

## « Je vois la vie en Vosges » Opération séduction pour le département

En période de crise, pas question de baisser les bras. Dans le cadre d'un partenariat multiple, l'opération « Je vois la vie en Vosges », conduite par Vosges développement, entend valoriser et repositionner l'image du département. Visiteurs et investisseurs sont concernés.

Un slogan, des spots, un fond musical inspiré d'une chanson d'Edith Piaf, un site internet et des relais sur les sites du groupe France Télévision, avec V Mag, un magazine écrit, en prime : « *Je vois la vie en Vosges* » s'est imposée en juin dans la communication audiovisuelle et le fera encore en octobre 2010. L'ambition de cette marque ? « *Repositionner l'image des Vosges et prospecter des investisseurs* », résume Damien Parmentier, directeur de Vosges développement, l'agence départementale de développement économique et touristique à qui l'on doit cette opération. Il précise : « *en période de crise, ce n'est pas le moment de baisser les bras. Communiquer est important* ». Mais pas à n'importe quel prix ! Conformément à la demande des élus – Christian Poncelet, le

président du Conseil général, qui finance en grande partie l'agence et Roland Bedel, président de Vosges développement –, le montage financier s'est donc fait sur la base d'un partenariat multiple avec des opérateurs publics et privés, intégrant des industriels, des acteurs du tourisme, des collectivités et des syndicats intercommunaux, tel le Sivu Hautes-Vosges.... Plutôt original dans le paysage communicant français. En tout cas séduisant.

Partie prenante dès le début, Régis Laurent, le patron de Bol d'Air, une entreprise bressaude dédiée aux loisirs sportifs et à l'hébergement, confirme : « *C'est la première fois que je sens une véritable dynamique, ça me plaît bien, ce côté vivant des choses. Vue la période, c'est le moment en effet d'avancer dans la communication. C'est ce*

*que je fais dans mon entreprise. « Je vois la vie en Vosges » est en fait le prolongement de notre logique. Je m'y retrouve d'autant mieux que cela n'a rien de ringard* ».

A l'opposé du département dans la Plaine, Geneviève Burnel, hôtelière à Rouvre-en-Xaintois et présidente de Vosges accueil tourisme est, elle, « *séduite par l'image positive véhiculée par cette campagne. C'est nouveau, cela casse les idées préconçues. On y trouve un bon échantillonnage de ce qui fait les Vosges : la neige, le thermalisme...* » Avec, pour cette professionnelle avisée, le souci de défendre l'Ouest vosgien. Chacun se positionne ainsi en ambassadeur, à l'instar du réseau créé en 2007. « *90% des opérateurs sont des Ambassadeurs des Vosges* », commente Damien Parmentier. « *Il y a une forme de solidarité dans ce type d'opération* », renchérit Régis Laurent. « *J'aime bien l'esprit d'être ensemble. Si je communique pour les Vosges en général, je suis aussi conscient que mon entreprise va s'y retrouver. Si le moteur est puissant, on sera tous gagnants* ». Donnant donnant !

### Des ambassadeurs engagés

D'une vingtaine, en 2007, ils sont passés aujourd'hui à plus de 130. Tous sont des chefs d'entreprises industrielles, touristiques et d'économie montagnarde du département. Tous intègrent et dynamisent le réseau des Ambassadeurs des Vosges. « *Rien à voir avec un club, la vocation n'étant pas de s'installer dans le temps* », explique Damien Parmentier. En fait l'objectif est double. Il entend « *valoriser l'image des Vosges et développer le tissu économique vosgien* ».

Animé par Vosges développement, ce réseau implique quelques devoirs, non sans quelque retour sur « *investissement* ». Les devoirs d'abord. Dans le cadre d'une charte, chaque ambassadeur s'engage à « *remonter d'éventuels projets d'implantation de leurs contacts dans le département au Pôle Ingénierie de Vosges développement, à participer aux groupes de travail sur les sujets qui les concernent, voire à proposer des sujets susceptibles d'apporter de la valeur ajoutée aux entreprises et au département* ».

