

« L'Allier, le département où vos projets ont des valeurs » :  
Preuves à l'appui !

Après le temps de la révélation, qui proclamait haut et fort les 9 valeurs communautaires de l'Allier, vient maintenant celui de la confirmation.

Pour le lancement de la 2<sup>e</sup> phase de sa campagne d'image évolutive, le Département persiste et signe sur son positionnement véritablement différent : témoignages et chiffres à l'appui, ses valeurs se trouvent aujourd'hui incarnées par ses habitants. Ce sont eux qui apportent les preuves d'une qualité de vie privilégiée sur leur territoire.

Pouvoir en toutes facilités, se loger, travailler, confier la garde de ses enfants ou encore se déplacer, etc. Autant de critères qui comptent dans le choix d'un lieu de vie. Au travers de sa campagne d'image, l'Allier entend répondre de manière simple et concrète aux besoins comme aux aspirations du plus grand nombre. Parce que l'accueil de nouvelles populations s'avère prioritaire, ses habitants participent en personne à sa valorisation.

Engagé depuis 2011 dans la dynamique des « nouvelles ruralités », le Conseil général de l'Allier met tout en œuvre pour promouvoir un modèle de développement différent, basé sur la dimension humaine de proximité. Alors que ses 6<sup>es</sup> *Rendez-vous de l'Allier* ont débuté, sa population est invitée à « Imaginer l'Allier » lors des ateliers publics organisés avec les élus. Cette **volonté de contribution directe des habitants au projet territorial** se trouve parfaitement illustrée dans la 2<sup>e</sup> phase de sa campagne d'image.

**Le temps de la confirmation : des valeurs incarnées**

Désireuse de se différencier des campagnes traditionnelles, cette deuxième phase s'intègre dans la démarche d'attractivité résolument impulsée par le Conseil général. Elle vient constituer **une campagne de preuves factuelles**, diffusée au niveau local, régional et national, pour permettre à tous et à chacun de s'approprier la promesse de l'Allier, « le département où vos projets ont des valeurs. » S'inscrivant dans le prolongement de la campagne initiée fin 2012, elle entend graver durablement dans les mémoires, son message devenu le « slogan » du département.

Sa mise en images va plus loin que les mots : la promesse se trouve bel et bien respectée sur le territoire, ses valeurs de fond prennent à présent forme humaine. Dotées d'un visage, elles apportent les preuves de leur réalité vécue... et à partager ! Afin de construire la portée du message, des axes de réflexion concernant la stratégie de positionnement adoptée ont porté sur le « bon choix » à faire : celui des preuves apportées chiffres clés à l'appui, comme celui des témoins incarnant les valeurs. Des cibles prioritaires ont été définies : les familles, les actifs (en fonction ou en reconversion) et les jeunes retraités. Autant de situations porteuses de projet de vie, qu'il soit professionnel ou personnel. Et qui concernent aussi bien les habitants vivant déjà l'Allier au quotidien, que les personnes susceptibles de s'y installer.



# Comme Clémence, Jean-Marc, Jonathan, et les autres, rejoignez l'Allier...

> Du 14 au 27 octobre, une première série de trois visuels va être déployée sur l'ensemble du département, la seconde série étant programmée du 16 au 29 décembre prochains.

Situées avant et pendant les vacances scolaires, ces périodes leur confèrent une visibilité optimale. Tandis que des panneaux vont s'afficher sur le réseau des 300 abribus jalonnant les routes départementales, les rues des agglomérations principales de Moulins, Montluçon et Vichy seront ornées de visuels, tout comme celles de Gannat, Saint-Pourçain-sur-Sioule et Varennes-sur-Allier.

## Des visuels qui parlent à tous

Ces deux vagues d'affichage s'adressent directement aux intéressés, avec pour objectif de rallier une population la plus large possible, adhérant aux valeurs de l'Allier. Susciter la fierté de ses habitants, tout en donnant envie aux personnes extérieures d'intégrer le territoire, tels sont les effets médiatiques escomptés.

