

## Le Marketing Territorial

CDEIF,  
Café économique du 14  
janvier 2008

Remerciements à :



## Le Club des développeurs économiques d'Ile-de-France : CDEIF

- Nos ambitions :
  - Échanger : cafés économiques, blog (<http://cdeif.over-blog.com/>) et site Internet (<http://www.cdeif.org>)
  - Découvrir : visites de terrains
  - Partager les idées : articles, notes, etc.
  - Répondre aux besoins de professionnalisation : formation.
- Notre organisation

## Le marketing territorial

"Le marketing territorial est l'effort de valorisation des territoires à des marchés concurrentiels pour influencer, en leur faveur, le comportement de leurs publics par une offre dont la valeur perçue est durablement supérieure à celle des concurrents. Cette activité est généralement pilotée par des agences de développement pour le compte d'autorités publiques et d'acteurs privés".

## Déroulement

- Présentation par Fabrice Hatem de son ouvrage
- Présentation de la méthode du club pour l'analyse de l'offre territoriale : CERISE REVAIT ®
- Débat

## La méthode CERISE REVAIT®

Vincent Gollain,  
Café économique,  
14 janvier 2008

## Sommaire

- Place de la méthode dans une démarche de marketing territorial
- Présentation de la méthode CERISE REVAIT® et prochainement « les 9 étapes clés d'une stratégie de marketing territorial ».
- En savoir plus : [www.cdeif.org](http://www.cdeif.org) , rubrique « méthode »
- Voir aussi le blog : <http://marketing-territorial.over-blog.com>
- Voir aussi les documents du 4<sup>ème</sup> séminaire économique de l'ARD sur le marketing territorial : [www.le-per.org](http://www.le-per.org) rubrique SRDE

# Les grandes étapes d'une démarche de marketing territorial

## Séquence 1 : établir son diagnostic

- Etape 1 : placer l'information au cœur de la démarche
- Etape 2 : analyser les marchés
- Etape 3 : étudier l'environnement des marchés
- Etape 4 : évaluer la position concurrentielle de l'offre territoriale
- Etape 5 : Synthétiser l'évaluation de l'offre territoriale au regard de la demande



## Séquence 2 : définir ses choix stratégiques

- Etape 6 : se donner une ambition
- Etape 7 : Construire sa promesse



## Séquence 3 : dresser son plan d'actions

- Etape 8 : construire sa partition par le mix marketing
- Etape 9 : planifier pour optimiser

# Les grandes étapes d'une démarche de marketing territorial

## Séquence 1 : établir son diagnostic

- Etape 1 : placer l'information au cœur de la démarche
- Etape 2 : analyser les marchés
- Etape 3 : étudier l'environnement des marchés
- Etape 4 : évaluer la position concurrentielle de l'offre territoriale
- Etape 5 : Synthétiser l'évaluation de l'offre territoriale au regard de la demande

CERISE REVAIT ®



## Séquence 2 : définir ses choix stratégiques

- Etape 6 : se donner une ambition
- Etape 7 : Construire sa promesse



## Séquence 3 : dresser son plan d'actions

- Etape 8 : construire sa partition par le mix marketing
- Etape 9 : planifier pour optimiser

## Etudier l'offre du territoire

- L'analyse de l'offre est essentielle
- Il faut lui donner un angle marketing
- Analyser les caractéristiques de l'offre en fonction des marchés pré-étudiés et retenus
- Eviter de se perdre dans les détails
- Suivre l'offre des concurrents : analyse concurrentielle et benchmarking

## Les objectifs de la méthode

La méthode CERISE REVAIT®, développée ici par l'auteur, propose une clé de lecture revisitée des caractéristiques du territoire afin de permettre un meilleur positionnement de l'offre territoriale grâce à une connaissance renouvelée des atouts et avantages concurrentiels locaux.

## Champs d'application

- Analyse de l'offre territoriale dans son ensemble
- Analyse de l'offre territoriale pour une filière ou un secteur d'activité.

**Question : « à quoi Cerise rêvait en observant ce paysage ? »**



## En regardant le paysage, CERISE REVAIT® d'analyser la valeur d'un territoire

|          |   |
|----------|---|
| <b>C</b> | <b>Capital Humain</b>                       |
| <b>E</b> | <b>Entreprises et acteurs leaders</b>       |
| <b>R</b> | <b>Réseaux et points nodaux</b>             |
| <b>I</b> | <b>Infrastructures</b>                      |
| <b>S</b> | <b>Services</b>                             |
| <b>E</b> | <b>Événements professionnels</b>            |
| <b>R</b> | <b>Recherche et Développement</b>           |
| <b>E</b> | <b>Entreprises secondaires</b>              |
| <b>V</b> | <b>Valeurs et identité du territoire</b>    |
| <b>A</b> | <b>Actions collectives structurantes</b>    |
| <b>I</b> | <b>Image extérieure</b>                     |
| <b>T</b> | <b>TIC</b>                                  |
| <b>®</b> | <b>® Ressources naturelles et Physiques</b> |

## Pour chaque composante

- Identifier les forces et faiblesses du territoire
- Identifier les menaces et opportunités
- Synthétiser

## Exemple : événements et rencontres professionnelles (filière TIC / IDF)

### Forces

- Infrastructures et services
- Salons existants
- Infrastructures (y c. hôtels)

### Faiblesses

- Pas de grands salons leaders
- Coûts d'organisation
- Image internationale en TIC

### Opportunités

- Pôles de compétitivité
- Volonté et imagination des acteurs locaux

### Menaces

- Développement de lieux concurrents
- Capacités d'investissement

## Tableau de synthèse : niveaux d'opportunité

| Segments | C | E | R | I | S | E | R | E | V | A | I | T | ® | Synthèse : atouts de l'offre territoriale |
|----------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Seg. 1   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   | Faible à élevée                           |
| Seg. 2   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   | Faible à élevée                           |
| (...)    |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   | Faible à élevée                           |
| Seg. n   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   | Faible à élevée                           |

Ce tableau synthétise les atouts de l'offre territoriale au regard de la concurrence. C'est une première synthèse.

## Prochaines actions

- Café économique du 29 janvier 2008 : présentation de l'opération de l'Île Seguin Rives de Seine à Boulogne-Billancourt.
- Prochaine visite de site : l'OIN de Seine Aval : 12 février 2008

