

## STRATÉGIE DE MARKETING TERRITORIAL



*Comment promouvoir l'attractivité  
de son territoire ?*

### OBJECTIFS

- ÉTABLIR LE DIAGNOSTIC COMPLET de son territoire
- IDENTIFIER ET METTRE EN AVANT SES ATOUTS, sa culture et son identité
- DÉFINIR SES CHOIX STRATÉGIQUES et monter son plan d'actions marketing
- UTILISER LES BONS OUTILS DE COMMUNICATION et choisir les bons partenaires

JEUDI 17 ET VENDREDI 18 NOVEMBRE 2011 À PARIS

## FORMATION ANIMÉE PAR :

### VINCENT GOLLAIN, Directeur à l'ARD IDF

Économiste de formation, il a orienté ses choix sur l'économie expérimentale plutôt que théorique. Il a complété cette formation par de solides notions d'économie industrielle, de marketing et de prospective. Il intervient régulièrement à l'Université de Paris Sud sur la compétitivité des grandes métropoles et dans plusieurs cycles de formation continue. Il est l'auteur du nouveau guide sur le marketing territorial (Territorial Editions 2010).

#### Avec les témoignages de :

- Marion MICHEL Responsable du Pôle stratégie, Grand Lyon
- Damien ROY, Chef du service marketing territorial et tourisme, CA de Strasbourg
- Pascale MONTEFIORE, Directrice du rayonnement, Agence d'Urbanisme de Dunkerque
- Eric DE LA PAILLONNE, Directeur Datagora
- Jean-Yves HEYER, Directeur général d'Invest in Reims
- Mme Laure LAVAUD, Chargée de mission, Business Box de l'Essonne
- Monique GOSSELIN, Responsable Promotion et Communication à l'ARD Franche Comté

## LES "+" DE LA FORMATION

- **Une méthodologie** : cette formation vous permettra de construire efficacement votre démarche marketing territorial via **10 étapes clés** et d'aller au delà de l'approche traditionnelle de développement. A l'issue de la formation, vous serez capable d'utiliser les bons outils de communication et de choisir les partenaires adéquats. Connaître les nouvelles tendances, vous permettra de redynamiser l'image de votre territoire.
- **Une approche sur le long terme** : lors de ce séminaire, vous pourrez **renforcer votre intelligence territoriale** et apprendre comment pérenniser votre politique événementielle sur le long terme.
- **Des échanges privilégiés** : vous pourrez **débatte librement, dans un cadre agréable, avec nos 7 experts**.

## PUBLIC CONCERNÉ

- Maires, Adjoints aux maires, Élus
- Fonctionnaires territoriaux :
  - Directeurs communautés d'agglomération
  - Directeurs Généraux de Service de communautés de communes
  - Directeurs et Responsables communication dans les collectivités
- Adjoints à la culture
- Agences de tourisme, Associations locales
- Annonceurs : agences de communication en lien avec les collectivités territoriales
- Pôles de compétitivité

## 1<sup>ÈRE</sup> JOURNÉE

8H45 ▪ 9H30 INTRODUCTION ET TOUR DE TABLE

### Identifier et connaître ses clients

9H30 ▪ 10H00

- Application du modèle marketing à un territoire, notion de ciblage

### Mettre en œuvre une démarche globale de marketing territorial

10H00 ▪ 10H45

- **Établir son diagnostic**
  - Étape 1 : Placer l'information au cœur de la démarche
  - Étape 2 : Analyser les marchés
  - Étape 3 : Étudier l'environnement de ces marchés
  - Étape 4 : Évaluer la position concurrentielle de l'offre territoriale
  - Étape 5 : Analyser la relation offre territoriale vs demande
  - Étape 6 : Synthétiser l'évaluation de l'offre territoriale au regard de la demande et des conditions de marché
- **Comment définir ses choix stratégiques ?**
  - Étape 7 : Se donner une ambition : choisir ses objectifs de moyen et long terme
  - Étape 8 : Construire sa promesse et définir son positionnement
- **Définir son plan d'actions**
  - Étape 9 : Construire sa partition par le mix marketing
  - Étape 10 : Planifier pour optimiser

