Ceux qui vont faire sensation dans les salons…

À tous ceux qui n'envisagent pas de vivre ailleurs que dans une capitale…

Habitants, citoyens, acteurs et forces vives du territoire… ces Alençonnais incarnent et portent leur ville dans une plaquette « carte de visite » de 62 pages, livrée en juin 2015, véritable ambassadrice d'un territoire à (ré-)investir. Outil de promotion et de prospection, c'est avant tout une vitrine au service de l'attractivité, doublée d'un portail web baptisé « alencon-pratique.fr« , destiné à faciliter la vie et muscler le quotidien des habitants (cf. article dédié).

[metaslider id=1025]

Fruit de 10 mois de diagnostic, d'enquête de terrain, de rencontres et d'interviews, de conception puis de production éditoriale et graphique , cette plaquette réinvente les stratégies du marketing territorial, bouscule les codes de la communication institutionnelle, pour révéler Alençon à elle-même, à travers une identité tout à la fois authentique et sublimée. Imaginée en réjouissante complicité avec le designer graphique **Daniel Habasque** (Nosoda) et en étroite collaboration avec les membres de la Mission développement économique et de la Direction de la communication de la CUA, voici

Alençon, **capitale proximité !**

Déployant les thématiques « Innovation », Entreprendre & réussir », « Vie facile », « Vie intense » et « Vie ensemble », ce concentré d'Alençon relie étroitement enjeux économiques et cadre de vie, avec :

- **la proximité** en fil rouge et à tous les étages, comme un capital pour entreprendre, vivre et s'épanouir (la carte maîtresse et la botte secrète d'Alençon).
- **l'humain** comme carburant et principale richesse… Des hommes et des femmes engagés et qui s'incarnent ici en regards, en visages, en témoignages… (photos et prises de vue exclusives signée Nicolas Véger)
- **un concept graphique fort et impactant, déclinable à l'infini et** qui a le pouvoir de s'imprimer dans la rétine et de marquer les mémoires… (© Daniel Habasque)
- **une ergonomie de plaquette et une maquette pensées pour un feuilletage rapide mais qui donne irrépressiblement envie d'y revenir,** de s'y replonger au calme confortablement installé dans un canapé.
- **un ton et une ligne éditoriale qui s'affranchissent des codes en vigueur** pour aller musarder en direction d'une

certaine forme d’humour et de complicité avec le lecteur, tout en prenant soin de ne pas le perdre en route.

CQFD, téléchargez et feuilletez…

Merci !

- à **Guillaume Plançon** (chargé de développement économique de la Communauté urbaine) pour l’énergie déployée tout au long du projet et l’accompagnement fertile;
- à **Emmanuel Darcissac** (premier-adjoint en charge du développement économique et Vice-Président de la Communauté urbaine) pour sa confiance étroite;
- à **Soazig Joubert** (directrice de la communication) pour son regard attentif autant que pertinent;

- **à la nuée des contributeurs alençonnais** qui, de très près ou d’un peu plus loin, nous ont accordé du temps, de la disponibilité, de l’envie, de l’énergie, de l’enthousiasme, un regard particulier et de précieux conseils (chefs d’entreprises, porteurs de projets, acteurs économiques, habitants…)

et surtout, surtout… à **Daniel Habasque** (Nosoda), **Nicolas Villeroy** (J’aime beaucoup ce que vous faites) et **Nicolas Véger** (Very good plan)… pour l’agence de communication globale éphémère et sur-mesure que nous avons pu former, et parce que les compétences croisées de 40 doigts valent mieux que les compétences tout court de 10 doigts dans la prise…