

Edition Abonnés - Val de Marne

ÉCONOMIE

Un clip qui veut vendre le département

Il dure deux minutes quarante-cinq et alterne des images de Paris et du Val-de-Marne. Voici le clip* lancé par l'agence de développement économique du Val-de-Marne. Son objectif, séduire les investisseurs étrangers à travers une présentation rapide et dynamique du territoire. Fini les réalisations institutionnelles, souvent poussiéreuses et ennuyeuses. « On a cherché le décalage, explique Joël Gayssot, directeur général de l'agence. On voulait se différencier tout en montrant l'attractivité de notre territoire. » Et, dans cette campagne de séduction, c'est résolument vers le Grand Paris que l'agence de développement se tourne. Avec un message : « Paris - Val-de-Marne, porte sud-est du Grand Paris ». Un petit paradoxe, alors que l'exécutif départemental se bat bec et ongles contre le projet imaginé par Christian Blanc, secrétaire d'Etat chargé par Nicolas Sarkozy de réfléchir au

développement de la région capitale. Des emblèmes parisiens apparaissent aussi « Il y a la position politique et celle économique, justifie Joël Gayssot. Depuis notre création, il y a cinq ans, l'agence a pris le parti de se présenter comme Paris - Val-de-Marne. Et puis, il y a aussi différentes manières d'imaginer le Grand Paris. » Au milieu des symboles val-de-marnais, comme le MIN de Rungis, l'aéroport d'Orly, l'Institut Gustave-Roussy de Villejuif, le MAC/Val de Vitry ou encore la navette fluviale Voguéo, le clip incruste des emblèmes parisiens et notamment la vieille dame qu'est la tour Eiffel, la cathédrale Notre-Dame, l'Arc de Triomphe ou encore le métro. Des lieux connus dans le monde entier. Avec des messages clairs, écrits en anglais, pour vanter les spécificités du Val-de-Marne : « L'aéroport d'Orly, c'est 150 destinations dans 40 pays », « Rungis, le plus grand marché de produits frais au monde » ou

encore : « Le coût de location de bureaux neufs le plus compétitif ». « Les collectivités autour de Londres ou de Berlin agissent de la même manière, assure Joël Gayssot. Etre à proximité de la capitale est une vraie chance, il faut en profiter. » Le clip sera diffusé lors des réunions ou des rencontres avec de futurs investisseurs mais également sur les réseaux sociaux. Principales cibles : les investisseurs anglo-saxons et chinois mais aussi espagnols et italiens. Avec un slogan : « Parce que l'avenir est un lieu... choisissez Paris - Val-de-Marne! ». *www.valdemarne.com.

V.V.