

RÉSULTATS



**1er Baromètre
Fierté  uvergne[®]**

ENQUÊTE EN LIGNE*

#auvergne #baromètre #identité #fierté

**Un baromètre dédié
aux Auvergnats et à l’Auvergne**

Juin 2023

Le premier baromètre dédié aux Auvergnats et à l’Auvergne



SOMMAIRE

- 1 - Le projet et sa méthodologie**
- 2 - Leur vision de l’Auvergne**
- 3 - Leur sentiment d’appartenance et d’attachement à l’Auvergne**
- 4 - Leur fierté et leur engagement envers l’Auvergne**
- 5 - L’analyse par population**
- 6 - Des pistes de travail**

La marque Auvergne conduit des actions pour faire exister et rayonner l'Auvergne à l'échelle régionale et nationale. Son Président, M. Pierre DESPRAT a souhaité mesurer, avec méthode et objectivité, la fierté et l'engagement des Auvergnats envers leur territoire.

C'est l'objet de cette collaboration inédite conduite par la marque Auvergne avec le CleRMA, Laboratoire de recherche en management commun de l'Université Clermont Auvergne et de l'ESC Clermont Business School.

La méthodologie :



3 questionnaires adressés aux Auvergnats

Elaborés par le Laboratoire de recherche CleRMA/ESC Clermont Business School en collaboration avec des chercheurs de l'Université Métropolitaine de Toronto et de l'Université de Chicago Illinois selon des méthodes scientifiques éprouvées.



Mise en ligne des questionnaires

Dans le calendrier suivant : Q1 en juillet 2022, Q2 en octobre 2022 et Q3 en mars 2023.



Appel à mobilisation

Mobilisation de nos adhérents, par nos réseaux sociaux et un relais dans La Montagne.

Des volontaires :

En 15 jours, + 2 500 répondants. Une belle mobilisation !

Une base estimée suffisante par les chercheurs pour conduire ce 1er baromètre.



Nos objectifs

À court terme

- Identifier les leviers permettant de renforcer l'identité et ce sentiment,
- Identifier les leviers permettant de renforcer leur engagement pour notre territoire.

À moyen et long termes

- Mesurer et comprendre la fierté des Auvergnats,
- Evaluer et comprendre l'engagement des Auvergnats pour leur territoire.

En résumé 1/2

La fierté auvergnate rend plus heureux, cultivons-la !

Le **1er baromètre scientifique dédié à la fierté des Auvergnats** a livré ses résultats. Initié par l'association **marque Auvergne** en collaboration avec le **laboratoire CleRMA** et l'**ESC Clermont Business School**, l'objectif était simple : mesurer avec méthode la fierté des Auvergnats et comprendre leur attachement et leur engagement pour l'Auvergne.

Coordonné par Arnaud BANOUN, enseignant-chercheur à l'ESC Clermont Business avec le concours de chercheurs d'Amérique du Nord, ce baromètre a donné lieu à l'envoi de 3 questionnaires de juillet 2022 à mai 2023. **Plus de 2500 personnes ont répondu** au 1er questionnaire (et respectivement 1100 au 2nd et 1070 au 3ème).

Les **résultats majeurs** de cette étude révèlent que :

1- Les Auvergnats portent un regard protecteur sur l'Auvergne :

- 3 mots dominants pour qualifier l'identité auvergnate : la nature (94% des répondants), la tradition, la gastronomie, le terroir (91.5%), ainsi que la vie sportive et culturelle (67%).
- Une Auvergne à double détente : les Auvergnats qualifient l'Auvergne comme belle (98%), propre (74%), active (68%), forte (60%) mais aussi lente pour 25% des répondants.
- **Les Auvergnats sont soucieux de l'image de l'Auvergne (86% des répondants).** 62.5% déclarent être intéressés par ce que les autres pensent de l'Auvergne.
- **Un lieu unique pour les Auvergnats** : 51% estiment qu'aucun autre endroit ne peut être comparé à l'Auvergne !

2- Les Auvergnats ont un attachement fort à l'Auvergne :

- Un attachement très fort : **95% disent aimer beaucoup l'Auvergne.**
- 70% ont l'impression de faire partie de la famille des Auvergnats
- 72% pensent qu'être Auvergnat est une partie importante de ce qu'ils sont.
- **4 Auvergnats sur 5 déclarent être fiers d'être Auvergnats.** Ils sont d'ailleurs 87% à encourager les autres à venir en Auvergne.
- Des locaux bien installés et des expatriés sur le retour : 87% des Auvergnats ont l'intention d'y rester et 25% des expatriés de revenir prochainement. Une intention de revenir qui s'explique par l'adéquation des Auvergnats expatriés avec l'Auvergne (ils aiment ses paysages, son cadre de vie...) renforcée par leur attachement à des valeurs collectives (solidarité, famille, amitié).
- L'Auvergne compte autant que la France pour les Auvergnats : le sentiment d'appartenance à la communauté auvergnate est aussi fort que le sentiment de fierté envers la France.

En résumé 2/2

3- Les Auvergnats sont fiers et engagés, ce qui les rend plus heureux

- **La fierté auvergnate rend heureux** : la fierté auvergnate a un impact statistique positif sur le bonheur des Auvergnats. **L'attachement au territoire** (le fait de se sentir lié au territoire, d'y être engagé et solidaire) et **l'adéquation avec le territoire** (le fait d'aimer le territoire, ses paysages, son cadre de vie...) **sont les deux leviers majeurs de cette fierté auvergnate.**
- Des Auvergnats engagés dans la vie et la défense du territoire : 66% déclarent être engagés, 58% affichent des symboles de l'Auvergne à la maison comme au travail. 79.5% défendent l'Auvergne quand des personnes d'autres régions la critiquent. 60.5% ressentent le fait de critiquer l'Auvergne comme une insulte personnelle.
- Plus on représente et plus on « donne » à l'Auvergne = plus on est heureux. Autre lien statistique intéressant : le fait d'adopter une attitude d'ambassadeur envers l'Auvergne (c'est-à-dire la défendre quand d'autres l'attaquent, encourager les autres à venir la visiter) a un effet statistique positif sur le bonheur et l'épanouissement des Auvergnats.
- **L'attachement au territoire et l'identification à l'Auvergne, leviers majeurs de l'engagement pour l'Auvergne.** La clé pour rendre les Auvergnats plus ambassadeurs de l'Auvergne est de renforcer leur relation « affective » avec le territoire et également leur identification à l'Auvergne. Le sentiment de ressembler aux Auvergnats est également un accélérateur d'engagement.

