

De la breillienne attitude...

Date : 12 mars 2014

J'ai tout récemment 2 fois fait référence à Jean de Legge sur ce blog :

- à propos de l'ouvrage "[Les propagandes nécessaires](#)" paru le mois dernier
- à propos de l'interview paru dans la très belle revue sur tablette "[Au fait](#)"

En complément, je vous invite à prendre connaissance de l'article que lui consacre ce mois-ci "Le Mensuel de Rennes", qui a secondairement l'amabilité de citer le sondage que j'ai réalisé sur la question du "gentilé" (un mot impropre pour désigner ce qui n'est pour l'instant qu'une simple marque industrielle et commerciale déposée auprès de l'INPI à grand frais), un sondage dont [les résultats sont toujours par ici](#).

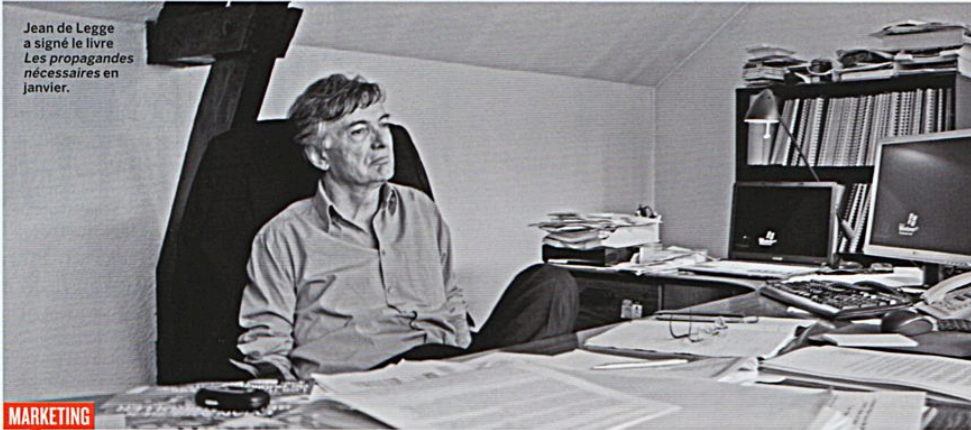
Je suis heureux de pouvoir partager aujourd'hui le point de vue de Jean de Legge, parce qu'il me paraît procéder d'une réflexion de communicant d'un tout autre niveau que celle du pseudo publicitaire appointé par le Président du Conseil général d'Ille-et-Vilaine dans des conditions véritablement abracadabrantes qui me laissent une impression assez sordide.

Parmi les points communs, vous noterez que je ne fais pas non plus partie des opposants au socialisme local.

Un bémol à ma satisfaction, toutefois : je dois admettre à la lecture de cet article que ce blog que vous avez la gentillesse de fréquenter n'a malheureusement pas (encore) la notoriété que j'aimerais qu'il ait. Mais ça va venir !!!... :-)

[cliquer pour agrandir et si besoin utiliser la loupe](#)

Jean de Legge a signé le livre *Les propagandes nécessaires* en janvier.



MARKETING

L'EX-DIRCOM DE RENNES MÉTROPOLE N'A PAS LA BRETILLIENNE ATTITUDE

Dans un livre paru en janvier, Jean de Legge, ancien directeur général de la communication de Rennes et de Rennes Métropole, étrille la création du gentilé « bretilien » et la Marque Bretagne.

Pour Jean de Legge, la pilule bretilienne a du mal à passer. Dans son livre *Les Propagandes nécessaires* (Le Cherche-midi), paru en janvier, l'ancien directeur de la communication de Rennes et de Rennes Métropole, retraité depuis moins d'un an et auréolé du Grand prix 2013 de la communication publique, pousse un coup de gueule contre les dérives du marketing territorial. Il pointe du doigt la création en juin 2013 du nouveau gentilé des habitants d'Ille-et-Vilaine, baptisés « Bretiliens ».

Jean de Legge déplore une « instrumentalisation de la demande identitaire » et incrimine la méthode employée par le conseil général. En cause : le comité « recruté *ad hominem* sur des critères idéologiques » par le publicitaire Jacques Delanoë. Douze experts (dont un joueur de foot, un cuisinier et une navigatrice) étaient chargés de choisir les noms à soumettre aux élus. « Personne ne s'est moqué du titre d'expert et d'expert en quoi, personne n'a trouvé utile de remarquer la contradiction entre le principe même d'un comité d'experts

et le concept de représentativité de la population, personne n'a remis en cause le fait que douze personnes ne peuvent être représentatives d'une population ou d'un territoire », écrit Jean de Legge. Il oublie que d'autres voix discordantes se sont exprimées sur le sujet. Notamment celle de Patrick Jehannin, ancien directeur du CHU de Rennes, qui a effectué un sondage auprès de 1 000 internautes. 80% d'entre eux désapprouvent la nouvelle appellation.

« À QUAND UN HYMNE DÉPARTEMENTAL ? »

Jean de Legge va plus loin en dénonçant ironiquement la nouvelle posture de « chef de famille » adoptée par Jean-Louis Tourenne, président (PS) du conseil général. « Cette mue ravive des souvenirs, celui du chef de famille en son fief, du suzerain sur ses terres ou encore du chef totemique, protecteur de la tribu et porteur de la manne des ancêtres. » Et l'auteur de s'interroger : « À quand un hymne départemental ? »

Le conseil régional n'est pas en reste.

Cette fois, c'est la Marque Bretagne qui est esquincée. Ce vecteur économique de la fierté régionale, créé en 2011, prend selon lui une forme « assez fruste ». Il énumère au passage les nombreuses « valeurs positives » attribuées aux Bretons et déplore le procédé : « L'évolution récente des filières bretonnes devrait rappeler que l'expulsion des contradictions sociales dans des congratulations identitaires ne tient pas lieu de stratégie économique. Il serait bon que les élus attendent moins de bénéfices politiques des légendes régionales. »

Cette posture critique, voire acerbe, envers le marketing territorial de collectivités dirigées par le PS est d'autant plus surprenante que Jean de Legge ne fait pas vraiment partie des opposants au socialisme local. Proche du maire de Rennes, Daniel Delaveau, il a été engagé par celui-ci en 2010 pour diriger un service très stratégique. Contacté, l'intéressé n'a pas souhaité préciser son point de vue, refusant « d'entrer dans une polémique avec les conseils généraux et régionaux ». ● Solenne Durox