

Communiqué de presse

BeLC #fiersduloiretcher : se lancer dans le marketing territorial en pleine pandémie.

« En Loir & Cher, nous avons un patrimoine naturel et culturel époustouflant, un savoir-faire industriel et artisanal de pointe, des filières agricoles et viticoles alliant terroirs et performances durables, des lieux touristiques inoubliables et bien sûr, nous possédons un art de vivre que tout le monde nous envie ! Alors, que voulons-nous de plus ? Plus d'audace, plus d'ambition, plus de fierté ! ».

Ces lignes résument la démarche BeLC Agence d'attractivité de Loir & Cher. Audace, ambition, volonté... il en a fallu pour penser, porter et lancer l'agence en cette année 2020 !

A l'origine, l'idée est d'engager le Loir & Cher dans une démarche de marketing territorial, afin d'anticiper les enjeux qui se profilent à plus ou moins courtes échéances. Un début classique donc, avec l'identification des forces et des faiblesses loir & chériennes.

Des forces vives qui permettent un développement, des investissements. Une qualité de vie, 42 min en TGV de Paris, un environnement qui attire 6 millions de touristes par an (plus qu'en Corse !). Et en même temps, une perte d'habitants, un besoin en médecins et des recrutements compliqués... Autour de ces constats, évidemment le projet d'agence reçoit l'adhésion pleine et entière des acteurs publics et privés, prêts à s'engager pour leur territoire. Sur le papier, comme sur le terrain, tout semble bien engagé.

Et là... la COVID-19 et son confinement s'invitent dans le paysage. Les projets, le lancement, la communication : tout est violemment freiné. Le contexte économique et social qui se dessine est plutôt sombre et d'autres préoccupations monopolisent les esprits.

Réactivité, agilité pour une adaptabilité à toutes épreuves. Le processus de création entre en résilience. Les rencontres et événements qui galvanisent et fédèrent les énergies et qui favorisent la diffusion de l'information, sont compromis.

"Si tu peux le rêver, tu peux le faire" : l'équipe se mobilise et trouve des alternatives. L'enjeu en cette fin d'année sera alors d'exister localement, de montrer cette résilience et cette capacité à se réinventer qui fait la force de notre territoire. Les contours de nouveaux besoins et modes de vie se dessinent, qui donnent encore plus de sens à la démarche d'attractivité. La marque BeLC à résonance nationale s'efface momentanément pour laisser la lumière au message distillé en local : « **ici, nous sommes #fiersduloiretcher** » devient momentanément une raison d'être. Des partenariats nationaux s'esquissent, pour des projets d'envergure qui naîtront plus tard, sous de meilleurs auspices.

Ici et maintenant, la connexion et la digitalisation sont essentielles. Le lancement s'est fait en visio, un site web a été créé, la campagne de communication s'est faite à 100% sur les médias sociaux pour diffuser le message #fiersduloiretcher, témoignages à l'appui. Et les habitants répondent présents à ce rendez-vous : **malgré une année chaotique, BeLC a réussi son pari du lancement** avec plus de 40 000 vues sur ses contenus en 10 jours.

Le produit phare de l'agence – une solution d'aide au recrutement alliant digital et humain – a également pu être lancé : Jobpack Loir & Cher est un outil facilitant l'accueil des futurs talents et l'accompagnement de leurs conjoints pour se créer une nouvelle vie professionnelle en Loir & Cher. Avec notamment l'accompagnement par un Welcomer, un loir & chérien convaincu et ravi d'accompagner un nouveau venu dans son installation en Loir & Cher.

Alors que le monde semble happé par le digital, BeLC agence d'attractivité de Loir & Cher a fait la différence en conservant l'humain au cœur de ses dispositifs. L'enthousiasme autour de BeLC et ses premiers succès le prouvent. Et il reste tant à faire ! Affaire à suivre...

Plus de contenu sur www.loiretcher-attractivite.com/presse

