



## Le Pays de Grande Sologne veut attirer les franciliens

Une campagne de communication à la télévision et sur les réseaux sociaux est en cours pour attirer de nouveaux habitants sur le territoire du Pays de Grande Sologne.

« Changez de vie pas de travail », « Vous recherchez un logement plus grand ? Une meilleure qualité de vie ? Un cadre de vie plus proche de la nature ? », « Ce que la Sologne vous offre : quitter l'Île-de-France pour un territoire plus paisible, avec un haut niveau de services et proche de la région parisienne ». Telles sont les accroches de la campagne de communication du Pays de Grande Sologne\* qui se déroule en ce moment sur LinkedIn et Facebook. Un spot est aussi diffusé jusqu'à mi-juillet sur BFM, LCI et CNEWS. Autres arguments mis en avant : le territoire se situe à 1h30 de Paris, à 30 minutes d'Orléans, il est desservi par trois autoroutes et trois gares, des parcs d'activités et espaces de coworking se développent, la connexion à la fibre dès 2021, mais aussi des services publics de qualité (crèches, écoles, services de santé). « C'est une idée qui a écloé pendant le confinement mais qui a été semée depuis quelques temps à travers nos projets politiques de développement du territoire », explique Pascal Bioulac, président du Pays de Grande Sologne, de la Communauté de communes Cœur de Sologne et maire de Lamotte-Beuvron. La crise sanitaire a accéléré le déploiement du télétravail et beaucoup de franciliens ont trouvé refuge pendant le confinement dans leurs propriétés en Sologne. « L'idée était donc de profiter de cette période pendant laquelle les gens cherchent à mieux vivre pour valoriser nos atouts et pourquoi pas basculer en ruralité de Sologne », ajoute Pascal



Bioulac. Dès fin mars, le Pays de Grande Sologne a travaillé à la promotion de son territoire à travers un film avec une version longue pour les réseaux sociaux et une courte pour la télévision diffusé jusqu'à mi-juillet (à voir ici : [www.linkedin.com/company/syndicat-mixte-pays-de-grande-sologne](http://www.linkedin.com/company/syndicat-mixte-pays-de-grande-sologne) et sur [www.facebook.com/paysgdsologne](http://www.facebook.com/paysgdsologne)). Il vise les jeunes actifs urbains qui ont un métier pouvant être exercé en télétravail, susceptibles de chercher une meilleure qualité de vie en s'installant en Sologne. En parallèle, la marque Sologne lance aussi une campagne d'affichage. Chaque année, le parc équestre fédéral de Lamotte-Beuvron attire 1 million de visiteurs et Center Parcs est le premier hébergeur du département. « Cela permet au tissu commercial

de tenir la route et la chambre régionale des notaires a constaté une augmentation sensible de la création de SCI locatives, pourtant, la Sologne est un peu oubliée comme destination touristique... », souligne Pascal Bioulac avant de conclure : « Nous travaillons ensemble, mais aussi avec le Conseil départemental et l'Agence d'attractivité, ainsi que la Région pour toucher différents publics ».

C.C-S

\* Le Pays de Grande Sologne s'appuie sur un syndicat mixte composé de 25 communes, 3 communautés de communes (Sologne des Étangs, Cœur de Sologne et Sologne des rivières) et du Conseil départemental de Loir-et-Cher.



### Stratégie de communication gagnante ?

La stratégie de communication du Pays de Grande Sologne avec de la sponsoring ciblé semble bien fonctionner sur les réseaux sociaux. « En une semaine, sur LinkedIn, la vidéo a fait 26 000 vues et 124 000 sur Facebook », indique Adeline Kanengieser, directrice du Pays de Grande Sologne, avant de détailler : « Nous ciblons les salariés CSP et CSP+ qui peuvent télétravailler et il ressort déjà des statistiques que les personnes qui ont aimé nos publications sont à 90 % salariés et travaillent dans le commerce, la vente, les finances ou la publicité ». Cette campagne de marketing territorial fait partie d'une stratégie globale menée avec la marque Sologne. L'objectif étant dans un premier temps d'attirer de nouveaux visiteurs sur le territoire qui pourraient ensuite faire le choix de s'installer durablement en Sologne.