GARD RHODANIEN Economie



# MARKETING TERRITORIAL

## Présentation de la démarche

9 septembre 2024
Conférence des Maires

# RAPPEL DE LA STRATEGIE GLOBALE

## La volonté

Le **projet de territoire**, construit avec la participation active de ses acteurs économiques, a souligné la nécessité de renforcer notre attractivité pour **faciliter le développement des entreprises et la création d'emplois**. C'est pourquoi, la collectivité a décidé dès 2019 de définir une stratégie de marketing territorial **construite par et pour les entreprises**.

## La méthodologie

Cette démarche s'est appuyée sur un groupe projet, composé de 15 chefs d'entreprises, qui a eu la charge de définir les **orientations clés** de cette stratégie.



# RAPPEL DE LA STRATEGIE GLOBALE

**Donner de la visibilité**
**Développer la notoriété**
**Renforcer la réputation**

- Définir l'identité économique compétitive du territoire, sa plateforme de marque, son discours
- se doter d'outils de communication
- Etre présent sur les réseaux sociaux



**Mobiliser les acteurs locaux**

- S'appuyer sur des ambassadeurs
- S'appuyer sur un Conseil de Développement
- Animation économique

**Réussir la mise en marché du territoire**

- Mettre en œuvre une stratégie de prospection
- Définir un parcours d'implantation pour l'entreprise
- Offrir un bouquet de services aux salariés

**Renforcer l'offre territoriale**
**Inscrire la démarche dans le long terme**

- Rendre la ville centre plus attractive: Bagnols Plage, Cœur de Ville
- Evaluer de la démarche

# RAPPEL DE LA STRATEGIE GLOBALE

## Les actions réalisées 2020 - 2022

### Vidéothèque

- Vidéo promotionnelle "Vivre en Gard rhodanien"
- Timelapse travaux pépinière
  Diffusion en septembre 2020
- Reportage : Regards croisés sur la crise
  Diffusion en septembre 2020
- Vidéo sur l'OZE M Boiteux
  Diffusion en février 2021
- Motion Design « Le territoire en Bref »
  Diffusion en septembre 2021
- Motion Design + itw « L'OCCAL »
  Diffusion en septembre 2021

### Photothèque

- Un challenge photos sur les réseaux sociaux
- 18 reportages effectués
- 540 prises de vue
- Constitution des prises de vue des « marqueurs du territoire »




### Outils de communication

- OZE Boiteux
  Plaquette de commercialisation
- RESEAUX SOCIAUX
  Création page Linkedin / Coordination des RS Office, Agglo et PO
- PORTAIL INTERNET
  Refonte du site de l'Office des Entreprises

### Lieu Totem économique

- Travaux d'aménagement
  Accueil, pépinière d'entreprises et espace coworking
- Identité
  Définition du nom et de la charte graphique
- Promotion
  Rencontres Jeunes Entreprises (avec GRISBI et CCI)

# LES ELEMENTS DE CONTEXTE







Un dynamisme économique territorial avéré
mais des difficultés de recrutement dans de nombreux secteurs d'activités

# UN TRAVAIL COLLECTIF ET PARTAGÉ

## Une ambition

Faire du territoire une destination de référence avec une **offre compétitive** du point de vue de **l'offre de service aux futurs salariés.**

## Un objectif

Construire collectivement une **stratégie de prospection, de promotion et d'accueil des salariés**. Se coordonner et mutualiser des actions.

# LES ETAPES DE LA CO-CONSTRUCTION



Etat des lieux et diagnostic

Définition des cibles, des objectifs stratégiques

Définition des actions à mettre en œuvre

Priorisation des actions

Constitution des groupes projet

Conception et réalisation des actions

## Un travail collaboratif, collectif et partagé

Une démarche conduite en **mode projet** avec des parties prenantes très diverses, fortement impliquées pour une finalité commune : renforcer notre attractivité

# LA STRATEGIE COMMUNE D'ATTRACTIVITE DES SALARIES

## Une stratégie qui s'appuie sur la destination Provence Occitane

Ce nom est plus attractif que "Gard rhodanien"

Il s'agit du nom de la destination touristique du territoire

La Provence comme l'Occitanie disposent d'une grande notoriété sur laquelle nous nous appuyons

## Les cibles prioritaires identifiées

1. Attirer les **jeunes familles** composées d'un actif dans **l'industrie ou le BTP**
2. Retenir les **jeunes**, les faire revenir
3. Les **professionnels du médico-social**, métiers de la santé et de la Petite enfance

## La Gouvernance

Un **comité de décision**

Présidé par Sylvie Barrieu-Vignal, VP au marketing et à l'emploi

Composé de Sébastien Bayart, VP à l'économie ; Benoît Trichot, VP au tourisme ; Julien Feja, Président du Conseil de Développement

