



UN FORT DE CAFE !

Vous avez lu l'information dans les colonnes du Républicain Lorrain, vous l'avez vu placardé ici ou là : Thionville a un nouveau logo.

Derrière les explications fumeuses et alambiquées de ses concepteurs pour qui "*ses lignes et ses courbes rappellent le Beffroi et les arcades du centre-ville...*" - vous m'en direz tant - et "*ses lignes épurées*" (dixit Bertrand Mertz), la note est pour le moins salée !

Si l'appréciation du graphisme appartient au subjectif, permettez-moi de vous préciser les raisons objectives, dont le coût, qui m'ont conduit, lors d'un dernier conseil municipal, à réagir quant à ce changement de logo. Une intervention qui est restée lettre morte.

Dans le contexte actuel de crise était-il opportun pour notre ville, dont l'exécutif actuel jurait, il y encore peu de temps, que les finances étaient exsangues, d'effectuer une telle dépense : 8 000 euros ! Somme qu'il faudra vraisemblablement décupler lorsqu'il s'agira d'harmoniser l'ensemble des supports de communication (documents, vêtements de travail, affiches...).

N'y a-t-il pas d'autres priorités plus immédiates ? La réponse est tout simplement dans la question. A défaut de vision et d'action, l'exécutif municipal a résolument mis l'accent sur la communication. Un "t" comme une belle lettre d'intention sur un fond de néant ! Toujours dans les effets d'annonce et l'affichage, jamais dans la réalisation de projets structurants et concrets !

Comme moi, ceux qui ont vu l'affiche avec ce nouveau logo n'auront pas manqué de lire en sous-titre "*une ville écologique et solidaire*".

A défaut d'être véritablement écologique - sinon elle aurait fait l'économie de ces supports - notons que la ville est au moins solidaire d'un de ses conseillers municipaux, directeur de création et partie prenante de la société Bunker Palace conceptrice de ce nouveau logo. Créée en mars 2008, au lendemain de l'élection municipale, c'est [cette même société de droit luxembourgeois](#) qui réalise depuis lors la plupart des outils de communication de la ville.

Au demeurant, s'il n'est pas aberrant qu'une nouvelle municipalité décide de changer de prestataire en matière de communication pour l'accompagner tout au long de son mandat, il est choquant en revanche d'aller chercher conseil au Grand-Duché alors qu'il y a tant d'entreprises de talent à Thionville et plus largement en Lorraine. Plus choquant encore de confier ce marché à une société dont l'un des dirigeants est membre de la majorité municipale. Certains parleront de conflit d'intérêt ou de mélange des genres. **Pour ma part j'y vois là comme une nouvelle forme de développement durable ou... comment assurer durablement le développement d'une société plus qu'amie !**

Alors qu'il fait actuellement l'objet d'une plainte pour prise illégale d'intérêt dans le cadre d'un dossier immobilier à Oeuترange, le maire de Thionville explique sur son blog : "*le fait de connaître le maire ne doit en aucune façon constituer un avantage dans l'attribution d'un marché public. Cela ne doit pas représenter non plus un inconvénient*"... D'autant moins, semblerait-il, quand on fait partie de l'environnement proche du premier magistrat.

Pour Bertrand Mertz - qui lorsqu'il était dans l'opposition jurait, la main sur le cœur, effets de manche à l'appui, de laver plus blanc que blanc lorsqu'il arriverait aux commandes de la ville - l'heure est venue d'appliquer ses beaux discours... à la lettre !