'État, "Entreprise du Patrimoine Vivant" est un label méritocratique qui sélectionne et récompense les meilleurs savoir-faire artisanaux et industriels de France.

Des entreprises
uniques, qui savent
réconcilier :

Tradition → Innovation

Savoir-faire → Création

Travail → Passion

Patrimoine → Avenir

International → Local

LABEL EPV : CHARTE DE MARQUE

1 – VISION DU MONDE	L'EXCELLENCE FRANÇAISE
2 – VISION DE L'HOMME	LE GÉNIE HUMAIN
3 – POINT DE VUE LABEL EPV	LEUR PÉRENNITÉ ET LEUR RAYONNEMENT
4 – AMBITION DU LABEL EPV	RECENSER, SÉLECTIONNER ET DISTINGUER
5 – MISSION DU LABEL EPV	METTRE EN LUMIÈRE
6 – OBJECTIF DU LABEL EPV	LE LABEL EPV A UN TRIPLE OBJECTIF
7 – PERSONALITÉ DU LABEL EPV	UN LABEL ENGAGÉ
8 – EXPERTISE DU LABEL EPV	2 ORGANES AU SERVICE DU LABEL, QUI EN ASSURENT L'INCARNATION & LA PROMOTION