*Seule une véritable « mise en désir du territoire », à l'instar de celle qualifiée « d'essentielle » par le sociologue Jean Viard<sup>1</sup>, peut « garder les hommes et en attirer d'autres »...*

> Ce sont 6 preuves qui ont été retenues, 6 témoins qui se voient placés au cœur de cette 2<sup>e</sup> phase de campagne d'image, pour démontrer des qualités emblématiques de leur territoire. Parce que les paroles d'Allier sont d'abord et avant tout, basées sur les faits !

Dans un premier temps, l'accent est mis sur la fluidité du trafic, la clémence du climat et les services dédiés à la petite enfance.

Puis viendront l'offre culturelle diversifiée, la facilité économique proposée aux chefs d'entreprise et l'accession à la propriété à des prix compétitifs. À découvrir en décembre...

## Des visages et des contextes... bien réels !

• Du haut de ses 9 mois, Clémence montre sa satisfaction d'avoir une nounou qui l'accueille à demeure, idéalement située sur le trajet domicile/travail parcouru par sa maman.

Preuve est faite que dans l'Allier, il est facile de trouver sa nounou: parmi les 2 400 assistant(e)s maternel(le)s agréé(e)s, il y en a forcément un(e) près de chez soi.

• Jean-Marc a quitté Miramas (13) avec femme et enfants pour s'installer à Thionne, où ils tiennent le point multiservices de la commune. Aucun bouchon ne vient le retarder lors de ses tournées d'épicier ambulant, effectuées deux jours par semaine dans un rayon de 15 kilomètres.



<sup>1</sup> Invité d'honneur du 1<sup>er</sup> colloque des « nouvelles ruralités », Jean Viard est directeur de recherches CNRS au CEVIPOF, Centre de recherches politiques de Sciences Po.



# Comme Clémence, Jean-Marc, Jonathan, et les autres, rejoignez l'Allier...

• Jeune médecin de campagne récemment implanté dans l'Allier, Jonathan a le moral au beau fixe et pour cause : tout comme ses patients, il profite des quelques 2 000 heures de soleil annuelles dont bénéficie le territoire.



## Une devise fondatrice pour une campagne mobilisatrice



Pour afficher ses valeurs partagées, le Département lançait à l'automne 2012 une campagne d'image évolutive.

Déclinées sur le modèle de la devise républicaine « liberté, égalité, fraternité », elles posaient les bases d'un parti pris et d'un choix de vie alternatif. Autant de valeurs qui représentent leur territoire : « l'Allier, un département au sein duquel vos projets ont des valeurs ».



Diffusée progressivement à partir d'octobre par voies de presse, d'affichage et sur le web<sup>2</sup>, **la première phase de campagne d'image a obtenu de nombreux échos favorables, suivis de résultats tangibles.** Au regard du budget alloué (à hauteur de 200 000 €), relativement modeste pour ce type d'action, ses retombées s'avèrent d'autant plus significatives.

La campagne de web marketing a généré à elle seule 69 117 000 impressions publicitaires. Son plan média a touché 10 millions de personnes, dont la moitié ciblée de manière qualitative.

Depuis octobre 2012, le site internet dédié [www.rejoignezlallier.fr](http://www.rejoignezlallier.fr) enregistre en moyenne 2 100 visites par semaine.

<sup>2</sup> Via [www.rejoignezlallier.fr](http://www.rejoignezlallier.fr) en lien avec les sites associés du Conseil général (Comité d'expansion économique de l'Allier, Comité départemental de tourisme, Mission Accueil Allier, Comité départemental des produits d'Allier) et les réseaux sociaux



# Comme Clémence, Jean-Marc, Jonathan, et les autres, rejoignez l'Allier...

En juillet dernier, plébiscité par une communauté de plus de 8 750 fans, **l'Allier a fait son entrée dans le Top ten des 101 Départements qui communiquent à travers Facebook**<sup>3</sup>. Ils sont à ce jour près de 12 000 fans recensés. L'Auvergne arrive quant à elle, en tête du classement régional.