4 - Les Auvergnats ont beaucoup de points communs, mais aussi des différences

- **Des locaux plus fiers, des expatriés plus attachés et ambassadeurs.** Les Auvergnats d'ici et d'ailleurs partagent une adéquation forte avec l'Auvergne. Les expatriés sont cependant plus attachés à l'Auvergne et sont de loin les meilleurs ambassadeurs. Les locaux quant à eux sont plus heureux et plus fiers de l'Auvergne.
- **Pour nos 4 départements, on constate un haut niveau de fierté et d'adéquation avec l'Auvergne.** Au rayon des différences, le Cantal et la Haute-Loire sont en tête en matière d'attachement, d'identification et de volontariat. Le Cantal ressort nettement du lot sur le comportement d'ambassadeur et la similitude perçue avec les Auvergnats. L'Allier apparaît en dessous sur plusieurs critères tels que la fierté, l'adéquation, le comportement d'ambassadeur. Le Puy-de-Dôme quant à lui est dans le milieu du classement sur la majorité des critères évalués.
- **Les valeurs collectives, point commun entre les auvergnats nés en Auvergne et en dehors.** Etre né en Auvergne a un impact très net sur la majorité des critères mesurés, les scores étant systématiquement plus élevés quand on est né en Auvergne. Cependant, le score est exactement le même en ce qui concerne l'attachement à des valeurs collectives. On constate également une adéquation très forte avec l'Auvergne chez ces deux populations.
- La seule différence entre les hommes et les femmes repose sur l'engagement, le volontariat et de manière générale, le comportement d'ambassadeur. Les hommes ressortant comme étant significativement plus ambassadeurs de l'Auvergne que les femmes.
- Il ressort que plus on prend de l'âge et plus on a le sentiment que l'Auvergne a une bonne image/réputation à l'extérieur. **Les plus jeunes et les plus âgés sont les plus ambassadeurs.**
Note très positive pour l'avenir de notre territoire, **les plus jeunes sont les plus fiers.**

De quoi appréhender l'avenir sereinement pour les amoureux de l'Auvergne !

LES PARTICIPANTS

Nombre

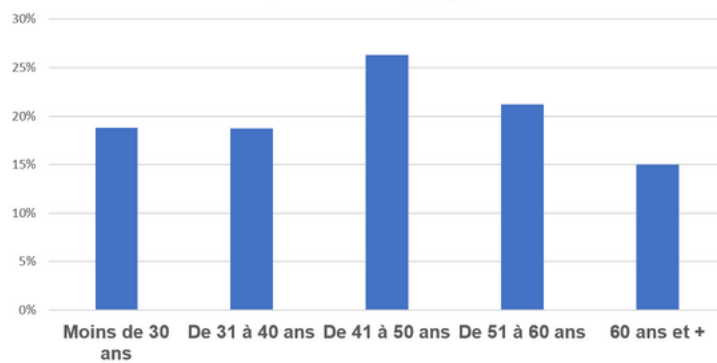


2 645 répondants à Q1
1 113 répondants à Q2
1 070 répondants à Q3

*Dont 856 répondants
aux 3 questionnaires*

Âge

Répartition des répondants
par tranche d'âge



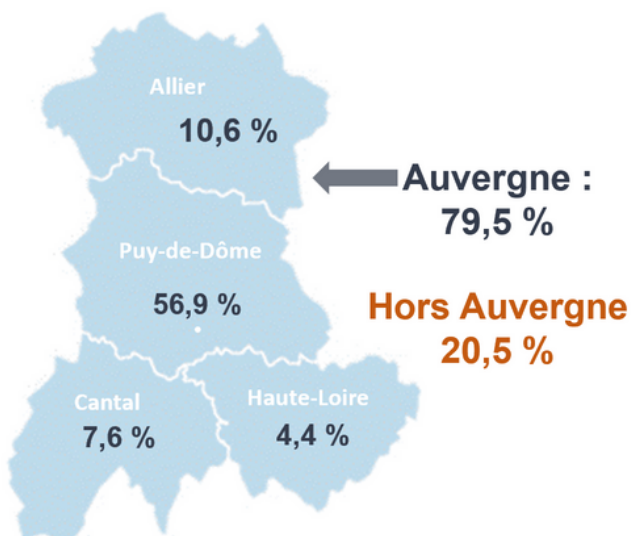
Genre



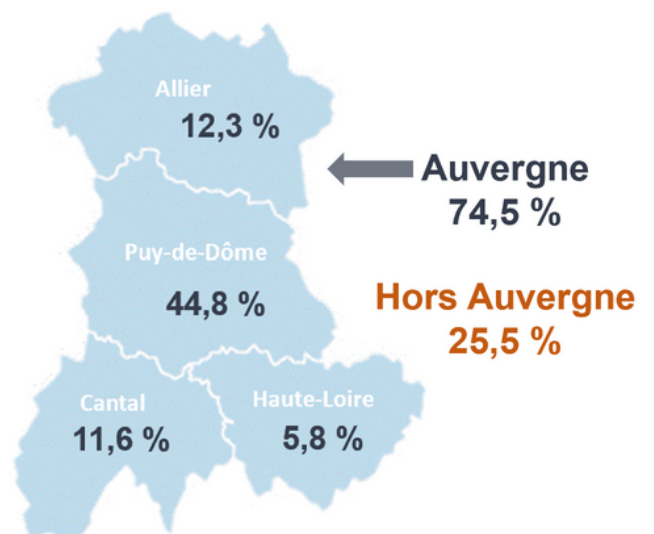
47,2 %

52,8 %

Lieu d'habitation des participants :



Lieu de naissance des participants :



LEUR VISION DE L'AUVERGNE

3 MOTS ASSOCIÉS À L'IDENTITÉ AUVERGNATE

LA NATURE **94 %** 

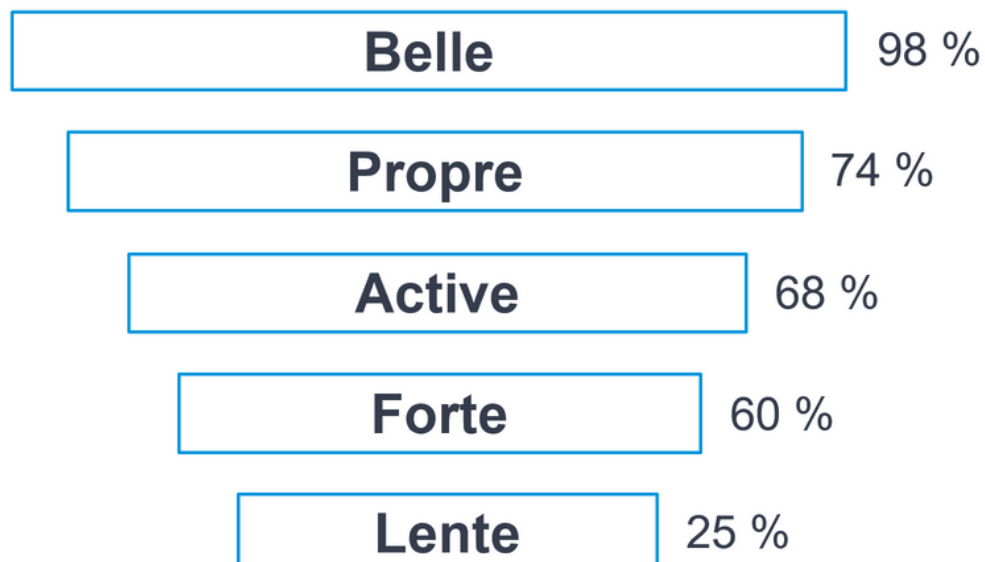
LA TRADITION, LA GASTRONOMIE, LE TERROIR

