

188	UTBM Service communication	l'Est Républicain	28 septembre 2016
		l'Aire urbaine	région - industrie - ambassadeurs - ADN - FC - réseau

Initiative Un logo, une marque et des ambassadeurs pour promouvoir l'image du Nord Franche-Comté

Le cœur du Nord Franche-Comté rugit

UN CRUEL DÉFICIT d'image en dépit d'un potentiel XXL. « Nous sommes la région la plus industrialisée de France mais nous sommes un nain au niveau de l'organisation », diagnostique Damien Meslot, maire de Belfort, en ouverture de cette soirée organisée lundi soir, dans un hangar privé de l'aérodrome de Courcelles-lès-Montbéliard. Un lieu symbolique choisi pour tenter de faire décoller la nouvelle image (de marque), cogitée par l'Agence de développement économique du Nord Franche-Comté (ADN-FC).

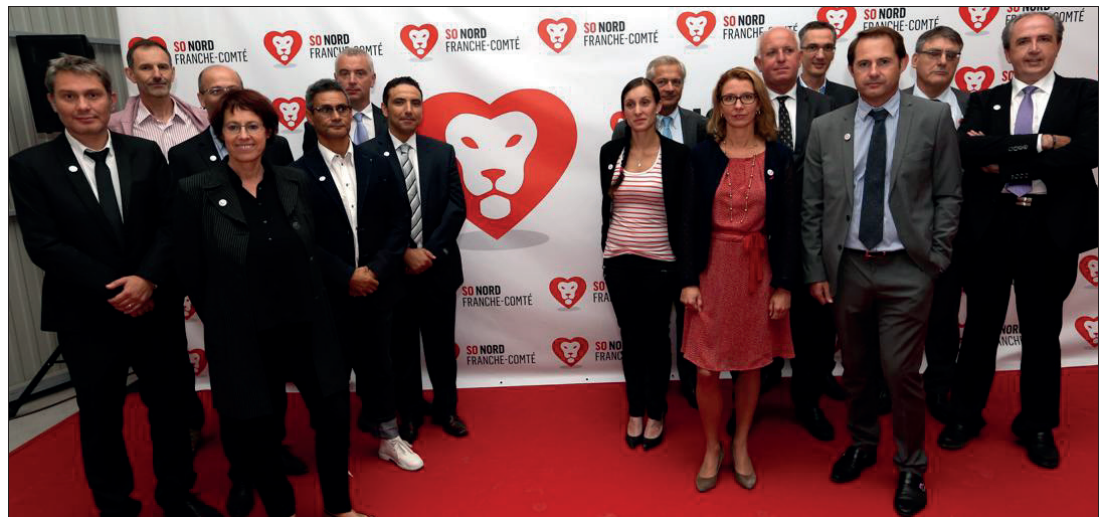
« Un vecteur de communication identitaire »

Il est 20 h 15 quand le suspense prend fin. Un cœur rouge se dessine sur un fond blanc avec, en son centre, un lion. Et un slogan l'accompagne : So Nord Franche-Comté.

Gilles Cassotti, le directeur de l'ADN-FC, se charge de décrypter le désormais « vecteur de communication identitaire », comme il l'appelle.

Pour le rouge et le cœur, nul besoin de grandes explications. Ils expriment et traduisent la passion, la séduction et l'attraction. Quant au lion, il tombait sous le sens du dénominateur commun : la sculpture monumentale de Bartholdi côté belfortain, l'emblème de Peugeot côté pays de Montbéliard.

Une fois n'est pas coutume, le félin n'est pas présenté de profil. Cela découle du message qui entend être véhiculé : « C'est un lion qui fait face à l'adversité. Un lion qui prend les problèmes de face et non



■ Les ambassadeurs activeront leurs réseaux pour attirer de nouveaux talents vers le territoire.

Photos Francis REINOSO

de côté. On avait envie de dire : nous sommes tous des lions », decode le directeur.

Il explique encore que ce cœur n'est pas sans rappeler le pictogramme de Google Earth. Histoire d'indiquer précisément où se trouve ledit territoire sur la carte.

Reste le slogan : So Nord Franche-Comté. Le « So » se réfère d'abord au terme anglais, traduisant la quintessence, le summum. À l'image du « so beautiful », le tellement beau en VF.

« Mais dans So Nord, on entend aussi... sonore. Parce que l'on veut se faire entendre », prolonge Gilles Cassotti. Il avoue que, lui-même, n'avait pas saisi la subtilité au premier abord. Pas sûr que ceux à

qui est destiné le message le perçoivent non plus... Voilà donc pour l'habillage, réalisé en partenariat avec l'agence de communication Éléphant.