Portées par les priorités départementales que sont le « Vivre-ensemble », le développement économique et l'accueil, les valeurs de l'Allier continuent de faire des adeptes. Et en plus, elles suscitent des vocations...

Créée par le Conseil général de l'Allier dès 2002, la **Mission Accueil Allier** est pionnière en son genre. Ce sont 172 porteurs de projets qui ont pris contact avec elle depuis le démarrage de la campagne, dont une trentaine (17 %) via le site [www.rejoignezlallier.fr](http://www.rejoignezlallier.fr).

Certains d'entre eux bénéficient déjà de l'accompagnement mis en place pour favoriser leur bonne installation dans l'Allier.

## L'Allier, fer de lance des « nouvelles ruralités »

Ils sont quatre, les « quatre mousquetaires de la ruralité » comme ils aiment désormais à s'appeler, qui défendent un modèle de développement territorial basé sur l'équilibre et la complémentarité entre espace rural et espace urbain.

Les présidents des Conseils généraux de l'Allier, du Cher, de la Creuse et de la Nièvre ont organisé avec l'Assemblée des Départements de France (ADF)<sup>4</sup>, le premier colloque national sur l'avenir des territoires ruraux, en juin 2013 à Ichi. Aux côtés de Jean-Paul Dufrègne, président du Conseil général de l'Allier, Alain Rafesthain (Cher), Jean-Jacques Lozach (Creuse) et Patrice Joly (Nièvre), œuvrent de concert pour **faire entendre la voix d'une ruralité décomplexée, dynamique et innovante**, à même de séduire durablement de nouvelles populations. Intitulé « **Campagnes : le grand pari** », ce colloque a constitué une étape majeure de la **mission nationale « Nouvelles ruralités » confiée par l'ADF** en février 2013 et présidée par Jean-Paul Dufrègne.

Le 25 septembre dernier, Jean-Pierre Saulnier ayant succédé à Alain Rafesthain dans le Cher, ils ont participé à la réunion du groupe « Nouvelles ruralités » de l'ADF, en présence des 31 présidents et représentants de départements adhérents à la démarche, soit un quart des Départements français, représentant plus de 17 millions d'habitants.

La 1<sup>ère</sup> Convention de l'Assemblée des Départements de France, qui se tiendra à Lille du 9 au 11 octobre, constituera l'occasion de présenter leur rapport (et les propositions concrètes issues de leurs travaux) à l'ensemble des élus participants. Minutieusement analysés par ses acteurs de terrain, les multiples enjeux liés aux territoires ruraux (décentralisation, péréquation financière, aménagement du territoire...) devront être pris en compte.

<sup>3</sup> Cf. le baromètre mensuel de l'Institut Edgar Quinet qui comptabilise le nombre de fans

<sup>4</sup> Association pluraliste, l'ADF réunit les présidents des 102 départements (96 métropolitains et 6 ultra-marins).



Comme **Clémence**, **Jean-Marc**, **Jonathan**, et les autres,  
**rejoignez l'Allier...**

---

À l'heure de la mondialisation, tandis que nos sociétés se globalisent et que leurs habitants se trouvent concentrés dans des métropoles de plus en plus grandes et anonymes, la campagne d'image de l'Allier met l'accent sur le lien social.

Pour que les besoins « profonds » exprimés par une part croissante de la population rejoignent la réalité de territoires ruraux tels que l'Allier, un département à la dimension, mais aussi et surtout, à la hauteur de leurs aspirations !

**Contacts presse :**

Claire Striffling-Gauthier /Attachée de presse CG 03

Téléphone : 04.70.34.40.31

Portable : 06.83.19.13.06

[striffling.c@cg03.fr](mailto:striffling.c@cg03.fr)

Agence Sophie Benoit Communication

Véronique Durupt / Yglinga Benoit

06 71 58 29 71 / 06 63 70 61 69

[yglinga@sbc-groupe.com](mailto:yglinga@sbc-groupe.com)



[www.rejoignezlallier.fr](http://www.rejoignezlallier.fr)

**Allier**, le département où vos projets ont des valeurs.

