

Module 3.2

Le marketing urbain au service des quartiers et de leur image

- Améliorer la connaissance, les concepts autour de l'image des quartiers (image vécue, perçues, médias...)
- Mieux approprier les enjeux du marketing urbain et de l'attractivité des quartiers : du projet de communication au projet de territoire
- Montrer et expliciter des cas opérationnels de déploiement d'une stratégie marketing territorial urbain
- Maitriser les outils du marketing territorial urbain

Enseignant

Jean-Pierre Papin, expert marketing territorial et innovation économique et territoriale (Nouvelles Marges)

Intervenant

Marc Dubreuil, communication projet (Epiceum)

Programme

16 février (distanciel)

9h15...9h30

Accueil des stagiaires sur ZOOM

9h30... 10h10

L'image des quartiers prioritaires, de l'image fantasmée à l'image rationalisée

Comment aborder l'image des quartiers, quel regard des médias, des habitants, quelles différences entre les quartiers ?

10h10... 10h50

Quelle image pour votre territoire ?

Quelle image pour les participants, véhicule son territoire ?

10h50... 11h30

Le marketing territorial, notions de base

Grands principes du marketing et du marketing territorial

11h30... 13h00

Le marketing urbain au service des quartiers ANRU

13h00... 14h00

Déjeuner

14h00... 15h30

S'exercer pour les maîtriser

Identifier les atouts, les mettre en perspective, construire une stratégie de marketing urbain au service d'un quartier « ANRU »

15h30... 17h00

Le Marketing et les habitants des QPV

Programme

17 février (distanciel)

9h15 ... 9h30

Accueil des stagiaires sur ZOOM

9h30 ... 12h30

Comment une collectivité développe une stratégie globale de marketing urbain sur tous ses quartiers ANRU ? (Grand Témoin : la direction du Renouvellement Urbain de Toulouse Métropole sur l'opération de marketing de ses 6 quartiers en RU)

- Articulation marketing et projet urbain
- Le rôle des élus
- Organisation interne au service
- Mobilisation des autres services de la collectivité et le service communication
- Articulation avec les habitants
- Travail avec les promoteurs et les bailleurs
- Outils déployés

12h30 ... 14h00

Déjeuner

14h00 ... 15h30

Promouvoir le territoire & promotion des logements – le rôle des promoteurs

- Quelle articulation ? Quel rôle pour chacun : Promoteur, Bailleur, Ville ?
- Comment limiter les risques et aligner les discours ?

15h30 ... 16h15

Synthèse finale et échange sur sa feuille de route en marketing urbain

16h00 ... 16h30

Bilan et évaluation de la formation

Programme

21 juin (distanciel)

Plusieurs mois après la session de formation, une journée pour aller plus loin et être au plus près de votre pratique.

9h15...9h30

Accueil des stagiaires sur ZOOM

9h30...10h30

Débriefing collectif suite à la formation en présentielle

Points saillants, points à éventuellement réexpliquer, actualités.
Echange collectif sur les avancées ou problématiques posées par le sujet sur l'application aux territoires des stagiaires

10h30...12h30

Innover : Les Mureaux un collectif pour changer l'image et développer des services autour d'un PTCE (pôle économique de coopération) et un Tiers-Lieux - avec l'intervention du Responsable PGTE Vivre les Mureaux

12h30...14h00

Déjeuner

14h00...16h00

Mettre en synergie les projets : Nancy Métropole – Plateau de Haye - avec l'intervention du Responsable NPNRU Plateau de Haye – Nancy

Un projet de nouvelle attractivité autour de la forêt, de l'agriculture urbaine (quartier fertile), d'un tiers lieu, ect – Rôle des acteurs : EPCI, ville, Architecte, Maison de l'Emploi.... Et de la gouvernance communication, etc...

16h00...16h30

Bilan et évaluation de la formation