« On ne voulait pas d'un réseau de notables »

Restait ensuite à choisir celles et ceux qui seront chargés de promouvoir l'image voulue : les ambassadeurs. « On ne voulait pas d'un réseau de notables. Pour arriver à composer ce patchwork, nous sommes partis de notre expertise du terrain. Sur le Nord Franche-Comté, notre agence effectue près de 500 visites par an. Nous sommes parfois impressionnés par telle ou telle personne. Nous avons voulu

des gens qui ont quelque chose à offrir au territoire et non des gens qui cherchent essentiellement à en profiter. Des gens susceptibles d'attirer de nouveaux talents vers le Nord Franche-Comté », délimite Gilles Cassotti. Il avoue avoir écarté certaines candidatures

spontanées parce que les profils ne correspondaient pas à l'objectif visé. N'est pas ambassadeur qui veut.

Le Nord Franche-Comté est désormais doté d'un outil destiné à décupler sa visibilité. Et à (enfin) décoller ?

Sam BONJEAN

Les 19 ambassadeurs

► **Frédéric Alphonse Felix**, président de New Parts Engineering gas turbine.
Mohamed Becherif, maître de conférences à l'UTBM, professeur des universités, chercheur FEMTO-ST, FC Lab.
Emmanuel Brugger, directeur général de Cristel
Lionel Brunet, directeur du golf de Rougemont-le-Château.
Fabrice Claudel, commandant de bord à Air France.
Michèle Demange, directrice et secrétaire générale de Cinémas d'aujourd'hui, festival Entrevues.
Rafi Deryeghiyan, directeur général des Coupons

d'Alsace.
Bernadette Dodane, coprésidente de Cristel.
Sophie Laurent, dirigeante EURL Laurent S., championne de France des rallyes.
Yves Menat, directeur général GE Energy Products Europe de 2005 à 2013, président de Tandem, président d'Aire Urbaine Investissement.
Eric Oternaud, directeur du parc industriel ETA Boncourt, Swatch Group.
Thierry Peugeot, président du conseil de surveillance Groupe PSA de 2002 à 2014.
Nicolas Pinto, entrepreneur dans les nouvelles technologies, chercheur scientifique MIT (USA), professeur.

Gaby Rocchi, président SMG Groupe international.
Jean-Paul Roland, directeur général des Eurockéennes.
Rozenn Sanchez-Le Poulennec, dirigeante ACCIAL Paris.
Catherine Vampouille, dirigeante Le Ressort et Stonekit.
Stéphane Veaux, animateur radio France Bleu Belfort-Montbéliard et voix de Bonal.
Emmanuel Viellard, directeur général du groupe LISI, président de LISI Aérospace, président de LISI Médical.

Billet

L'enfant né hors mariage...

Paris ne s'est pas fait en un jour. Le Nord Franche-Comté, dans sa conception économique et identitaire, non plus. Lundi soir, l'Agence de développement économique du Nord Franche-Comté (ADN-FC) organisait un grand raout sur tapis rouge, dans un hangar privatif de l'aérodrome de Courcelles-lès-Montbéliard, afin de présenter le logo et la marque de ce territoire (lire ci-dessus). Un événement qui préfigure de quelques jours le lancement du Pôle métropolitain Nord Franche-Comté et la nomination de son premier président, Charles Demouge. « Nous sommes un peu l'enfant né hors mariage du Pôle métropolitain. C'est notre cadeau de mariage... », plaisantait Gilles Cassotti, le directeur de l'ADN-FC.

Pour rappel, ledit pôle englobera le pays de Montbéliard, le grand Belfort et... le pays d'Héricourt. Or, il apparaît que parmi les 19 ambassadeurs choisis pour incarner et véhiculer l'image du Nord Franche-Comté, aucun ne provient de la partie haut-saônoise du territoire élargi. Interrogé sur cette singularité, pour ne pas dire anomalie, Gilles Cassotti répond qu'il n'a sans doute pas trouvé de personnes répondant au profil établi. Au passage, il glissait que des trois entités, la seule à n'avoir pas versé de cotisation à l'ADN-FC, au 1^{er} janvier, pour mener à bien son travail provenait également de ce côté-là. Un lien de cause à effet ? Un hasard ? Pas toujours facile de composer avec les familles recomposées...

Sam BONJEAN