



TERRITOIRES “Porter haut les couleurs et les valeurs de l’Auvergne. Et dire toute la fierté des Auvergnats.”

Une marque pour que l’Auvergne se démarque !



Natif de Lyon, le président de Région, attaché à l’Auvergne, a souhaité “porter haut les couleurs et les valeurs de l’Auvergne. Et dire toute la fierté des Auvergnats”. Il a confié cette mission à un Cantalien.

Non, les quatre départements auvergnats ne seront pas noyés parmi la douzaine qui composent la grande région, pilotée depuis la puissante métropole lyonnaise. La “marque Auvergne”, pensée pour faire valoir des atouts spécifiques, va veiller à une visibilité accrue de nos territoires depuis la capitale régionale. Une volonté affichée par Laurent Wauquiez qui a confié sa mise en œuvre à une association présidée par un chef d’entreprise du Bourbonnais, Philippe Laurent⁽¹⁾. À ses côtés, à la demande du président de Région, c’est un Cantalien qui a été missionné pour coordonner différents acteurs autour de la volonté d’être “efficaces,

cohérents et pragmatiques” : François-Xavier Montil. C’est à lui que l’on doit déjà le succès de la marque rouge Cantal-Auvergne⁽²⁾ qui a contribué à conforter ou faire renaître un sentiment d’appartenance et de fierté à un terroir, aux produits qui en sont issus, aux hommes qui l’habitent.

Une première à Paris

Cette même recette, appliquée à l’Auvergne toute entière, constitue un premier axe de travail de la “marque Auvergne”. Le deuxième axe s’appuie sur le savoir-faire d’entreprises dont Michelin ou Limagrain, mais aussi le Comité interprofessionnel des fromages (Cif) ou même le Stade aurillacois ! Enfin, François Xavier-Montil entend bien

faire jouer “le réseau d’Auvergnats” et a déjà mobilisé en octobre à Paris - dans un établissement au nom prédestiné, l’Ambassade d’Auvergne - : l’Auvergne business club, le cercle d’Auvergne, le jeune cercle des Auvergnats de Paris, la ligue d’Auvergne et l’Auvergne press club, qui renaît de ses cendres et auquel appartiennent notamment Hervé Mathoux de Canal foot ; Philippe Morand du service politique de TF1 ; Marc Maury, speaker du Stade de France et de Roland-Garros ; Fanny Agostini qui présente désormais Thalassa...

“C’est la première fois que ces cinq réseaux se retrouvent. Et c’est sous la bannière de la marque Auvergne”, se félicite celui qui a su fédérer et espère bien continuer à “favoriser des rencontres”, avec toujours l’intérêt et la promotion des terres d’Auvergne et de ses produits.

R. SAINT-ANDRÉ