 **91,5 %**

LA VIE SPORTIVE
& CULTURELLE **67 %** 

LES ADJECTIFS ASSOCIÉS À L'AUVERGNE

L'Auvergne : « Une belle active qui prend son temps »



LEUR VISION DE L'Auvergne

DES AUVERGNATS SOUCIEUX DE LEUR AUVERGNE ET DE SON IMAGE

62,5 %

sont intéressés par ce que 
pensent les autres de l'Auvergne

86 % soucieux 
de l'image de l'Auvergne

87,5 % essaient 
de préserver l'Auvergne

L'Auvergne, un lieu unique pour les Auvergnats

51 % estiment qu'aucun autre endroit
ne peut être comparé à l'Auvergne !



LEUR SENTIMENT D'ATTACHEMENT ET D'APPARTENANCE À L'Auvergne

Auvergne, mon amour

95 %
disent aimer
beaucoup l'Auvergne



90 %
se sentent attachés
à l'Auvergne



Un attachement émotionnel à l'Auvergne particulièrement marqué

L'Auvergne, ma famille

80 % ressentent un fort
sentiment d'appartenance à l'Auvergne



81 %
utilisent "Nous" plutôt que "Ils"
quand ils parlent de l'Auvergne



70 %
ont l'impression de faire partie
de la famille des Auvergnats



LEUR SENTIMENT D'ATTACHEMENT ET D'APPARTENANCE À L'Auvergne

JE ME SENS AUVERGNAT(E) QUAND...



Verbatim les plus représentatifs :

« quand je rentre de vacances et que j'aperçois le Puy-de-Dôme et la chaîne des Puys qui me souhaitent un bon retour à la maison ! »

« quand je mange du Saint-Nectaire et de la truffade »

« quand je parle de ma région ailleurs en France ou à des visiteurs »

« Quand je supporte l'ASM »

« quand je suis dans les volcans d'Auvergne »

« quand je contemple le paysage »

L'Auvergne, mon ADN

72 %

pensent qu'être Auvergnats

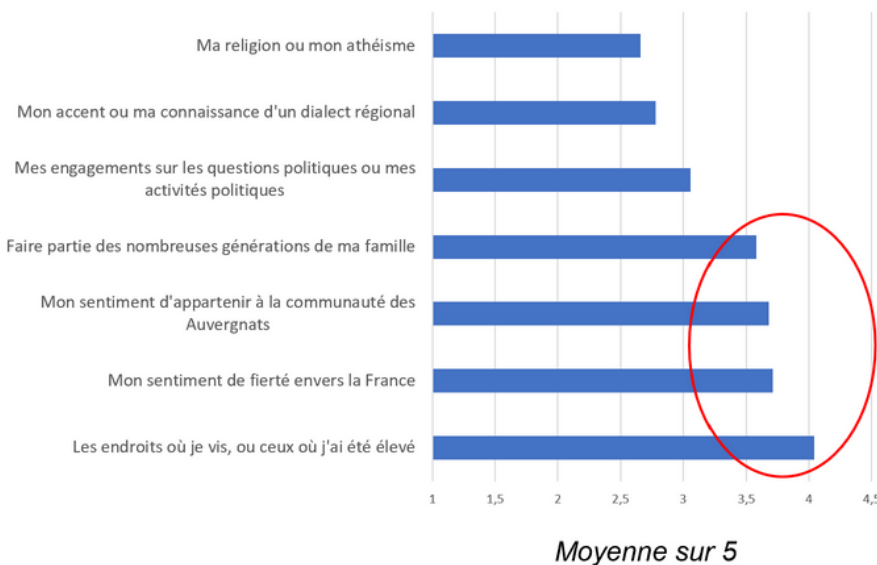


est une partie importante de ce qu'ils sont

LEUR SENTIMENT D'ATTACHEMENT ET D'APPARTENANCE À L'Auvergne

CE QUI COMPTE POUR LES AUVERGNATS

En quoi les points suivants sont importants dans votre vie :



Ce qui compte le + pour les Auvergnats :

- La famille, la « filiation »
- L'appartenance à la communauté auvergnate au même titre que la fierté envers la France
- Le(s) lieu(x) de vie d'hier et d'aujourd'hui

