

Je participe au
**JEU NATIONAL
ÉVÉNEMENT**



**RTL S'ASSOCIE AVEC VOS COMMERÇANTS
DE MONTLUÇON POUR LA VALISE RTL**

VENDREDI 12 DÉCEMBRE

RETROUVEZ-LA DANS VOTRE VILLE



En partenariat avec :



JEU ■ Aurélie l'a trouvée dans la boutique L'Âme du métal, place Piquand

La valise RTL en cadeau d'anniversaire

« Ça a été une matinée très sympathique ! »

Si Aurélie garde un bon souvenir de sa matinée de vendredi, c'est aussi qu'elle s'est très bien conclue pour elle. La Domératoise a en effet gagné la valise RTL. Elle l'a dénichée dans la boutique éphémère de la place Piquand l'Âme du métal par SE.ME.CO, à 13 h 30.

Comme pour tous les participants, la recherche d'Aurélie n'a pas été sans peine. « J'ai dit à l'antenne de RTL que j'avais fait 13 km dans la matinée, en fait, j'ai vérifié hier soir [vendredi soir], j'en ai fait 15 ! Bien que je n'habite pas loin, je ne connaissais pas toutes les petites rues de Montluçon et leurs commerces. Maintenant, c'est bon ! », confie en riant la Domératoise.

Une énigme compliquée

Habitué à écouter la station quand elle est en voiture, la mère de famille a jugé la première énigme de Montluçon plus compliquée que dans d'autres villes. Cette énigme donnée à l'antenne à 8 heures, avec un mot de passe, était « ce qui



BOUTIQUE. Amandine Vieira et Amélie Jacquinet ont remis la valise RTL à Aurélie. PHOTO FLORENCE FARINA

surveille, révèle ». « J'ai tout de suite pensé au vieux Château. Donc j'y suis allée mais elle n'était pas là. J'ai aussi longé les bords du Cher. Je pensais qu'il y avait peut-être un rapport avec les reflets de la rivière. Ce n'était pas bon non plus. »

La révélation s'est faite pour Aurélie avec la deuxième énigme donnée à 13 heures. « Là, il y avait tous les indices nécessaires. » Elle a ainsi remporté la valise qui contenait des bons d'achats chez les cinquante commerçants partenaires du jeu.

Un bon cadeau à la veille de son anniversaire. « C'était la première fois que je participais à un jeu comme celui-là. Je l'ai fait un peu par hasard. Mon fils m'avait dit que la valise RTL serait à Montluçon à vendredi. On se prend vite au jeu. C'est sympa. »

Du côté de la boutique L'Âme du métal, Amandine Vieira et Amélie Jacquinet ne regrettent pas non plus d'avoir participé à l'événement. « Nous avons su que nous aurions la valise RTL le 28 novembre. Au départ,

elle devait être au MuPop mais l'info avait fuité. Comme il fallait que ce soit un lieu près du château, nous avons été choisis », explique Amandine Vieira.

Différentes stratégies

Durant toute la matinée, Amandine Vieira et Amélie Jacquinet ont pu observer les différentes stratégies des participants. « Des personnes sont allées voir Nathalie Boyer, la couturière, or ce n'est pas la même boutique. D'autres sont venues chez nous mais sans le mot de passe, ce qui n'est pas la règle du jeu. Il y a aussi des gens qui ont juste regardé à travers la vitrine et sont repartis car ils ne voyaient pas de valise rouge », résume Amélie Jacquinet.

Après la diffusion de la deuxième énigme et de ses indices, Amandine et Amélie ont alors vu beaucoup de monde à la boutique. « Heureusement que nous n'avons pas fermé entre midi et 14 heures ce jour-là car il aurait été difficile pour nous de savoir qui était le premier arrivé si nous avions trouvé tous les participants devant la porte », soulignent-elles. ■

Florence Farina



Les secrets de la Valise RTL

MONTLUÇON Derrière la valise RTL, il y a des rendez-vous improvisés, des choix stratégiques et des coups de fil qui n'étaient pas prévus à l'agenda. Une histoire de coulisses, pas juste de cadeaux.

Pour la ville de Montluçon, la date du 12 décembre restera dans les esprits : derrière ce simple jeu se cache un vrai coup de projecteur national. De l'appel surprise de RTL à la tournée des commerçants, on est allé voir comment l'opération s'est construite, morceau par morceau, dans les couloirs de l'Office de tourisme.

MONTLUÇON CHOISIE POUR SA VISIBILITÉ

Tout commence par un appel. « On a été contactés par RTL il y a un mois et demi », raconte Anouk Marce, chef de projet « Promotion de la destination ». La radio cherchait 24 villes pour lancer une nouvelle version de sa célèbre valise, cette fois avec une chasse au trésor en centre-ville. Première question posée à RTL : pourquoi ici ? Réponse simple

: « leur bassin d'écoute est intéressant ». Pas de contrat, pas d'espace publicitaire négocié, juste un format identique pour toutes les villes.

Ensuite, il y a une petite négociation discrète. Chaque commune obtient une page sur le site RTL. « C'est nous qui avons choisi le renvoi vers l'ouverture du château des Ducs de Bourbon et l'exposition Doisneau », précise Anouk.

Ce détail dit beaucoup. Pour l'Office de tourisme, ce jeu n'est pas seulement un divertissement. C'est une façon de décider ce qu'on montre de la ville, de choisir l'image qu'on envoie à l'échelle nationale.

UNE OPÉRATION QUI SOUDE LES COMMERÇANTS

Puis il a fallu passer au concret. « On a

fait le tour des commerçants, un par un. » Une vraie tournée, porte après porte, appel après appel. Certains n'ont pas pu participer, parce qu'ils dépendent d'une chaîne nationale et n'ont pas la main sur les lots. Les indépendants ont été plus réactifs. « Chacun a mis ce qu'il pouvait et ce qu'il voulait. » Au final, quarante-neuf commerces ont dit oui.

Patricia, commerçante, s'en souvient très bien : « RTL, c'est toute mon enfance. Quand on m'a proposé, j'ai dit oui tout de suite. »

Les jours passent, la valise se remplit. « Elle est pleine, archi pleine. » Le contenu est gardé secret. Le lieu aussi. L'équipe a dû fournir une liste complète des lots et des partenaires à RTL pour la mettre en ligne avant l'événement.

Et les coulisses ne s'arrêtent pas là. Au milieu de l'opération, un autre appel.

« TF1 nous a contactés aussi. » La chaîne prépare un sujet « Week-end à... » diffusé en fin de JT de 13 h. Là encore, l'équipe se réunit, réfléchit vite. Le journaliste envoie un cahier des charges précis : un hébergement, un restaurant, une activité sportive, un lieu culturel, et quelque chose qui sort de l'ordinaire. « On a fait un brainstorming et on a proposé ce qu'on avait de plus atypique. » Montluçon a été retenue face à la ville de Grasse.

Ce que voit le public, c'est le jeu. Ce qu'il ne voit pas : cette idée simple mais exigeante : prendre une opportunité nationale, et en faire un levier local pour un centre-ville qui cherche à se faire remarquer autrement, avec ses commerces, ses histoires et ses surprises.

Charles Voisier