Autre impératif, l'affichage de leur appartenance au réseau sur leurs supports de communication. De son côté Vosges développement organise les travaux et les échanges entre Ambassadeurs, accompagne leurs projets de développement et valorise, entre autres, leurs savoir-faire auprès de la presse, tout en leur donnant l'opportunité d'être partenaires de son plan stratégique de communication et des opérations de promotion. Témoins, les micro marchés organisés hier à Strasbourg et à Reims et demain à Metz et mettant en avant les productions et savoir-faire vosgiens. Citons parmi les groupes de travail mis en place : éthique et qualité des produits vosgiens, les réseaux sociaux, délocalisation intelligente, connaissance des marchés chinois ou encore agriculture et diversification.

Rien que du sérieux, on le voit, qui n'exclut pas l'amour pour les Vosges de ces patrons engagés. A l'instar de Thibaut Leduc (Ermitage Frère Joseph), Jean-Marie Remy (Groupe Remy Loisir, Labellemontagne), François Curé (TDV Bleu Forêt) ou encore Patrice Fleurent (Fraispertuis City)

« *Nous semons pour un jour récolter. Entrer dans ce réseau, c'est un bon moyen d'avoir le réflexe Vosges* », conclut Damien Parmentier qui annonce pour 2011 l'extension dudit réseau en Ile-de-France.

### 376 spots sur le réseau de France 3 Régions

376 spots, d'une durée de 30 secondes, dont 10 secondes réservées aux partenaires. La campagne « *Je vois la vie en Vosges* » a fait de la télévision l'un de ses supports privilégiés, présentant les Vosges comme « *un véritable modèle de société contemporaine* », où la nature, les loisirs, la gastronomie favorisent les échanges et la convivialité. C'est en tout cas ce qui ressort de ces spots diffusés en deux vagues de quinze jours – en juin, puis début octobre –, sur les réseaux France 3 Régions Alsace, Lorraine/Champagne Ardenne, Nord/Pas de Calais/Picardie, Bourgogne/Franche-Comté, avec un relais Internet sur les sites du groupe France Télévision (France 2, France 3, France 4 et France 5, Radio France et France Bleu).



Régis Laurent, patron de Bol d'Air à La Bresse :  
« C'est la première fois que je sens une véritable dynamique, ça me plaît bien, ce côté vivant des choses. »



Geneviève Burnel, hôtelière à Rouvre-en-Xaintois :  
« Je suis séduite par l'image positive des Vosges véhiculée par cette campagne. Cela casse les idées préconçues. »

## Un magazine pour séduire



Damien Parmentier, directeur de Vosges développement :  
« En période de crise, communiquer est important. »

Gratuit, diffusé deux fois par an dans les hôtels, les offices de tourisme et les entreprises « *ambassadeurs* », V Mag entend présenter, sous la forme d'un magazine, la diversité et la qualité de l'économie vosgienne. Le sommaire du n°2 en préparation aborde les sujets suivants : « *investir dans les Vosges* », le « *green business* », les Vosges côté jardin, la métallurgie, les parcs d'activités... Sans oublier des rubriques pleine nature et des idées de séjours.



Des visages radieux, le V de « victoire » mais aussi de « Vosges »...  
Voici l'image de dynamisme et de fierté  
que la campagne veut véhiculer à l'extérieur du département.



De nombreuses opérations de communication ont été menées auprès des habitants de certaines grandes villes des régions voisines, comme ici à Reims.

Gagnant gagnant donc, même si pour l'heure le recul manque encore pour mesurer les réels effets d'une initiative qui a le mérite d'être créative, imaginative et de démontrer qu'un département qui reste le premier département industriel de France avec 26% de la population active employée dans ce secteur (contre 15% en France) a su dans le même temps préserver un envi-

ronnement privilégié. Une double identité, industrielle et verte, qui en fait un « *territoire d'exception* », une sorte d'exemple de développement durable.

