

## COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Blois, le 3 juin 2021

---

### En mode tout-digital, le Loir-et-Cher s'adresse aux parisiens en quête de vert.

L'exode parisien fait couler beaucoup d'encre, et ce n'est pas une métaphore. Dans le métro et sur le mobilier urbain, les territoires se livrent un combat sur fond de « maintenant, je télétravaille dans mon jardin », « ici, je me déplace à vélo »...

Récemment arrivé dans la course, le Loir-et-Cher a fait le pari du *tout-digital* pour sa première campagne d'attractivité résidentielle. Sur internet, le territoire met en avant une ruralité assumée.

« *Moi, ce que je voulais, c'est entendre le chant des oiseaux dans mon jardin* » voici les propos de Stéphane d'Orso, arrivé en août dernier avec sa famille, que l'on peut découvrir sur la dernière vidéo publiée par Be LC Agence d'attractivité de Loir & Cher sur ses media sociaux (en lien ci-dessous).

Il n'est pas le seul. Selon une étude de l'APEC Centre-Val de Loire, en 2019 déjà, avant les confinements, 61% des cadres franciliens étudiaient une démarche de mobilité vers la région Centre-Val de Loire.

Une opportunité saisie par Be LC, l'agence d'attractivité du territoire, créée en pleine crise de Covid-19. Restait à définir le média d'expression. « *En pleine pandémie, chacun s'est recentré sur soi, et la consommation d'information sur internet a été décuplée. Nous avons donc revu notre stratégie de communication et nous sommes concentrés sur ces médias* », explique Nicolas Perruchot, Président de l'agence. « *Simultanément, notre ruralité, notre nature, dont nous sommes très fiers mais qui ne nous semblaient pas très vendeurs pour des urbains... sont devenus nos principaux atouts et synonymes de qualité de vie. Et, la proximité avec Paris crée une véritable connexion ! (42 min en TGV).* »

Un partenariat avec Paris-jetequitte, le webmedia de référence pour la mobilité régionale.

En photos, vidéos, avec les témoignages d'anciens parisiens et adossée à des arguments choc (10m<sup>2</sup> ici = 150m<sup>2</sup> à Paris), des opportunités d'emploi en CDI, des dispositifs d'accueil pour les néo-arrivants et leurs conjoints, **le Loir-et-Cher est désormais très visible sur le webmedia** ; et les premiers résultats sont palpables. Le tourisme en Loir-et-Cher n'est pas en reste : le territoire devant donner envie de passer plus qu'un weekend en Loir-et-Cher, Be LC s'est associée à l'Agence de Développement Touristique. D'autres projets sont en cours avec ce media et d'autres tels que **Ciao Paris, le podcast des futurs-parisiens**, ou **Laou**, pour donner plus d'ampleur à cette première campagne.

Une série de portraits vidéo pour conserver l'authenticité, chère au territoire.

Beaucoup d'urbains ont osé le pari de la mobilité, et **nombreux sont ceux qui ont accepté de partager leur expérience aux côtés de Be LC, enthousiasmés par la démarche de l'agence**. Certaines vidéos sont déjà publiées, et la diffusion se poursuivra jusqu'à l'automne à minima, sur différents thèmes.

---

*A propos de Be LC : Notre vocation est de valoriser l'attractivité résidentielle du département, afin d'inciter de nouveaux foyers à s'y installer.*

Le site web de Be LC : [loiretcher-attractivite.com](http://loiretcher-attractivite.com) | le Loir-et-Cher sur [paris-jetequitte.com](http://paris-jetequitte.com)

En video, le [témoignage vidéo de la famille d'Orso](#) & le [reportage de TV-Tours](#)



**Contact presse | Karine Gourault**  
02 45 50 55 34 – 06 07 97 41 81  
karine.gourault@attractivite41.fr  
loiretcher-attractivite.com



#FIERSDULOIRETCHER