

LE MARKETING TERRITORIAL



Le mardi 19 juin, j'ai présenté avec Patrick NICOLE-WILLIAMS la démarche de marketing territorial.

➤ MAIS QU'EST-CE DONC ?

L'objectif d'une démarche de marketing territorial est de mobiliser et rassembler les acteurs d'un territoire pour réussir une action collective.

Sa mission est de renforcer l'attractivité et la notoriété globale et non pas uniquement celle d'un service ou d'une activité territoriale isolée.

Le marketing territorial cherche donc à promouvoir un territoire, une destination, un ensemble d'acteurs.

➤ POURQUOI CETTE DÉMARCHÉ ?

La compétitivité des territoires a toujours été une condition du développement économique local. Mais aujourd'hui dans ce contexte ultra-concurrentiel, sous les effets convergents de l'ouverture au monde, des transitions technologiques et des mutations sociologiques fortes qui les accompagnent, nous sommes confrontés à la nécessité d'innover.

Nous nous devons de toujours être plus en recherche de solutions adaptées aux nouveaux défis et enjeux du développement local.

Pour cela, il faut que la CAPI fasse preuve d'une cohésion inébranlable. Nous y parviendrons en confortant notre sentiment d'appartenance au territoire, un sentiment que devra être partagé par tous : habitants, entreprises, acteurs culturels, associatifs, scolaires, sportifs, CLD, élus, tous ceux qui font la CAPI...

➤ QUELS SONT LES ENJEUX DE LA DÉMARCHÉ ?

- Un enjeu d'identité territoriale et de reconnaissance
- Un enjeu de rayonnement et de visibilité
- Un enjeu de mobilisation
- Un enjeu de crédibilité
- Un enjeu d'adhésion au territoire et de fierté

➤ LA SIGNATURE TERRITORIALE

Cette démarche doit se doter d'une identité pour permettre à tous de la matérialiser et surtout de la faire connaître autour d'eux.

Un concept de signature territoriale que chacun peut adopter et diffuser a ainsi été créé :

CO-CONSTRUIRE AUJOURD'HUI POUR INNOVER...

... **son territoire**. Ancrer globalement et faire grandir chacune de nos 22 communes en créant les conditions collectives de la réussite tout en profitant de connexions avec Lyon, Grenoble et Chambéry.

... **sa vraie nature**. Cultiver naturellement la diversité des milieux qui nous entourent, ces terres agricoles et cette vallée urbaine qui composent la beauté de nos paysages.

... **son avenir**. Rêver concrètement en ouvrant le champ des possibles en matière de formation, d'emplois, et d'entreprenariat.

... **ses opportunités**. Développer humainement dans une dynamique de vie économique rythmée par des réussites reconnues et des initiatives audacieuses.

... **son équilibre**. Dynamiser sereinement les corps et les esprits en profitant des plaisirs simples à portée de main.

... **ses passions**. S'engager librement dans une vie culturelle et associative foisonnante et favorisant des rencontres humaines toutes aussi riches.

... **sa vie**. Métamorphoser quotidiennement. Le dynamisme et la croissance du territoire passent par l'épanouissement et la réalisation de soi.

À la CAPI, nous capitalisons sur la co-construction pour vivre dès aujourd'hui et bâtir pour demain le territoire de l'équilibre actif.

➤ QUELLE MISE EN ŒUVRE ?

RAPPEL SUR LA GOUVERNANCE DE LA DÉMARCHE MARKETING TERRITORIAL

Le choix a été fait de mettre en place au départ un Comité de pilotage regroupant des élus et des techniciens. Patrick Nicole-Williams, Vice-président de la CAPI délégué à la communication, à la citoyenneté, au sentiment d'appartenance et au tourisme, est l' élu référent sur cette démarche.

Puis dans un second temps, il a été proposé d'élargir la démarche en 2016 en mobilisant des acteurs, des partenaires du territoire pour piloter la démarche.

La CAPI a ainsi décidé de créer un groupe pour piloter ce projet dans lequel siègent les partenaires ainsi que les services de la CAPI : le « PACK CAPI ».

Le pack CAPI est composé des personnes suivantes :

- Luc Bodet, Proviseur du Lycée Léonard de Vinci
- Didier Monnot, Directeur de Pluralis, représentant des bailleurs sociaux du territoire
- Laurent Lamatière, vice-président du PIL'es (Pôle d'Intelligence Logistique Europe du Sud)
- Jacques Lauvin, Président du PIC (Pôle Innovations Constructives), administrateur des Grands Ateliers, vice-président CCI Nord Isère

- Pierre-Olivier Boyer, Président du Conseil de développement Nord-Isère, vice-président CCI Nord Isère, Vice-président du MEDEF Isère.

Les parties prenantes, au sein de cette gouvernance dédiée, co-construisent le plan d'actions nécessaire à cette mise en visibilité des atouts du territoire.

ET MAINTENANT...?

L'attractivité d'un territoire n'est pas l'affaire d'une institution, aussi puissante soit-elle. La collectivité impulse la démarche de marketing territorial, mais elle repose sur plusieurs acteurs locaux qui, lorsqu'ils travaillent efficacement ensemble, créent une chaîne de valeurs particulièrement efficace qui agit très favorablement sur les résultats en matière d'attractivité.

Cette démarche s'élargit donc aujourd'hui à l'ensemble des acteurs majeurs du territoire : élus, entreprises, chambres consulaires, associations, partenaires...

Des ateliers seront lancés à la rentrée et les acteurs sont invités à y participer activement.

Les premières thématiques ont été identifiées : animation économique, tourisme, culture, stratégie des ambassadeurs, etc.

Nous vous remercions donc de vous inscrire par le biais du mail dédié à la démarche :

packcapi@capi38.fr car c'est vous qui, au quotidien, œuvrez au développement de cette démarche, vous qui en serez les plus brillants ambassadeurs et vous en récolterez les fruits ainsi que toute la CAPI. On vous attend nombreux !