### Agir concrètement pour son territoire de manière collective

10H45 ▪ 12H30

- **Présentation des démarches collectives : une place croissante dans les stratégies d'attractivité des territoires**

**TÉMOIGNAGE** : **Marion Michel**, Responsable du pôle stratégie et gestion des partenariats **Grand Lyon** interviendra sur la mise en place et l'organisation de la démarche collective

12H30 ▪ 14H00 DÉJEUNER

### Le secret d'un diagnostic territorial efficace

14H00 ▪ 16H30

- **Présentation de la démarche exemplaire sur l'identité territoriale menée à Dunkerque**

**TÉMOIGNAGE** : Dunkerque est l'une des toutes premières villes françaises à avoir développé un portrait identitaire, élément structurant d'un diagnostic territorial. **Pascale Montefiore**, Directrice du rayonnement à l'Agence d'Urbanisme de Dunkerque (AGUR) nous présentera la démarche mise en place et les enseignements tirés de cette étude.

- **Comment mener un diagnostic marketing ?**

Présentation par Vincent Gollain de la méthode Cerise Revait® utilisée afin d'évaluer les caractéristiques qualitatives de son territoire

### Le marketing des grands sites stratégiques

16H30 ▪ 17H30

**TÉMOIGNAGE DU GRAND ROISSY AVEC HUBSTART PARIS®** : Une démarche collective de marketing a été mise en place sous la marque Hubstart Paris. Elle rassemble 22 partenaires fondateurs. Deux outils opérationnels ont été mis en place pour valoriser ce territoire : Eric de la Paillonne, Directeur, présentera quelques-unes des pratiques originales mises en œuvre.

## Présentation d'actions possibles de marketing territorial

9H00 ▪ 12H30

- Liste des actions de mix marketing potentielles
- Comment concrétiser ses actions au sein du plan marketing ?
- Présentation des 9 familles d'actions marketing

**TÉMOIGNAGES :** Invest in Reims est l'une des démarches les plus abouties et reconnues en matière de marketing territorial.

**Jean-Yves Heyer**, Directeur général d'Invest in Reims, viendra nous présenter l'origine de cette démarche et ses traits caractéristiques.

**Damien Roy**, CA de Strasbourg, pour Strasbourg, l'Europtimiste, lancée lors du salon du MIPIM de mars 2011

12H30 ▪ 14H00 DÉJEUNER

## Bonne pratique : La Business Box de l'Essonne

14H00 ▪ 15H30

- Un exemple innovant au sein de la compétition internationale

**TÉMOIGNAGE :** **Laure Lavaud**, Chargée de mission, présentera cette offre de services destinée aux entreprises en 3 étapes : retour sur la création de la marque « Essonne business box », présentation de la marque et de ses évolutions, déclinaison d'un logo et lancement d'un outil de marketing territorial. Focus sur le SIMI et le salon des entrepreneurs

## Monter une démarche d'ambassadeurs au service de son attractivité

15H30 ▪ 16H30

**TÉMOIGNAGE :** **Monique Gosselin**, Responsable Promotion et Communication à l'ARD Franche Comté, présentera les caractéristiques des démarches d'ambassadeurs en France et témoignera sur l'expérience de son Agence de Développement

## Synthèse de la formation

16H30 ▪ 17H00

## INFORMATIONS PRATIQUES

### TARIF

1 600 € HT soit 1 913,60 € TTC  
par personne




### DATE & LIEU

Judi 17 et vendredi 18 novembre 2011  
Cercle Républicain, 75001 Paris

### SERVICE CLIENTS

Christelle VACHET

 01 49 53 63 32

 cvachet@lesechos.fr



### AUTRES FORMATIONS


- **Le marché des déchets en France**  
6 octobre 2011
- **PPP**  
22 et/ou 23 novembre 2011
- **Collectivités territoriales : gérer sa dette**  
8 décembre 2011
- **Secteur public : conduire un projet de service**  
9 décembre 2011

