

Grenoble, le 17 octobre 2017

CAMPAGNE DE VALORISATION DES METIERS DU DEPARTEMENT POUR REDONNER DE LA FIERTE A NOTRE ACTION

Le Département de l'Isère lance aujourd'hui une campagne de communication autour de ses métiers et compétences. D'une durée d'un mois, la campagne a pour but de valoriser l'action du Département et de ses agents, de faire mieux connaître ses métiers et de démontrer son rôle crucial pour les citoyens. Dans un contexte de remise en cause des collectivités territoriales, il était important de réagir pour réaffirmer l'importance du Département pour les solidarités humaines et territoriales.

« Avec cette campagne de communication, nous voulons dire stop au bashing des collectivités territoriales et mettre en valeur le travail indispensable que fait le Département pour les citoyens et pour nos territoires » explique Jean-Pierre Barbier, Président du Département

Un contexte de bashing qui force à la réaction

Les collectivités territoriales sont actuellement couramment jugées responsables du déficit public. Trop souvent pointées du doigt comme étant facteurs de coûts, elles sont désignées comme les premières cibles de l'Etat pour réduire les déficits. Parmi elle, le Département, a souvent été visé comme un échelon à réduire, voire à supprimer.

De plus, les actions du Département sont souvent méconnues des citoyens car pour certaines indirectes. Dans ses missions et ses relations avec les usagers, existe souvent un intermédiaire du Département : transport avec un transporteur privé, social avec les CCAS, etc. Cela provoque une méconnaissance du rôle du Département alors que paradoxalement nous sommes l'une des collectivités qui touchent tous les âges de la vie.

Face à ces attaques répétées, le Département a su se repositionner en garant des solidarités territoriales et sociales, il fallait le faire savoir.

Une stratégie de campagne positive basée sur l'humain

La campagne se veut fondamentalement positive : elle ne porte pas de message négatif sur la collectivité ni son avenir, mais fait au contraire le pari d'une valorisation de son image.

Pour ce faire, la campagne joue sur l'effet de surprise en créant un décalage entre ce que l'observateur imagine et la réalité du terrain. Ainsi, sont mis en valeur les termes « La plus grande cuisine de l'Isère », « Le premier réseau social de l'Isère ». Les observateurs sont alors positivement surpris de découvrir l'importance du Département. Ce décalage de perception est efficace pour capter l'attention et favoriser la mémorisation de la campagne.

Enfin, la campagne capitalise sur l'humanité de chaque agent du Département. Leur présence permet d'incarner la collectivité de manière immédiate. Tous volontaires, les 18 agents mis en scène dans leur vie professionnelle quotidienne permettent d'humaniser le Département et mettre en chair directement le rôle du Département dans la vie des usagers.

**Jean-Christophe
fait partie
de la plus
grande cuisine
de l'Isère !**

Jean-Christophe,
cuisinier au collège
Le Callaud
à La Tour-du-Pin

Le Département gère et entretient 96 collèges publics en Isère.
À ce titre, il élabore chaque jour **37 000 menus...**
Il est ainsi le plus grand fournisseur de repas en Isère !

**Jean-Christophe, Philip, Aurore
et les autres...**

isère
LE DÉPARTEMENT



www.isere.fr

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Une campagne multi-canal avec un focus spécial en interne

La campagne va se déployer à partir du mardi 17 octobre prochain sur une période de 4 semaines. Elle repose sur deux volets, externe et interne.

En externe, la communication s'appuiera sur un dispositif d'affichage urbain modulé entre sud et nord du département. Grâce à ce ciblage sélectif, relativement peu usité par les collectivités, les agents travaillant dans une partie du département verront leur portrait diffusé sur les zones dans lesquelles ils travaillent. Les 18 portraits d'agents étant originaires de différentes parties du département.

En plus d'un achat média en PQR, le dispositif reposera aussi sur l'utilisation des moyens numériques avec une campagne sur les réseaux sociaux et la promotion de post sur Facebook.

Une attention particulière sera accordée à la communication interne. Une vidéo teasing est disponible sur l'Intranet depuis la semaine dernière et un message a été diffusé aux 4630 agents pour annoncer la campagne. De plus, un exemplaire du Dauphiné Libéré du jour leur sera envoyé sur leur lieu de travail dans lequel ils pourront découvrir leurs collègues et leur métier expliqués à des centaines de milliers de lecteurs. Enfin, une exposition itinérante fera le tour des Maisons du Département (services déconcentrés de l'administration centrale) pour montrer en proximité aux agents la campagne.

Retrouvez nos agents sur notre chaîne [YouTube](#)