L'Auvergne, ma maison

87,5 %
disent considérer l'Auvergne
comme leur maison



88,5 %
disent que l'Auvergne leur
correspond comme lieu de vie



87 %
disent aimer
l'environnement familial de l'Auvergne



90 %
aiment ou aimeraient
vivre en Auvergne



LEUR SENTIMENT D'ATTACHEMENT ET D'APPARTENANCE À L'Auvergne

DES « LOCAUX » BIENS INSTALLÉS ET DES « EXPATRIÉS » SUR LE RETOUR

87 % ont l'intention
de rester en Auvergne



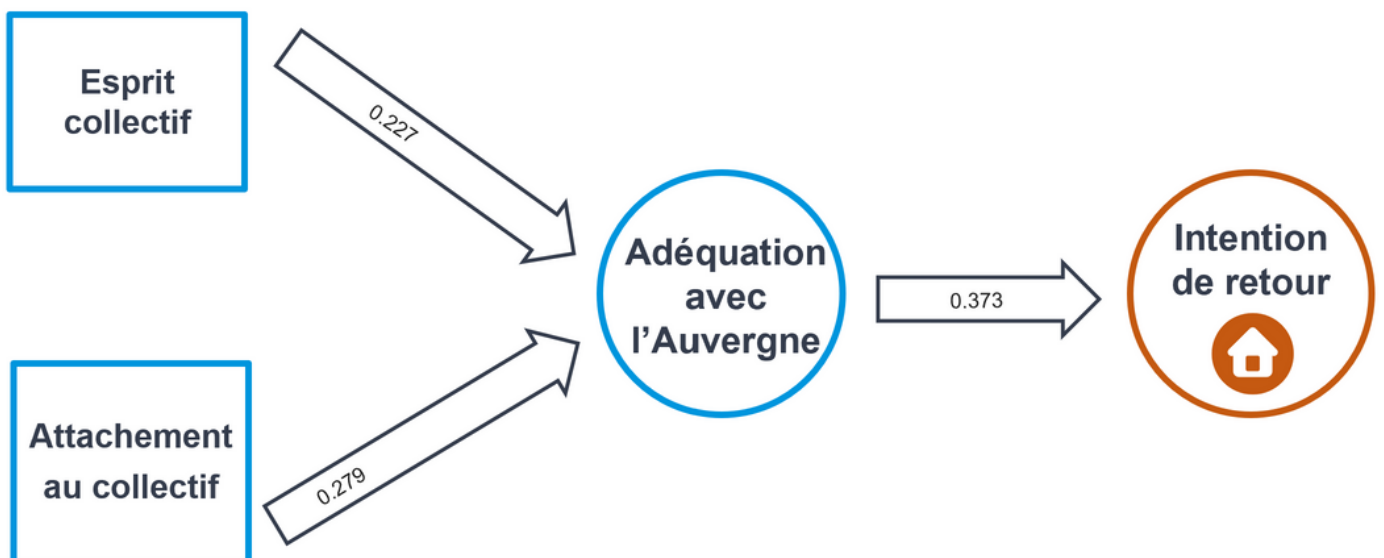
67 %
pensent que quitter l'Auvergne
a été ou serait trop difficile



25 % envisagent de revenir
s'installer en Auvergne prochainement



LE COLLECTIF, FACTEUR N°1 D'UN RETOUR EN AUVERGNE



LEUR FIERTÉ ET LEUR ENGAGEMENT ENVERS L'Auvergne

LES AUVERGNATS SONT DE FIERS AMBASSADEURS

4/5 sont fiers d'être Auvergnats !

