

## Module 2.3

# Le marketing territorial: attractivité et développement économique

Objectifs :

- Comprendre les liens entre développement économique, évolutions sociales et cycles urbains et le rôle du marketing urbain pour l'élaboration et la mise en œuvre de projets cohérents
- Identifier les mécanismes de l'économie urbaine et du développement économique territorial sur lesquels s'appuyer pour construire des stratégies d'actions aux bonnes échelles territoriales
- Explorer le nouveau principe de « compétitivité inclusive » : comprendre son enjeu et identifier les leviers opérationnels d'action

# Programme

## Jour 1

9h00 - 9h30	Accueil, tour de table, recueil des attentes des stagiaires
9h30 - 11h00	<p>Un nouveau contexte d'action</p> <p>Les nouveaux contextes macro-économiques internationaux et nationaux et les formes nouvelles du développement économique : impacts sur les activités et l'emploi et sur les territoires.</p> <p>Economie, entreprises et territoire : quels (nouveaux) rôles et leviers de l'action publique locale ?</p>
11h00 - 12h30	<p>Echelles et enjeux stratégiques de l'action locale</p> <p>Localisations, cycles de vie et spécialisation spatiale (résidentielle et économique) : comportements des acteurs socioéconomiques et évolution des espaces urbains.</p> <p>« Tendu » ou « détendu » ? Enjeux interurbains et intra-urbains.</p> <p>Comment inscrire le quartier et le projet dans des échelles plus larges ? Pour quels enjeux clefs ?</p>
12h30 - 14h00	Déjeuner
14h00 - 15h00	<p>L'inclusion sociale comme levier de développement</p> <p>Les notions de compétitivité inclusive et d'<i>empowerment</i>.</p> <p>Les voies d'action et les conditions de réussite dans le contexte du renouvellement urbain.</p>
15h00 - 17h00	<p>Inscrire le projet dans des dynamiques d'agglomération</p> <p>[témoignages et échange d'expériences : une métropole et une ville moyenne]</p>

# Jour 2

9h00 - 9h30	Accueil des stagiaires
9h30 - 11h00	<p>Le marketing urbain : une démarche globale</p> <p>Principes et méthodes du marketing urbain.</p> <p>Le repositionnement du quartier dans l'espace socioéconomique de l'agglomération.</p> <p>Dynamique d'attractivité et temporalité du projet : priorités et démarche de valorisation.</p>
11h30 - 12h30	<p>Le marketing urbain : une approche pragmatique</p> <p>Comment faire ressortir les enjeux et actions prioritaires dans une situation donnée, pour quels acteurs (collectivité territoriale, bailleurs sociaux...)? Discussion et éclairages complémentaires sur la base d'une grille de questions qui sera appliquée aux projets des participants.</p>
12h30 - 14h00	Déjeuner
14h00/16h00	<p>Entreprises et territoire :</p> <p>Les ressorts et les formes des relations entre entreprises et territoire. Comment favoriser la contribution des entreprises au développement local ?</p> <p>[témoignages et échanges d'expériences : les relations avec les entreprises à l'échelle d'un territoire ; l'expérience d'une entreprise inclusive]</p>
16h00/16h30	<p>Evaluation</p> <p>Retour personnel et collectif sur l'ensemble du module / Evaluation de la formation</p>

## Enseignant

**Patrice Noisette**, fil rouge, professeur, expert en économie urbaine, stratégie de développement urbain et marketing territorial à l'ESSEC