

Cabinet du président
Direction de la citoyenneté
et de l'information

Contacts presse

Jérôme Alemany
02 40 99 12 46

Virginie Brindeau
02 40 99 11 18

Marie Chardonnet
02 40 99 17 45

Nantes, le 12 octobre 2009

communiqué de presse

Les petites annonces du Département : la Loire-Atlantique renouvelle ses bons plans



Le Département de Loire-Atlantique lance aujourd'hui une deuxième campagne de valorisation des actions conduites au bénéfice de ses concitoyens.

Suivi chaque année de 20 000 enfants en bas âge au titre de la protection maternelle et infantile ; aménagement de 73 km de chemin de randonnée tout au long du canal de Nantes à Brest ; investissement en 2009 de 292 millions d'euros dans l'activité économique : telles sont les actions que Département de Loire-Atlantique met en avant dans une deuxième campagne de promotion qui débute le 12 octobre.

Elle fait suite à la première vague lancée le 15 juin, et qui mettait en avant la construction de 15 nouveaux collèges en 15 ans, le service de télé-assistance pour les personnes isolées, la préservation de 830 hectares d'espaces naturels, l'aide de 500 € à l'obtention du permis de conduire, le réseau de transport Lila et son titre unique à 2 €.

Dans le contexte de difficultés économiques et sociales que connaît le pays, qui rend plus nécessaire une action solidaire, la Loire-Atlantique poursuit une communication qui se veut

adaptée à l'air du temps. Recours accru à l'entraide, développement de la débrouille, recherche de « bons plans »... : dans cet esprit, le Département a pris le parti de **présenter ses services sous la forme de petites annonces**. Les textes déclinés indiquent ainsi : « Département solidaire offre », « prend soin », « investit ».

Le Département souhaite ainsi rappeler **son rôle de collectivité de proximité et de service au public**. Par les illustrations retenues, le Département démontre que son **action bénéficie à de larges parties de la population** :

- les parents et les jeunes familles -> le suivi des enfants en bas âge
- les pratiquants de loisirs de pleine nature -> les itinéraires de randonnées
- les salariés et actifs -> les investissements dans l'économie locale et le soutien à l'emploi

Cette communication sans fioritures - des messages courts, simples, explicites, écrits en grandes lettres noires sur fond blanc - s'inscrit dans la droite ligne de celles développées depuis 2004 par le Département. Et à l'instar de ses médias les plus significatifs (*Loire-Atlantique le magazine*, site web www.loire-atlantique.fr), elle a été **entièrement conçue en interne, au sein des services du Département**.

Cette campagne se décline sur **une large variété de supports** : affichage public, insertions dans la presse quotidienne et hebdomadaire, spots télévisés, bandeaux promotionnels sur le web...

Elle renvoie également sur **le site internet** du Département (www.loire-atlantique.fr) où **ces petites annonces sont déclinées en vidéos humoristiques**, mettant en scène des personnages ayant recours aux services du Département.