# UN PLAN D'ACTIONS PARTAGE

## Attirer, prospecter le profil

Le **kit de communication** : guide sémantique comprenant les éléments de langage commun, une plaquette pour convaincre, roll-up témoignages,…

La **présence collective** au sein d'évènements : Evènement POP, Salons TAF, présence digitale

La campagne de **communication ciblée** : recensement des offres d'emploi, visites d'entreprises, page internet dédiée

## Recruter, intégrer le candidat

Le "**pass bienvenue**" pour le nouvel arrivant : structurer et coordonner une offre de service, proposer un accompagnement individuel, accueillir et intégrer les conjoints

La **valorisation des offres d'emploi du territoire**, le **traitement des candidatures**, l'**offre de formation** : intégrer la Provence Occitane dans les offres d'emploi, "plateforme emploi", faciliter la circulation des candidatures et valoriser l'offre de formation, marque employeur

## Retenir, fidéliser le salarié

Proposer une offre de **conciergerie inter-entreprises** dans les ZAE

# LES ELEMENTS FONDATEURS

## Des préalables à bâtir avant toutes autres actions

Définir collectivement les **valeurs du territoire, ses axes de force, ses enjeux** pour établir **son positionnement et la promesse commune.**

Construire les **éléments de langage commun.**

**Outiller les entreprises** en leur proposant un kit de communication évolutif, accessible en open source.

## Un appui externe

L'agence de communication Voix Off Communication accompagne la collectivité dans ce projet

