

DEMARCHE MARKETING TERRITORIAL



POURQUOI DOTER LE TERRITOIRE D'UNE STRATÉGIE DE MARKETING TERRITORIAL ?

Dans un environnement devenu extrêmement global et concurrentiel, la pratique du marketing territorial est désormais essentielle pour les territoires car elle leur permet d'améliorer leur attractivité. Dans ce contexte de compétitivité accrue, les territoires sont de plus en plus nombreux à améliorer leurs efforts de positionnement afin d'offrir le meilleur produit possible aux entreprises, aux visiteurs, mais aussi aux résidents, aux acteurs locaux...

Gagner en notoriété en diffusant une image renouvelée et une énergie nouvelle, valoriser et renforcer le dynamisme culturel, évènementiel, économique du territoire, favoriser une attractivité renforcée auprès des habitants et des acteurs locaux comme des personnes extérieures au territoire... autant de défis que Loudéac Communauté - Bretagne Centre souhaite relever aujourd'hui.

QU'EST-CE QU'UNE DÉMARCHE DE MARKETING TERRITORIAL ?

Faire du marketing territorial, c'est s'interroger sur l'image que l'on souhaite véhiculer de notre territoire à l'extérieur afin d'être plus attractif : c'est définir ensemble des messages forts, nos valeurs, nos atouts, notre caractère, nos spécificités... Mais c'est aussi définir une stratégie de promotion et une offre adaptées aux cibles que l'on souhaite attirer (des résidents et des touristes, mais aussi de nouvelles entreprises, des porteurs de projets...), déclinable pour l'ensemble des acteurs du territoire.

DONNER UNE NOUVELLE
ENVERGURE À NOTRE PROJET
DE DÉVELOPPEMENT TERRITORIAL.

1

POSER UN DIAGNOSTIC D'ATTRACTIVITÉ PARTAGÉ POUR ÉLABORER UN MESSAGE FORT ET FÉDÉRATEUR JUILLET > OCTOBRE

Cette étape préalable permet d'adosser la stratégie de marketing territorial et la future marque aux valeurs clés qui forgent l'identité sociale, économique, culturelle et environnementale du territoire. Ce diagnostic passera par l'analyse de ses atouts, de son image et de ses potentialités ainsi que par la prise en compte de l'offre concurrentielle des autres territoires. Cette étape de diagnostic passera aussi par la prise en compte des avis des acteurs locaux, résidents, forces économiques, culturelles et touristiques du territoire.

Le diagnostic établi permettra de définir un message fort et fédérateur, s'appuyant sur les caractéristiques identitaires du territoire et ses atouts différenciants. Ce message sera le socle de la stratégie d'attractivité.

2

CONSTRUIRE LA STRATÉGIE D'ATTRACTIVITÉ EN DÉVELOPPANT SUPPORTS ET ACTIONS OCTOBRE > FEVRIER

C'est l'aboutissement de toute la démarche engagée : construire une stratégie opérationnelle d'attractivité pour le territoire.

Développement de l'offre, supports et actions de communication, dispositif de mise en relation : autant d'outils qui permettront à terme à notre territoire d'être plus attractif et à l'ensemble des acteurs oeuvrant à son attractivité de s'emparer de la démarche, d'y contribuer et de porter une image positive du territoire à l'extérieur. Cette étape sera réalisée avec la participation des acteurs locaux oeuvrant à l'attractivité du territoire.

3

DÉVOILER L'ABOUTISSEMENT DU PROJET PAR UNE MARQUE DE TERRITOIRE FEVRIER > MARS

La marque territoriale est l'étendard commun dont se dotent tous les acteurs volontaires pour signifier leur désir d'agir ensemble, pour développer le territoire, sa notoriété et son image.

En véritable messenger elle porte l'ambition commune. La marque se matérialise par une signature graphique et/ou textuel que peuvent s'approprier tous les acteurs locaux.

La marque vous sera dévoilée en début d'année 2019.

NOUS AVONS BESOIN DE VOUS...

PARTICIPEZ ET CONTRIBUEZ À FAIRE CONNAÎTRE CETTE DÉMARCHE : RELAYEZ L'INFORMATION.

Un sondage OUVERT À TOUS sera mis en ligne courant septembre pour analyser l'image actuelle du territoire.

NOUS NOUS TENONS DISPONIBLES POUR VOUS DONNER TOUTE L'INFO POUR COMPRENDRE, ADHÉRER ET RELAYER CETTE DÉMARCHE.



www.loudeac-communaute.bzh

LOUDÉAC
communauté
BRETAGNE CENTRE