

# Le sceau de l'excellence

Le conseil économique, social et environnemental de Colmar a dévoilé hier au conseil municipal un nouveau label pour promouvoir les atouts de la ville via ses entreprises.

« **A** yons une communication unique et partagée et osons chasser en meute! ». Véronique Mura, la présidente du Conseil économique, social et environnemental de Colmar (CESEC), a adopté un ton percutant et un rythme enlevé, hier soir devant le conseil municipal, pour dévoiler le nouveau label « Colmar Excellence » sur lequel a planché le « think tank » colmarien. La présentation, savamment étudiée, tenait en 6 minutes et 40 secondes chrono (20 secondes de commentaire pour chacune des 20 diapositives), selon les préceptes du « Pecha Kucha », une méthode de communication nipponne.

« Colmar doit communiquer sur son leadership économique »

Anglicismes à volonté, formules chocs, images de pouces levés... Le conseil municipal prend ce soir des airs de grand-messe de la « comm' ». La cible ? Promouvoir Colmar, ses infrastructures, son cadre de vie et ses savoir-faire, au niveau national et international, via les entreprises locales. « Colmar a été une révélation touristique, elle doit à présent communiquer sur son leadership économique », estime M<sup>me</sup> Mura, pour qui le label doit « accroître la visibilité de nos filières d'excellence ». Il s'agit donc d'élaborer « un langage commun » que les por-



Pour présenter le label « Colmar Excellence », Véronique Mura (à g.), la présidente du CESEC, a opté pour une présentation volontairement percutante. PHOTO L'ALSACE/CLÉMENT TONNOT

teurs du label exporteront lors de salons professionnels, colloques, meetings. Avec à la clé, espère-t-on, de potentiels investissements. Le label veut illustrer les atouts de la ville selon cinq thématiques : un positionnement au cœur du marché européen, un cadre de vie de qualité, une ville touristique, un tissu dense en matière d'enseignement et de recherche et un haut-lieu de gastronomie. Bref,

une ville qui allie « tradition et innovation » et qui veut « capitaliser sur la qualité ». Le visuel élaboré par la graphiste Claire Naudin figure ainsi un sceau, gage « d'authenticité » et « d'intégrité », apposé sur le blason rouge et vert de la ville. Il s'enrichit de 3 étoiles en référence aux villes jumelles.

Si l'idée faisait son chemin, un comité d'attribution serait chargé

de décerner le label à des « leaders de l'excellence » : des entreprises qui incarnent la réussite, qui ont un « impact positif » localement, qui « véhiculent des valeurs » et qui feront rayonner les atouts colmariens au sein de leur réseau.

**Du « stampfel » au macaron**

Le CESEC imagine une cérémonie annuelle de remise du label, parainée par « une personnalité du



Le label élaboré par la graphiste Claire Naudin. DR

monde économique », la création d'un site internet, voire une déclinaison du « stampfel »... sous forme de macaron pâtisseries pour « éveiller les papilles et la curiosité ». Une référence à Pierre Hermé ?

Sur le fond, le CESEC adosse cette campagne de communication au lancement d'une nouvelle dynamique économique : il s'agirait notamment de dénicher les porteurs de projets grâce à un « benchmarking percutant » ou encore de redynamiser les relations économiques avec les villes jumelées.

« Le CESEC l'a rêvé, ce label, aujourd'hui nous vous le transmettons et lui souhaitons longue vie », conclut Véronique Mura, devant un Gilbert Meyer, ravi, qui saluera « un bon travail qui ne sort pas de la manche ». Mais qui lui emprunte quelques effets...»