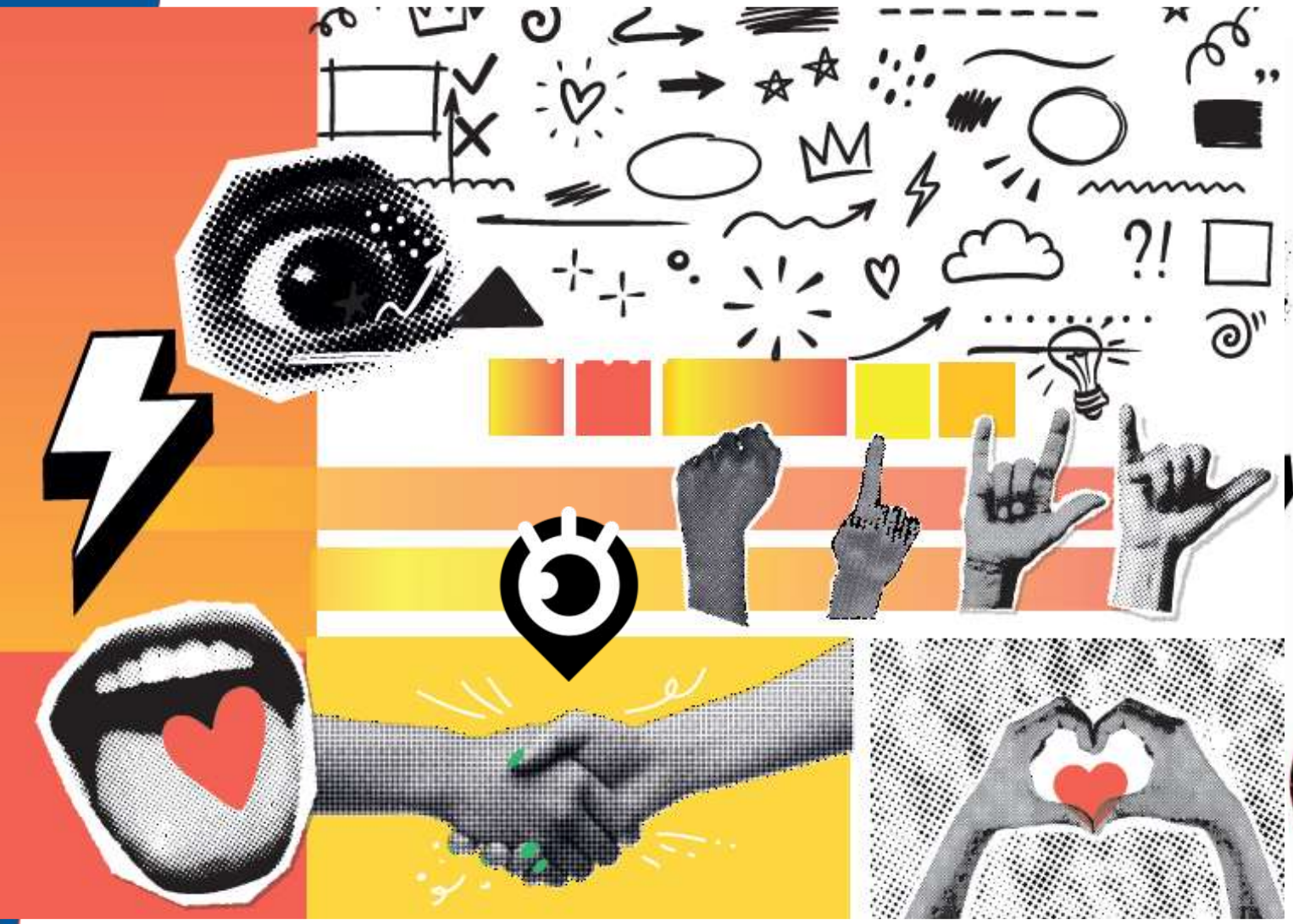
## Un objectif

Se démarquer et s'affirmer dans une **communication coordonnée** avec l'ensemble des voix de la Provence Occitane pour diffuser un **message clair et cohérent**.

# UNE APPELATION ORIGINALE ET PERCUTANTE



# UNE PLANCHE D'AMBIANCE





# LES ELEMENTS DE LANGAGE COMMUN

## Un récit de territoire et ses déclinaisons

Le storytelling s'appuie sur 18 attributs caractéristiques de la Provence Occitane

**Conviviale et festive**, pour mieux vous attirer, quitte à **se la jouer Prov'Occ**

**Fraîche et naturelle**, pour vous faire craquer, elle **Prov'Occ l'émerveillement**

**Gourmande et généreuse**, elle vous séduira, elle **Prov'Occ les sensations**

**Belle et rebelle**, elle vous fera profiter d'un cadre de vie de qualité, elle **Prov'Occ la curiosité**

**Entreprenante et aventureuse**, elle vous invite à faire le premier pas, elle **Prov'Occ l'envie**

**Libre et fière**, elle vous ouvre ses bras, elle **Prov'Occ le destin**

**Audacieuse et maline**, pour vous captiver, elle **Prov'Occ le changement**

**Déterminée et tenace**, quand elle promet elle tient, elle **Prov'Occ la réussite**

**Bienveillante et attentionnée**, elle vous met au défi de vous installer et réussir

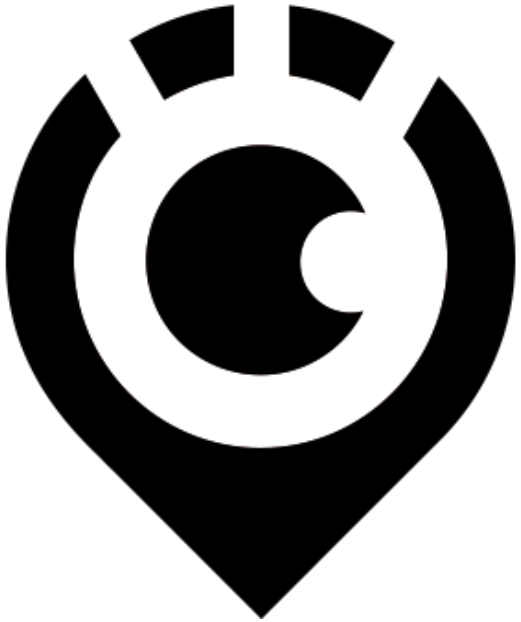
# LA BOITE A OUTILS DU RECRUTEUR

Attirer, prospecter le profil

## Les objectifs généraux

- Faciliter l'activation du levier des atouts du territoire pour **convaincre les talents**.
- Disposer d'élément de langage commun pour **vendre le territoire** : raconter les valeurs et les émotions de la Provence Occitane.
- Elaborer des messages diffusés par les entreprises, en les intégrant notamment dans leur **argumentaire de recrutement** et lors de l'embauche.
- Concevoir les outils nécessaires au **kit de communication** : guide sémantique, vidéo, plaquette pour convaincre, carte de situation, affichage, contenus type témoignage, portrait...

**#OsezLaProvOcc**



# CONVIVIALE ET FESTIVE

Elle ne ratera pas une occasion de vous rencontrer. **Elle se la joue Prov' Occ**



**Les lieux et fêtes à ne pas manquer :**

Les festivals et fêtes connues Les festivals et fêtes connues

Les festivals et fêtes connues Les festivals et fêtes connues

**Profitez d'un territoire tonique et vivant en milieu rural.**

La nature est toujours à deux pas en claquettes ou en basquette pour respirer, se baigner, se ressourcer, se détendre, se dépenser et découvrir les vertues d'un



# FRAÎCHE ET NATURELLE

Même le vent d'ici, le Mistral, ne résiste pas à décoiffer la cime des arbres.

**Ici c'est 2h de vacances / jour après la journée de travail.**

Et le week end saisissez toutes les occasions de sorties et de convivialité visites des curiosités locales, fêtes de village, grands festivals, apéro au bord de l'eau...

