

*Métropole* / JARDIN BOTANIQUE

## Un défi qui fait lien

Les 10 microarchitectures réalisées lors de Défis du Bois 3.0 sur le Campus de l'Enstib à Epinal ont pris place dans le Jardin Botanique Jean-Marie Pelt. Elles sont le symbole fort du **FAIRE ENSEMBLE**. Imaginées et réalisées par des étudiants de l'Ecole Supérieure Nationale d'Architecture de Nancy, d'ingénieurs de l'ENSTIB et de Compagnons du Devoir elles font le lien entre l'agglomération d'Epinal et la Métropole du Grand Nancy engagées ensemble au cœur de TIGA des Arbres, des Hommes et des racines pour demain. Quoi de mieux comme illustration de ce croisement de savoirs et de talents.

C.L.

Construire n'a de sens que si l'édifice s'inscrit dans un paysage. Les 10 micro-architectures des Défis 2018, achetées cette année par la Métropole du Grand Nancy sont faites sur mesure. Des œuvres fantastiques en bois plantées dans un jardin extraordinaire.



### ▶ QUEL PRIX

Le prix des Défis du Bois 3.0 2018 a été remis à Frédéric Pautz, directeur du jardin botanique sous le regard d'André Rossinot, François Werner, Pierre Mutzenhardt et Laurent Bléron, directeur de l'ENSTIB.

## Communauté de communes / MARKETING TERRITORIAL

# La belle image

En matière de marque de territoire, il y a autant de façon de faire que de collectivités. La communauté de communes d'Epinal a choisi de faire appel à des entreprises vosgiennes pour trouver une marque qui colle aux 78 communes. Et toutes de dire « on n'est pas bien là ? »



### ◀ LA CIME

La Cime, prix coup de cœur de La Semaine, domine le jardin et offre une vue grandiose sur la nature et la ville. Au milieu du verger, elle appelle à la méditation et à la contemplation.



« On n'est pas bien là, au frais ? » Michel Heinrich, maire d'Epinal et président de la Communauté d'Agglomération ne boude pas son plaisir de présenter la toute nouvelle marque de territoire dans la salle des boiseries de la bibliothèque où la clim est réglée à 17 °C. « On n'est pas bien là ? », est un slogan qui claqué. Pour que la recette soit un succès, les élus de l'agglomération ont fait appel à des entreprises du territoire pour créer une marque pertinente. Une étude auprès des habitants mais aussi à l'extérieur de l'agglomération et un questionnaire diffusé sur les réseaux sociaux a été menée par Flavie Najeau Communication. De cette étude sont nés la marque « Epinal la belle image », un logo, un slogan « On n'est pas bien là ? » déclinés sur une série de cartes postales et dix films réalisés par LeNevé.com, Supermouche Production, Pink Design et Dominique Marotel, toutes et tous vosgiens et amoureux de leur terre.

### L'étang de Bouzey

Au milieu d'une piscine à l'eau cristalline, les deux céistes Gauthier Klaus et Matthieu Péché barbotent dans une bouée flamant rose. Avec un accent vosgien bien marqué l'un d'eux questionne : « On n'est pas bien là ? ». La caméra s'éloigne et on découvre les deux athlètes aux thermes de Bain-les-Bains. Sur la photographie d'un magnifique château une question : « Versailles ou Chambord ? Il s'agit du splendide château des Brasseurs à Xertigny. Une autre prise de vue aérienne a été faite au-dessus de l'étang de Bouzey et ses airs de plage des caraïbes. « Aucune photo n'a été retouchée », souligne Michel Heinrich. **L'agglomération qui regroupe 78 communes ne s'est pas inventé une image factice ou misé sur un simple concept fumeux. Elle a simplement valorisé l'existant avec une touche d'humour en plus.**

Comme dans les histoires d'amour, à se voir de trop près on ne se voit plus. **Il suffit de prendre à nouveau de la hauteur pour provoquer l'étincelle.** L'idée est de retrouver la fierté de ce territoire riche de sa nature, de son patrimoine, de sa culture et de son cadre de vie. Un creuset idéal pour faire germer les initiatives et les actions audacieuses. « L'envie d'une



### FAIRE CAUSE COMMUNE

En 2018, artistes, sportifs ou simples habitants du territoire ont été mis à contribution, dans le plus grand secret, pour la réalisation des supports de promotion. Des sportifs, des chefs d'entreprise, des Spinaliens petits ou grands, des habitants des 78 communes embarquées dans cette aventure.

marque, ce besoin pour le territoire est né bien avant la création de l'agglomération. La Vie en Vosges est la marque du département, nous avons besoin d'une visibilité pour l'agglomération », ajoute Michel Heinrich.

### 54 000 autocollants

Les cartes postales sont d'ores et déjà disponibles dans les offices de tourisme ainsi qu'au sein de l'ensemble des communes et de leurs équipements. 54 000 autocollants vont être distribués et presque autant de sous-bocs dans les cafés.

« Mon amour pour le territoire prend ici tout son sens. A chacun aujourd'hui de s'approprier et faire vivre cette marque », explique émue Flavie Najeau.

**Sur les réseaux sociaux et le #onest-pasbienla, les photos affluent.** On y voit des cyclistes avec le logo sur leur vélo, des entreprises du secteur ayant déjà adopté la marque sur leur site internet. A chaque commune de faire sienne cette belle identité. « Il y a eu débat entre élus c'est évident. La communauté d'agglomération est naturellement identifiée par la ville d'Epinal. Mais il

faut sortir de ces guéguerres d'arrière-garde et œuvrer pour l'intérêt commun », poursuit Michel Fourrier, maire des Voivres.

Là où la région Lorraine n'a pas su trouver de consensus en cherchant à tout prix une image des quatre départements sans jamais trouver son ADN, là où le territoire se retrouve avec une gare TGV et un aéroport pile entre deux métropoles, la communauté d'agglomération d'Epinal a trouvé le ton juste. **Epinal la belle image est véritablement une évidence.**