80 %

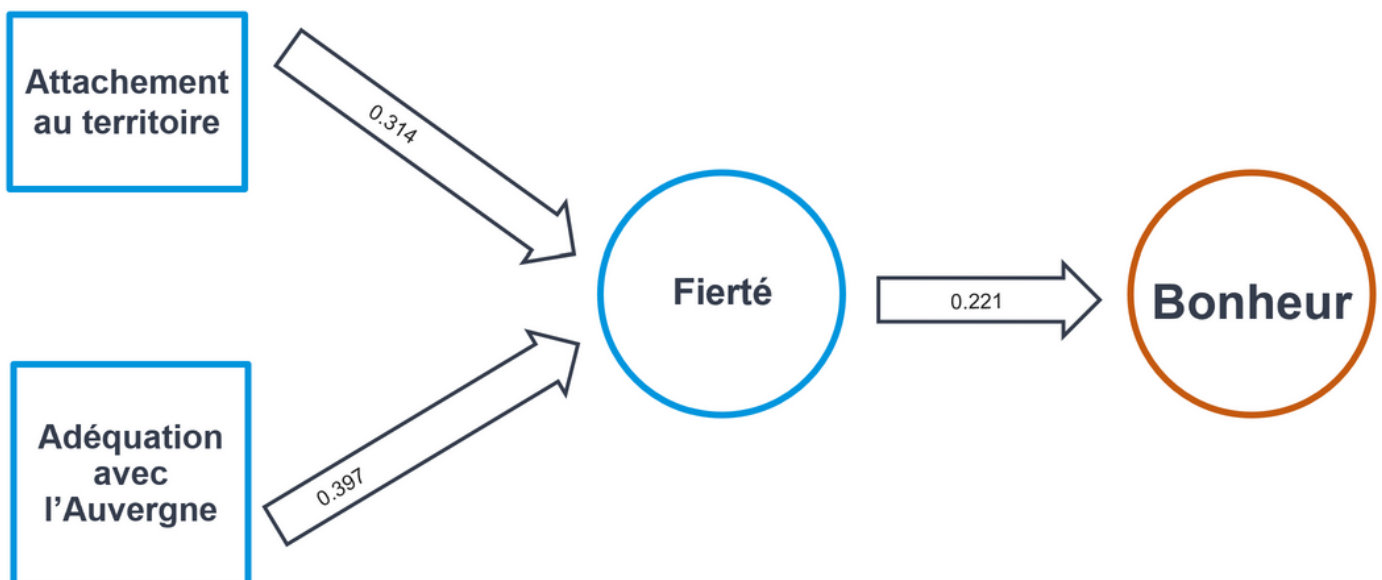
affichent leur lien
avec l'Auvergne 

87 %

encouragent les autres
à venir visiter l'Auvergne 

78 % sont fiers de représenter
l'Auvergne en public 

LA FIERTÉ AUVERGNATE REND HEUREUX



LEUR FIERTÉ ET LEUR ENGAGEMENT ENVERS L'Auvergne

DES AUVERGNATS FIDÈLES ET ENGAGÉS

79 % font preuve de loyauté
envers l'Auvergne



61,5 % aiment passer du temps
en Auvergne plus qu'ailleurs



DES AUVERGNATS ANCRÉS DANS LEUR TERRITOIRE

66,5 %
se sentent engagés
en Auvergne



70 %
assistent à des
événements en Auvergne




50 % ont le sentiment
d'avoir un impact en Auvergne



LEUR FIERTÉ ET LEUR ENGAGEMENT ENVERS L'Auvergne

LES AUVERGNATS, SUPPORTERS DE LEUR TERRITOIRE

58 % affichent 
des symboles de l'Auvergne
à la maison ou au travail

85 % consomment 
des produits locaux associés
à l'Auvergne

LES AUVERGNATS, DÉFENSEURS DU TERRITOIRE


67,5 % 
défendent l'Auvergne
quand d'autres Auvergnats la critiquent

79,5 % 
défendent l'Auvergne
quand des personnes
d'autres régions la critiquent

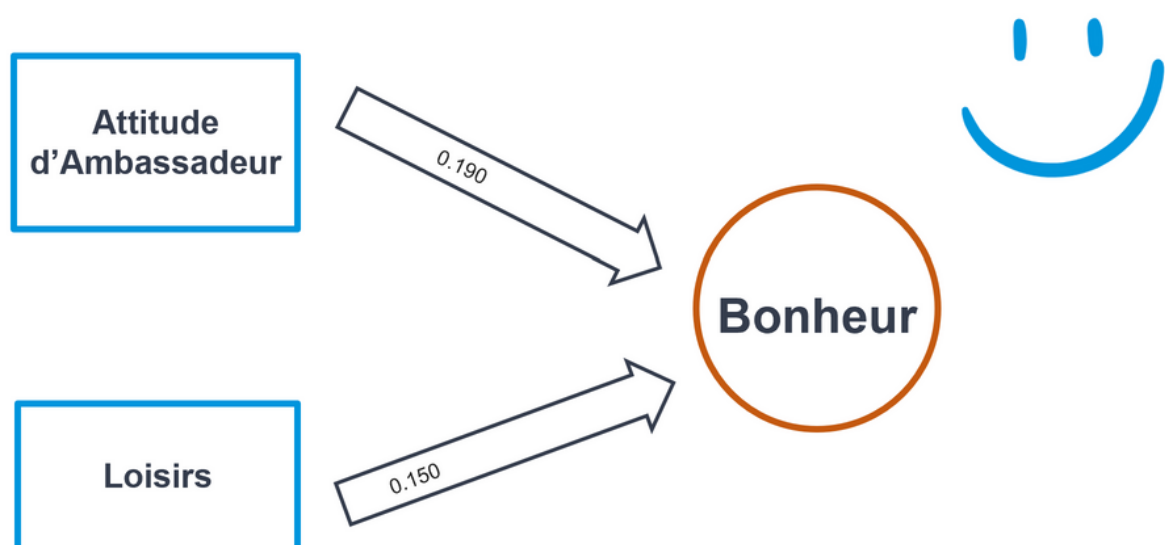
LEUR FIERTÉ ET LEUR ENGAGEMENT ENVERS L'Auvergne

LES AUVERGNATS, DÉFENSEURS DU TERRITOIRE

31,5 % répondent 
que l'Auvergne a une bonne
réputation en France

60,5 %
ressentent le fait de critiquer 
l'Auvergne comme une insulte personnelle

PLUS ON REPRÉSENTE L'Auvergne, PLUS ON EST HEUREUX

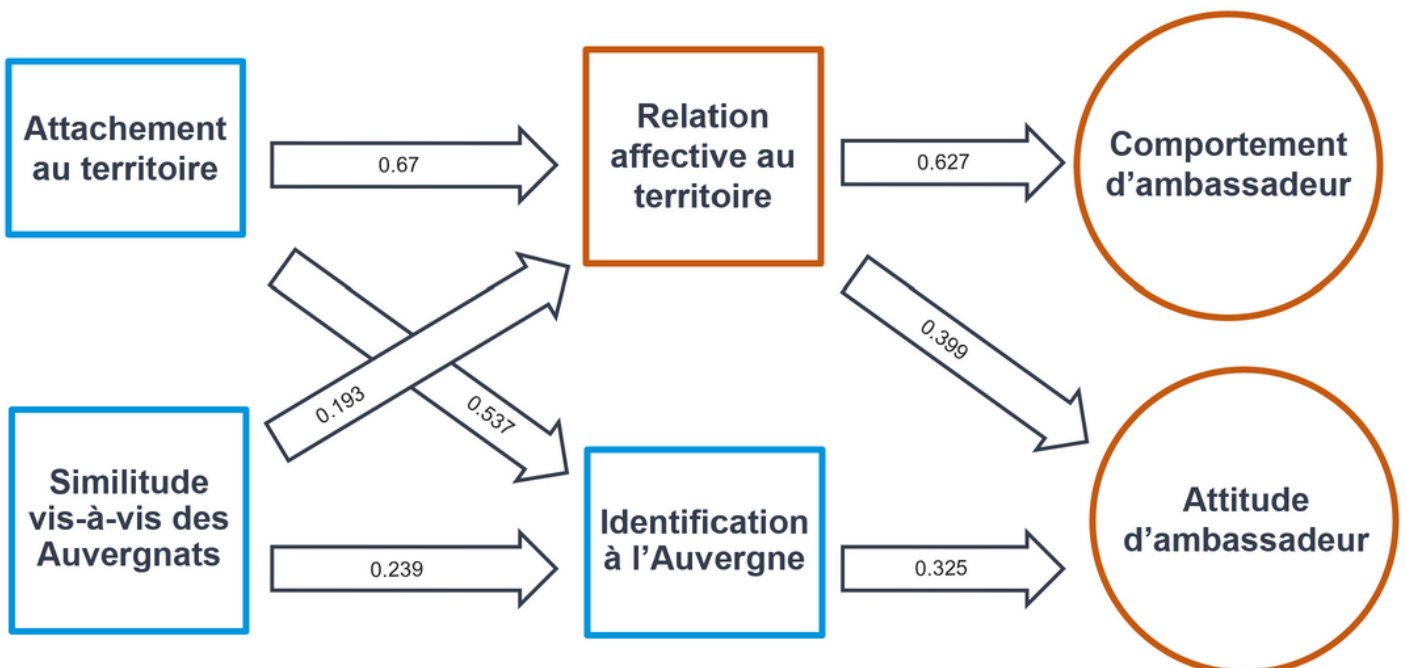


LEUR FIERTÉ ET LEUR ENGAGEMENT ENVERS L'Auvergne

PLUS ON DONNE À L'Auvergne, PLUS ON EST HEUREUX



L'ATTACHEMENT AU TERRITOIRE, LEVIER MAJEUR DE L'ENGAGEMENT POUR L'Auvergne



ANALYSE PAR POPULATION

LES POINTS COMMUNS ET LES DIFFÉRENCES ENTRE LES « AUVERGNATS D'Auvergne » ET LES « EXPATRIÉS »



Moyenne sur 5	France hors d'Auvergne Rhône-Alpes	Rhône-Alpes	Auvergne
Adéquation	4.43	4.47	4.49
Attachement au territoire	3.64	3.53	3.41
Similitude avec les Auvergnats	4.40	4.31	4.20
Identification	4.06	4.14	3.81
fierté	3.85	3.93	4.06
Comportement d'ambassadeur	3.70	3.70	3.30
Attitude d'ambassadeur	4.61	4.64	4.37
Bonheur	3.48	3.49	3.66

← Un attachement + fort chez

← Une similitude perçue + forte chez les « expatriés »

← Une identification + forte chez les « expatriés »

← Le prix de la fierté en revient aux « locaux »

← Nos expatriés sont nos meilleurs ambassadeurs

← Les Auvergnats sont + heureux sur leur terre

LES POINTS COMMUNS ET LES DIFFÉRENCES ENTRE NOS DÉPARTEMENTS AUVERGNATS

Moyenne sur 5	Allier	Cantal	Haute-Loire	Puy-de-Dôme
Adéquation	4.36	4.53	4.53	4.50
Identification	3.58	3.82	3.82	3.75
Similitude vis-à-vis des autres Auvergnats	3.29	3.55	3.42	3.41
Volontariat	2.19	2.55	2.65	2.30
Attachement au territoire	3.98	4.35	4.27	4.21
Prestige perçu	2.72	2.91	2.92	2.65
Attachement à des valeurs collectives	3.32	3.47	3.49	3.28
Fierté	3.98	4.08	4.22	4.06
Comportement d'ambassadeur	3.04	3.52	3.15	3.33
Attitude d'ambassadeur	4.20	4.38	4.16	4.42
Bonheur	3.51	3.62	3.70	3.70

- Haut niveau de fierté et d'adéquation dans l'ensemble.

