

Voici un an, jour pour jour...

Date : 18 avril 2014

Il me semble avoir déjà démontré que [rien d'autre que des convenances personnelles ne peut justifier l'attribution à Jacques Delanoë du marché](#) de création et de lancement du gentilé d'Ille-et-Vilaine, qui lui a été dévolu - sans publicité, ni mise en concurrence - pour un montant de 17.940 euros le 18 avril 2013.

Ce choix de prestataire, publiquement adoubé par le Président du Conseil Général Jean-Louis Tourenne dans les colonnes du quotidien Ouest-France dès le 16 janvier 2013

Pour cela, [Jean-Louis Tourenne veut s'appuyer sur le conseil de Jacques Delanoë](#), actuel n° 2 du Stade Rennais football club, et ancien patron de l'agence Euro RSG en Bretagne

s'inscrit dans le prolongement de la délibération du Conseil Général du 15 février 2013, dont voici de nouveau un extrait du rapport de présentation :

de noms. Cette personnalité pourrait également aider à médiatiser le nom une fois celui-ci adopté. Ce pourrait être Jacques Delanoë qui dispose de l'aura et du savoir-faire en matière de création de nom ([les Côtes d'Armor, c'est lui](#)) et de communication.

Or, à l'issue de très minutieuses vérifications de tous ordres, je suis aujourd'hui en mesure d'affirmer que **Jacques Delanoë n'a participé d'aucune manière, ni directement ni indirectement (ne serait-ce par exemple que par l'intermédiaire de collaborateurs), aux opérations de communication qui ont accompagné le changement de nom du département des Côtes d'Armor**, décrété le 27 février et publié le 8 mars pour prendre effet le 10 mars 1990.

A l'époque, le Département - qui avait confié à la société JQA (Jean Quémeneur et associés), pour une durée de trois ans, une « *mission de programmation et de coordination de la communication globale du Conseil Général* » en ce qui concerne ses opérations courantes - a fait appel à d'autres communicants pour accompagner son changement de nom.

Il s'est agi :

- **de la société TMO-OUEST** dirigée par Jean de Legge, pour la réalisation préalable d'une enquête d'opinion destinée à tester la notoriété des Côtes-du-Nord et à évaluer les contenus associés à Côtes-d'Armor (décembre 1989)

- **de l'agence conseil UNICOM** « chargée de mettre en œuvre une stratégie de communication d'événement devant aboutir à la connaissance par un maximum de Français du changement de nom » du département (spots TV de 15 secondes pendant 48 heures et sur 4 chaînes – insertions

en presse quotidienne régionale et nationale...), avec achat d'espace auprès de Concerto Media (une précision utile : la société UNICOM dirigée par Bernard BUONO, à qui a été confié le marché, était alors un concurrent direct de la société ETOILE BLEUE dirigée par Jacques Delanoë - les deux sociétés ne fusionneront que dix ans plus tard - au départ de Bernard Buono - pour constituer « Euro RSCG & Cie » qui sera initialement co-dirigée par Jacques Delanoë et Georges Beaume)



- d'une attachée de presse en région parisienne : Brigitte de Roquemaurel, « chargée de préparer et de sensibiliser les grands medias nationaux à l'événement » (avant, pendant et après)

- de l'agence conseil en communication « PETIT et PETIT », « chargée de mettre en œuvre les moyens de communication qui feront que chaque habitant du département sera informé et surtout

CITOYEN D'ILLE-ET-VILAINE

Rien n'oblige à adopter ce qui n'est qu'une marque industrielle et commerciale
<https://etreounepasetrebretillien.com>

motivé » (diffusion de vidéos dans les écoles, jeu organisé avec le concours de l'éducation nationale, diffusion d'affichettes dans les lieux publics, courrier personnel aux habitants...)

Prétendre - comme laisser dire - que Jacques Delanoë « *dispose de l'aura et du savoir-faire en matière de création de nom (les Côtes d'Armor, c'est lui)* » n'est par conséquent qu'une pure IMPOSTURE.

Voyez d'ailleurs vous-même :
[campagne de com 22](#)

([cliquer](#))

Un petit plus : [une véritable imposture](#)

PS : comme je l'ai déjà plusieurs fois indiqué, je suis bien entendu disposé à corriger sur le champ toute information qui serait erronée, et de manière à ce qu'il puisse exercer son droit de réponse en tant que de besoin, j'informe personnellement Jacques Delanoë de la teneur de ces propos.