

MANAGEMENT Communication

"Made in Jura": le label du développement local

Conseil général du Jura (250 000 habitants)

Président : Gérard BAILLY

Objectif :

Changer l'image du Jura qui souffre de son caractère essentiellement rural et de l'apparente rudesse de son climat.

Favoriser l'un de ses domaines d'excellence : l'économie, caractérisée par une importante présence industrielle (lunettes, bois, jouets,...), un faible taux de chômage, des savoir-faire anciens et originaux, sa capacité à innover et une bonne utilisation des nouvelles technologies.

Démarche et contenu :

Création d'un **logo « Made in Jura »**

Grand Prix « Made in Jura » : 39 entreprises mises en valeur dans le **livre** Made in Jura, tiré à 10 000 exemplaires en français et en anglais.

Un **Salon « Made in Jura »** 110 entreprises ont exposé leurs savoir-faire, 35 000 visiteurs

Un réseau de conseil et d'assistance aux **jeunes créateurs**

Un **site Internet** www.madeinjura.com, portail des entreprises jurassiennes

Présence de « Made in Jura » sur tous les salons professionnels, expositions, grands événements.

Pour le passage du **Tour de France** : 5000 drapeaux « Made in Jura », gonflables géants, des dizaines de personnes avec T shirts « Made in Jura » et une importante campagne de presse.

Budget :

Deux personnes en interne plus un graphiste indépendant.

Budget annuel 150 000 €.

Le livre, le Grand Prix, le Salon seront reconduits en 2006, 74% des entreprises s'étant déclaré satisfaites et 30% des exposants ayant déclaré avoir traité des affaires. Les autres actions sont continues.

Le logo est repris spontanément par de nombreuses entreprises sur leurs produits