- Une majorité de moyennes relatives.....

- Le Cantal et la Haute-Loire sont devant en matière :

- d'adéquation
- d'identification
- d'attachement au territoire
- de volontariat
- de prestige perçu

- Le Cantal ressort nettement du lot sur le comportement d'ambassadeur et de similitude (bravo!)

- L'Allier apparaît en-dessous sur plusieurs critères comme la fierté, l'adéquation, la dimension d'ambassadeur, d'attachement et d'identification au territoire.

- Le Puy-de-Dôme reste dans le « ventre mou ».

ANALYSE PAR POPULATION

LES POINTS COMMUNS ET LES DIFFÉRENCES ENTRE AUVERGNATS NÉS EN AUVERGNE ET EN DEHORS

Moyenne sur 5	Nés en Auvergne	Nés en dehors d'Auvergne
Adéquation	4.54	4.28
Identification	3.94	3.40
Similitude vis-à-vis des auvergnats	3.54	3.17
Attachement au territoire	4.14	3.56
Prestige perçu	2.74	2.65
Attachement à des valeurs collectives	4.31	4.31
Fierté	4.07	3.87
Comportement d'ambassadeur	4.48	4.27

Les points communs entre les Auvergnats nés en Auvergne et en dehors de l'Auvergne sont :

- leur attachement très fort à des valeurs collectives liées à la famille, l'amitié, la solidarité
- leur adéquation très forte avec l'environnement auvergnat (un peu plus forte chez les Auvergnats nés en Auvergne)

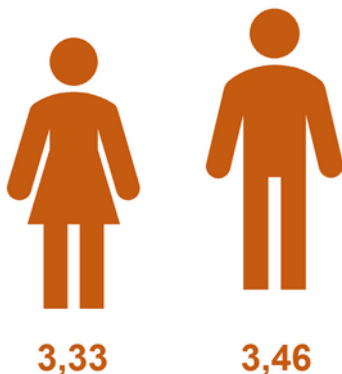
Les Auvergnats nés en Auvergne :

- s'identifient plus à l'Auvergne et aux Auvergnats.
- se sentent plus attachés au territoire
- sont un peu plus fiers de l'Auvergne
- et estiment que la réputation de l'Auvergne à national est un peu meilleure

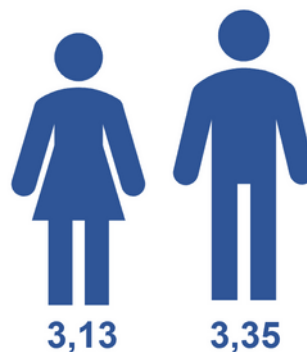
LES DIFFÉRENCES FEMMES/HOMMES

Moyenne sur 5

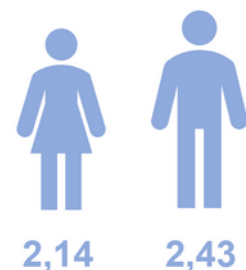
Comportement d'ambassadeur



Engagement

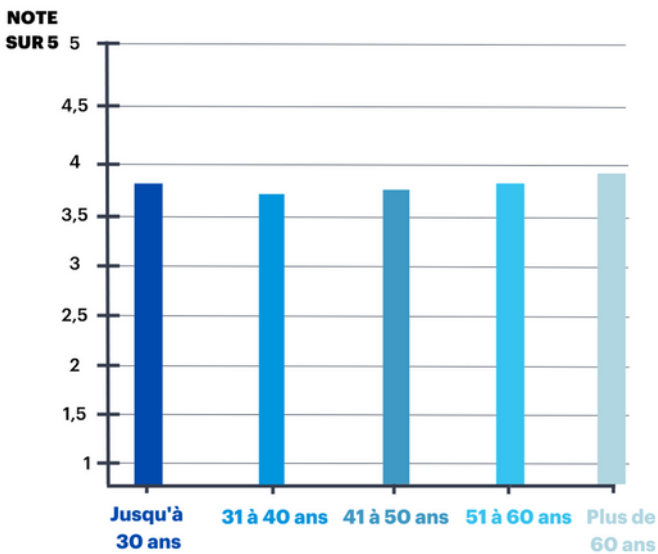


Volontariat



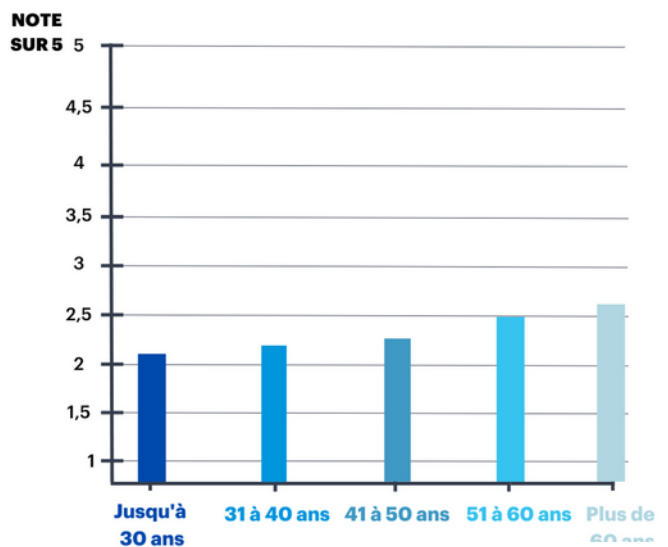
LES POINTS COMMUNS ET LES DIFFÉRENCES PAR CLASSE D'ÂGE