### FORMATION SUR MESURE

Nos formations inter-entreprises peuvent également être réalisées sur mesure

Responsable programme :

Cécile ANDURU

 01 49 53 89 33

 canduru@lesechos.fr

## INSCRIPTIONS SUR

[lesechos-formation.fr](http://lesechos-formation.fr)

### STRATÉGIE DE MARKETING TERRITORIAL : COMMENT PROMOUVOIR L'ATTRACTIVITÉ DE SON TERRITOIRE ?

Jeudi 17 et vendredi 18 novembre 2011  
Réf.: F11B11

#### POUR TOUTE INSCRIPTION, RENVOYEZ CE FORMULAIRE ACCOMPAGNÉ DE VOTRE RÈGLEMENT À :

**Christelle VACHET** - *Les Echos Formation*

16, rue du Quatre Septembre - 75112 Paris CEDEX 02  
Tél.: 01 49 53 63 32 - Fax: 01 49 53 68 74  
e-mail: cvachet@lesechos.fr - www.lesechos-formation.fr

#### COORDONNÉES DE LA PERSONNE À INSCRIRE :

Nom : .....  
Prénom : .....  
Fonction : .....  
Société : .....  
Code NAF : .....  
Adresse : .....  
.....  
Code postal : .....  
Ville : .....  
Tél.: .....  
Pour le suivi de votre inscription, e-mail :  
.....  
Si vous souhaitez un rappel par SMS la veille de la  
formation, portable : .....

#### DOSSIER D'INSCRIPTION SUIVI PAR :

Nom : .....  
Prénom : .....  
Fonction : .....  
Société : .....  
Adresse : .....  
.....  
Code postal : .....  
Ville : .....  
Tél.: .....  
E-mail : .....

#### FACTURE À ÉTABLIR À L'ORDRE DE :

Société : .....  
Siret : .....  
N° de TVA Intracommunautaire : .....  
Contact : .....  
Adresse : .....  
.....  
Code postal : .....  
Ville : .....  
Tél.: .....

#### POUR UN ENREGISTREMENT PLUS RAPIDE DE VOTRE INSCRIPTION :

LESECHOS - FORMATION.FR

Code mailing : .....

**TARIF : 1 600 € HT soit 1 913,60 € TTC par personne**



Cette formation peut être intégrée dans le cadre de votre DIF

Réf.: 140074

#### CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE

**Le prix indiqué comprend la participation à l'ensemble de la formation et la documentation.**  
Joindre un bon de commande si nécessaire

#### Pour tout mode de règlement, précisez le titre et la date de la formation :

- Par chèque à l'ordre des ECHOS FORMATION, société filiale des Echos habilitée à dispenser de la formation professionnelle.
- Par virement à l'ordre des ECHOS FORMATION  
Banque BNP, compte n° RIB 30004/ 00804 00010331433/36 BNP Champs Élysées.  
N° TVA intracommunautaire : FR 314 375 679 44

#### DIF

- Oui, j'utilise mon DIF pour cette formation

#### Modalités d'annulation

Toute annulation devra être faite par écrit et envoyée par fax ou par e-mail. En cas d'annulation effectuée moins de 14 jours avant la date de la formation ou en cas d'absence le jour de la formation, le paiement de l'inscription restera pleinement dû et ne donnera lieu à aucun remboursement. En cas d'annulation effectuée plus de 14 jours avant la date de la formation, l'inscription vous sera remboursée, déduction faite d'un montant de 180 euros HT pour frais de dossier. Vous pouvez vous faire remplacer en nous communiquant par écrit les noms et coordonnées du remplaçant.

Votre inscription doit être obligatoirement signée et tamponnée

**Je soussigné(e) accepte les modalités  
de règlement et d'annulation**

Date :  
Signature :

Cachet de l'entreprise (obligatoire)

#### L'ACTUALITÉ DE NOS FORMATIONS SUR