Elle dévoile ses plus belles parures.
**Elle prov' Occ' l'émerveillement**









**Les lieux emblématiques :**

La forêt de Valbonne,
Les cascade du Sautadet,
Ragnols Plage,
Gîtes

**Chiffres clés :**

**1000 km** de sentiers de randonnées pédestres,

**500 km** de sentiers VTT et boucles cyclo-découverte,

Les **3 plus beaux villages** de France,

**6 sites** Natura 2000...



# GOURMANDE ET GÉNÉREUSE

elle vous régale de ses mets gorgés de soleil.
Elle prov'Occ la curiosité

**Une véritable explosion de saveurs vous attend !** 5 fruits et légumes frais par jour - direct du producteur au consommateur... **Vous l'aurez compris, préparez-vous à la maison ou par les grands chefs locaux, les gourmandises locales et de saison ravissent vos papilles et votre panse.**

# BELLE ET REBELLE

Mais la Provence Occitane, c'est aussi **des villes à taille humaine** et leur florilège de **culture et activités urbaines** qui séduisent la jeunesse et répondent aux tensions des familles.







# 2 CRUS D'EXCEPTION TAVEL ET LIRAC.

**Des appellations en Côte du Rhône Village**

**Des producteurs locaux :**

- Ferme du Gutserrat,
- Manade de Joncas,
- la Manjolive,
- la Grenatitude,
- Côte les garrigottes,
- les grands restos,
- 16 marchés provençaux hebdomadaires,
- les Halles de la Cité
- Festival OLIO, et autres

- **1 territoire labellisé** Vignoble & Découvertes avec **71 structures labellisées** (Maison Rivier, Maison Sennac, Château de Manissy, Château St aboc, Cave des vignerons de Tavel et Lirac)
- **De bonne tables** (Château de Montmirat, La Solanède, Le Bouchon, Le Bienheureux, La Maison, L'a vin, Le Bienheureux, ...





# ICI AUSSI, C'EST MAGIQUE



**OSER PROVOQUER** VOTRE DESTIN!
TERRE DE JEUX ET DE CHALLENGE,
EN PROVENCE OCCITANE,
DE **NOMBREUX POSTES À POURVOIR,**
DANS **TOUS LES SECTEURS** !

**#OsezLaProvOcc**

osez la PROV'OCC
PROVENCE OCCITANE




**PASS PROV'OCC**

De services gratuits et sur mesure d'aide à l'installation pour vous et votre famille

# LA BOITE A OUTILS DU RECRUTEUR

## Site internet Office des Entreprises

Un nouveau design / De nouveaux outils au service du territoire, de ses entreprises et porteurs de projets







www.officedesentreprises.fr

- Pour valoriser l'offre territoriale et les savoir-faire
- Une vitrine de la destination économique
- Un annuaire des entreprises du territoire
- Les atouts du territoire mis en avant
- Des actualités et l'animation économique
- Une carte interactive des producteurs locaux
- Une boîte à outils pour communiquer et recruter
- Des ressources à télécharger

# PASS BIENVENUE
# POUR LE NOUVEL ARRIVANT

Recruter, intégrer le candidat

| | |
|---|---|
| **GUICHET VIRTUEL ET ACCUEIL PHYSIQUE** | Un guichet virtuel sur un site internet mais également un accueil physique proposant un service gratuit d'accompagnement individuel dédié pour aider les nouveaux arrivants à s'installer (logement, écoles, activités, services publics…) |
| **EVENEMENT DE BIENVENUE** | Organiser un temps d'accueil territorial des nouveaux arrivants avec présentation de l'offre de service et proposition de visite du territoire chaque année. |
| **LIVRET D'ACCUEIL** | Proposer un outil "séduisant" recensant l'offre de service territoriale que les entreprises pourraient transmettre ou imprimer pour les candidats. |
| **INTEGRATION DES CONJOINTS** | Accompagnement individualisé des conjoints, parrainage des candidature et création de liens au travers d'animations (cafés des conjoints). |



# LE ROLE DES ELUS DANS CETTE DEMARCHE

## 1ers ambassadeurs du territoire

- Parler d'une seule voix, à l'image de notre identité : Ici on joue collectif !
- Relayer la démarche auprès des entreprises et des nouveaux arrivants de la commune : de nouveaux outils et de nouveaux services
- Relayer la démarche sur le site internet et réseaux sociaux de la commune
- Intégrer la Prov'Occ, ses éléments de langage dans les présentations qui s'y prêtent et offres d'emploi de la commune et s'inscrire dans la démarche
- Être facilitateur dans la mise en œuvre du Pass'Prov'Occ en permettant les mises en relation

https://provocc.gardrhodanien.fr

# Merci de votre attention

Service Marketing, emploi et insertion
Solen FOURQUIN
s.fourquin@gardrhodanien.fr
06 07 26 22 71