IDENTIFICATION



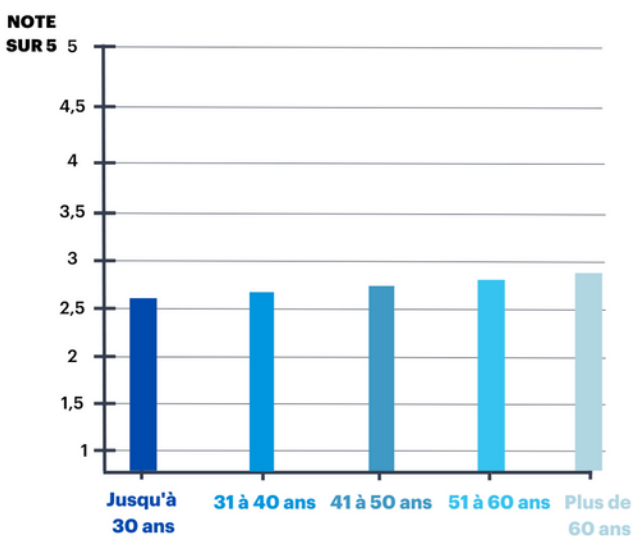
Les plus jeunes et surtout les plus vieux s'identifient le plus à l'Auvergne

VOLONTARIAT



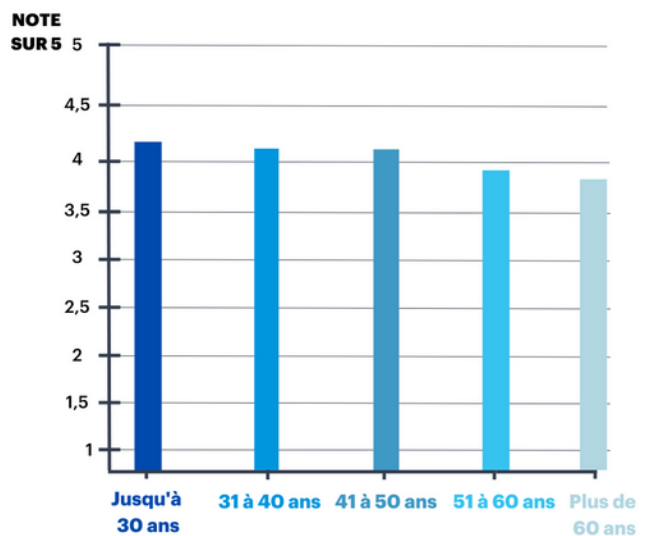
Le volontariat augmente avec les années

PRESTIGE PERÇU



Plus on augmente en âge et plus on a le sentiment que l'Auvergne a une bonne image/réputation à l'extérieur

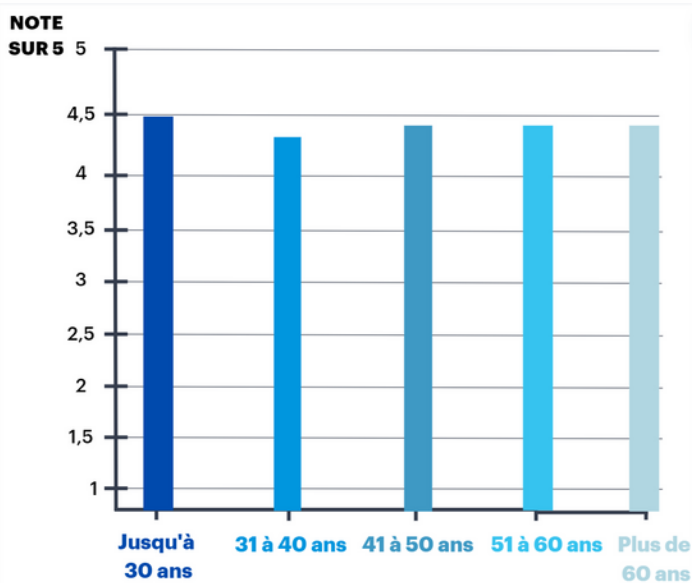
FIERTÉ



Les plus jeunes sont les plus fiers de l'Auvergne !

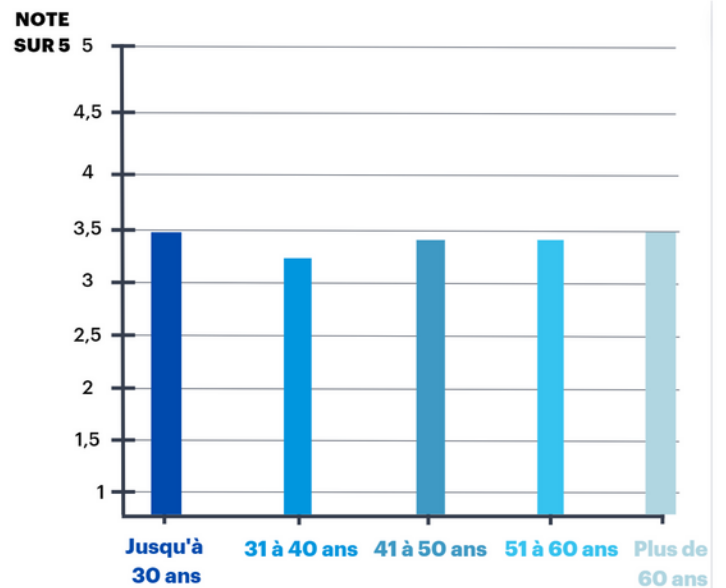
LES POINTS COMMUNS ET LES DIFFÉRENCES PAR CLASSE D'ÂGE

ATTITUDE D'AMBASSADEUR



Les plus jeunes ont l'attitude d'ambassadeur la plus élevée

COMPORTEMENT D'AMBASSADEUR



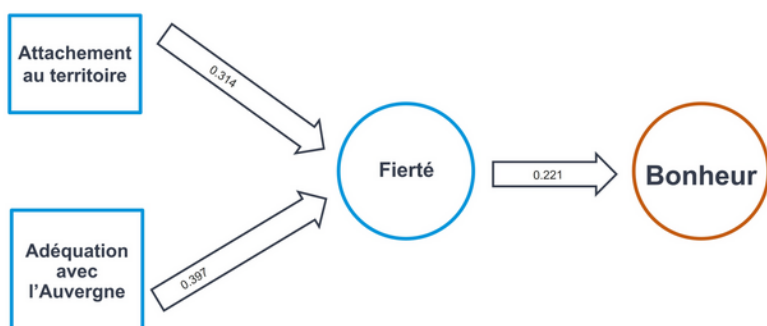
Les plus jeunes et les plus anciens en tête !

