



école du renouvellement urbain

Objectifs

- Identifier, mesurer et hiérarchiser les sujets d'image et d'attractivité du / des quartiers
- Mettre en place une stratégie d'attractivité et la déployer en fonction des besoins spécifiques
- Mieux s'approprier les enjeux de la communication autour des projets et de la transformation d'image des quartiers
- Monter un plan d'action de déploiement d'une stratégie de communication de projet ANRU

Module 5.5

Mieux communiquer sur les projets ANRU : transformer l'image et renforcer l'attractivité des quartiers

Le 12 et 13 novembre 2024

Enseignants principaux

Jean-Pierre PAPIN, Nouvelles Marges, –
spécialiste du développement et de la
stratégie des territoires, de leur attractivité
Marc DUBREUIL (Epiceum)

Durée 2 jours (14 heures)

Public

En charge du programme d'un quartier en politique de la ville, renouvellement urbain, de la communication, de l'attractivité, du logement, de l'économie, etc. (bailleur, collectivité locale, service de l'Etat, SEM...)

Prérequis Aucun

Approche pédagogique

Temps d'inclusion, apports théoriques, appui sur des cas concrets, modalités de mise en œuvre. Accès à une documentation pédagogique à l'issue de la formation au format numérique. Une évaluation des acquis est organisée à la fin de la formation (questionnaire individuel).

Programme

Jour 1

9h00 ... 9h30	Accueil des stagiaires
9h30 ... 10h00	Présentation du programme et de ses objectifs Tour de table et recueil des attentes des stagiaires
10h00 ... 12h30	Quelle image pour votre territoire d'intervention ? Mise en résonance des problématiques de chacun dans son quartier sur les problèmes d'image ? L'image des quartiers prioritaires, de l'image fantasmée à l'image retravaillée Apports théoriques sur l'image vécue (les habitants) et l'image perçue (en externe), exemples pratiques d'analyse d'image, exemple d'analyse de presse et Internet, exemple d'atelier habitants Le marketing urbain théorie et pratique Exemple et témoignages de chefs de projet l'ayant mis en place
12h30 ... 14h00	Pause déjeuner
14h00 ... 15h30	S'exercer pour maîtriser le marketing urbain des quartiers Cas pratique en deux sous-groupes à partir de deux exemples issus des quartiers de participants : identification des atouts, mise en synergie, recherche d'une nouvelle vocation et d'une baseline
15h30 ... 17h00	Rôle des habitants dans le changement d'image Cas pratique et apport théorique Feuille de route

Jour 2

9h00 ... 9h30	Accueil des stagiaires
9h30 ... 12h30	<p>Et vous, sur quoi et comment communiquez-vous aujourd'hui ? L'état de l'art de son quartier/de son organisation en matière de communication sur les projets NPNRU.</p> <p>Du quartier aujourd'hui au quartier de demain. Les fondamentaux de la communication de projet Apport théorique et cas pratiques d'actions de communication autour des quatre prérequis d'une communication NPNRU efficace</p>
12h30 ... 14h00	Pause déjeuner
14h00 ... 15h30	<p>Focus sur deux sujets centraux « NPNRU » : la maison du projet, la production iconographique</p> <ul style="list-style-type: none">- Tour de table des pratiques et échanges- Benchmarks d'illustration <p>Les mots pour le dire : « pitcher » son quartier en 3 minutes Mon projet expliquer rapidement et clairement</p>
15h30 ... 17h00	<p>La communication « relogement » Retour d'expérience des participants / Apports théorique sur la communication « relogement » multilingue print et vidéo</p> <p>Feuille de route : le plan de communication Construire un plan de communication</p> <p>Débriefing</p> <ul style="list-style-type: none">- Evaluation de la formation en collectif et en individuel- Situation du participant à l'issue de la formation (besoins complémentaires)