Une certitude, l'opération se poursuivra l'an prochain, avec encore plus de financements privés et la volonté affichée de séduire cette fois des investisseurs !

CLAUDE VAUTRIN

## Vosges développement, côté public et côté privé

« Avec vous, pour vous ».

Créée en janvier 2009, cette agence départementale de développement économique et touristique, présidée par Roland Bedel, vice-président du Conseil général, s'est fixé comme mission d'« *apporter une contribution tangible à l'économie vosgienne, en favorisant la création d'emplois* ». Pour ce faire, elle prospecte de nouvelles entreprises, en France et à l'étranger, et leur propose l'offre vosgienne et ses atouts. Elle pérennise également les entreprises existantes, en les accompagnant dans leur projet de développement.

Voilà pour le côté public qui peut passer par la recherche d'un site d'implantation ou d'un bâtiment, l'accompagnement de projets d'extension ou d'investissements, la reprise d'entreprises ou la rencontre de partenaires financiers ou industriels. Spécialisée par secteurs – industrie, tourisme, économie montagnarde – une équipe de 30 personnes travaille sur ces axes, sans négliger une action davantage destinée aux « *privés* », pour faciliter, entre autres, séjour et découverte dans le département.

## Les différents visages du département présents sur le net

Taper [www.jevoislavieenvosges.com](http://www.jevoislavieenvosges.com), c'est s'ouvrir les portes des multiples atouts du département des Vosges. En matière de tourisme et d'économie, ce qui, sur un territoire où l'activité touristique représente 12% des emplois vosgiens, est loin d'être antinomique.

Voici une liste d'autres sites qui viennent compléter une offre informative et prometteuse pour découvrir le département :

- [www.tourismevosges.fr](http://www.tourismevosges.fr)

Si l'on y retrouve les spots de la campagne TV, une première porte permet d'accéder au tourisme et aux loisirs proposés dans le département. Une mine d'informations pratiques et utiles pour le visiteur ou le Vosgien pure souche qui veut organiser son emploi du temps de découverte. Et ce en toutes saisons. Du côté montagne au côté ouest, en passant par les Vosges thermales, qu'il s'agisse de culture, de nature, de gastronomie ou de savoir-faire, rien ne manque. Les Vosges en fête y affichent également leurs couleurs. Avec en primes des idées séjours, des bons plans, la météo – pas neutre ! – et une rubrique actualités de bon aloi.

- [reservation.tourismevosges.fr](http://reservation.tourismevosges.fr)

Pour mettre toutes les chances de son côté, mieux vaut

bien préparer son séjour. Ce site permet de composer au mieux son séjour, même à la dernière minute : où se loger ? où se distraire ? Les questions sont posées. A vous de choisir vos escapades, de profiter des offres attractives, de rechercher les disponibilités en temps réel et de réserver en ligne. Et en toute tranquillité.

- [www.vosges.com](http://www.vosges.com)

Ici l'affaire devient sérieuse, mais reste bien évidemment attractive. « *Il y a ceux qui comptent sur la chance, et ceux qui comptent sur les Vosges* », y lit-on. Une bonne occasion de découvrir le réseau ambassadeurs des Vosges. On trouve également sur ce site les chiffres clés des Vosges, une rubrique destinée à qui se sent des âmes d'entrepreneur ou de repreneur, quel que soit le secteur d'activités. De quoi par exemple tout savoir sur la meilleure façon de créer une chambre d'hôte ou un meublé, sur la liste des bâtiments commerciaux ou industriels disponibles,

- [www.ecomontagnarde.com](http://www.ecomontagnarde.com)

Ici place à l'économie montagnarde et à la diversité et la richesse de ses productions de terroir. Cela fleure bon le fumé, le miel, les petits fruits... Autant de bonnes adresses à découvrir, pour agrémenter le séjour et en revenir les bras chargés de bonnes choses.