DES PISTES DE TRAVAIL POUR LA MARQUE



Indicateur : Moins de 10% des Auvergnats sont contre le changement

TRAVAILLER LA FIERTÉ



Développer les 2 leviers majeurs de la fierté auvergnate :

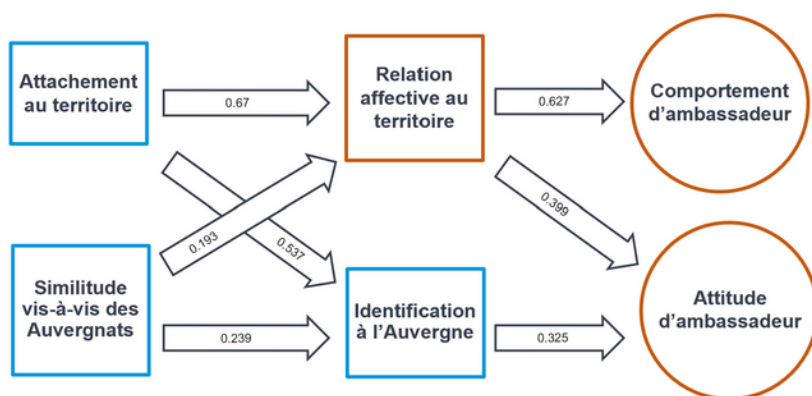
- L'attachement au territoire

Mettre l'accent sur le lien à l'Auvergne, la solidarité avec le territoire, la prise de conscience de la place centrale de l'Auvergne dans l'identité des Auvergnats.

- L'adéquation avec l'Auvergne

Communiquer et renforcer la prise de conscience de l'adéquation sur le plan des racines familiales, de l'environnement et du lieu de vie, des loisirs...

TRAVAILLER L'ENGAGEMENT



Aider les Auvergnats à devenir de meilleurs ambassadeurs grâce aux leviers clés de l'engagement :

- **l'attachement au territoire** : levier central pour la fierté et l'engagement
- **La relation affective au territoire qui en découle** : mettre en avant le sens et la dimension émotionnelle pour les Auvergnats.
- **L'identification à l'Auvergne et la similitude vis-à-vis des Auvergnats** : quand l'Auvergne est touchée, les Auvergnats le sont aussi : renforcer ce sentiment. Communiquer sur la proximité et les points communs entre auvergnats.

DES PRÉCONISATIONS PAR POPULATION



- **Locaux et expatriés** : Capitaliser sur l'engagement des expatriés et la fierté des locaux.
- **Départements auvergnats** : Mettre en place une approche spécifique par département selon les critères. Capitaliser sur l'attachement fort au territoire. Améliorer l'attachement à des valeurs communes du Puy-de-Dôme et de l'Allier notamment.
- **Femmes et Hommes** : Travailler les différences d'engagement entre femmes et hommes
- **Nés en Auvergne et en dehors de l'Auvergne** : Capitaliser sur l'attachement fort à des valeurs communes..
- **Classes d'âge** : Capitaliser sur la fierté des plus jeunes pour tirer tout le monde vers le haut.

Les 3 parties prenantes de ce baromètre :

Le Laboratoire CleRMA

Le Clermont Recherche Management (CleRMA) est le laboratoire de recherche en management commun de l'Université Clermont Auvergne et de l'ESC Clermont Business School. Le CleRMA articule ses recherches autour de la thématique du management durable, afin d'apporter un éclairage sur les pratiques des dirigeants, des managers, des investisseurs et des usagers qui visent à assurer la soutenabilité des entreprises et des organisations publiques.

Une organisation durable est impliquée dans le développement du potentiel humain de ses salariés et de ses connaissances. Elle est également responsable et soucieuse, au-delà de sa performance financière, des impacts sociaux et environnementaux de son activité. Enfin, elle élabore une stratégie en cohésion avec son territoire et ses acteurs.

Ainsi, les activités de recherches de CleRMA sont organisées autour de trois axes :

- l'axe Alter-Management, Potentiel Humain et Innovation (AMPHI)
- l'axe Finance, Information et Responsabilité des Entreprises (FIRE)
- l'axe Stratégie Territoire et Réseaux d'Acteurs (STeRA).

<https://clerma.uca.fr/>

L'ESC Clermont Business School

Fondée en 1919, l'ESC Clermont Business School est une Grande Ecole de management de dimension internationale, triplement accréditée AACSB, EFMD et AMBA, membre de la Conférence des Grandes Ecoles, de la CDEFM et de l'Université Clermont Auvergne et Associés.

Elle est reconnue aux meilleurs niveaux pour ses programmes Bachelors et Masters et compte 2 043 étudiants. Elle entend être l'Ecole qui révèle les talents et les passions d'une nouvelle génération d'acteurs du changement, plaçant l'humain et la planète au cœur de ses choix grâce à sa dimension humaine, son positionnement international ancré sur ses territoires, son expertise dans l'innovation en management et son engagement pour un monde meilleur.

L'École dispose également d'une activité Formation Continue en forte croissance avec une offre complète de formations diplômantes, courtes et sur-mesure, d'un incubateur d'entreprises et d'une École engagée dans l'insertion des jeunes : l'École de la 2e Chance.

www.esc-clermont.fr

La marque Auvergne

La marque Auvergne est une association, présidée par M. Pierre DESPRAT, acteur économique du territoire. Elle fédère plus 500 adhérents, publics et privés, mobilisés ensemble pour l'attractivité collective de nos 4 départements pour que l'Auvergne continue à exister et à rayonner comme marque territoriale forte.

L'association capitalise sur la notoriété de ce qui est devenue une marque territoriale pour affirmer son identité et son attachement, pour clamer sa fierté et promouvoir ses atouts à l'échelle régionale et nationale. Son identité graphique se traduit par un visuel cohérent avec la nouvelle dimension territoriale de la région.

La marque Auvergne conduit des actions de marketing territorial propres à l'Auvergne pour porter l'effort collectif de valorisation de notre territoire = marquer (identification et fierté), se démarquer (par une offre différenciante et attractive) et être remarqué (par des actions concrètes au service du territoire).

Autour de valeurs partagées, sa stratégie est fondée sur 3 axes :

1/ Travailler la fierté et le sentiment d'appartenance à l'Auvergne

Capitaliser sur une identité forte et mobiliser les Auvergnats, d'ici et d'ailleurs, fiers et investis pour la réussite de leur territoire.

2/ Travailler avec et pour les entreprises auvergnates

L'implication des entreprises pour faire valoir les filières d'excellence et les développements futurs de l'Auvergne.

3/ Travailler nos réseaux d'Auvergnats d'ici et d'ailleurs

L'intensification du travail en réseau, à l'échelle Auvergne Rhône-Alpes et nationale, au profit des acteurs du territoire

Mail : contact@auvergne.org

**L'association bénéficie
du soutien financier de :**



La Région
Auvergne-Rhône-Alpes

 **uvergne® s'affiche avec fierté !**



Web



Médias



Réseaux sociaux



Ambassadeurs



**Campagnes d'affichage
digitales**



Marketplace



Evénements



qui recrute

qui vend

qui promeut

ses filières et entreprises

qui valorise ses territoires

qui communique

Projet de vie  uvergne®

Tourisme  uvergne®

www.auvergne.org