

F049 Promotion des orientations stratégiques de l'EPT par la mise en œuvre de la stratégie de communication

Réalisation

Périmètre
EPT Grand-Orly Seine Bièvre
Exigence
Exigence 4 : s'affirmer comme un territoire métropolitain incontournable
Objectifs
<p>A travers les exigences de son projet de territoire, l'EPT Grand-Orly Seine Bièvre s'est donné une ambition politique commune de développement au bénéfice des habitants et des entreprises du territoire. Ces orientations stratégiques sont ainsi la colonne vertébrale de l'ensemble de ses politiques publiques, traduites pour une part dans le plan d'actions.</p> <p>Aujourd'hui, il s'agit de coordonner la communication et le positionnement du territoire afin de promouvoir ses actions à différentes échelles, notamment auprès : des habitants, des partenaires économiques locaux, des partenaires internationaux, des autres collectivités territoriales. Cet axe de travail assurera la promotion et la valorisation de ce territoire par rapport aux autres territoires franciliens et, particulièrement en matière de développement économique, sa compétitivité.</p> <p>Enfin face à l'urgence climatique, l'EPT Grand-Orly Seine Bièvre a souhaité porter une orientation stratégique particulière sur l'environnement, traduite dans les actions du projet de territoire, et particulièrement l'exigence 1 : combattre les dérèglements climatiques et les nuisances.</p>
Description de l'action
<p>La stratégie globale de communication et de marketing économique territorial mise en œuvre par l'EPT Grand-Orly Seine Bièvre s'appuie sur cette armature.</p> <p><u>Zoom : une campagne de communication et de sensibilisation sur la politique environnementale à l'échelle du territoire</u></p> <p>L'EPT Grand-Orly Seine Bièvre lance une campagne de communication sur la politique environnementale qui va concerner plusieurs domaines : les déchets, l'assainissement, l'éclairage public, le patrimoine, l'environnement notamment.</p> <p><u>Zoom : un plan marketing économique territorial ayant pour objectif de faire du territoire une « destination économique » francilienne</u></p> <p>Lors des premières assises du développement économique, le besoin d'une stratégie de marketing territorial a été évoqué et retenu comme un axe majeur de la feuille de route territoriale.</p> <p>L'EPT Grand-Orly Seine Bièvre et une quarantaine d'acteurs socio-économiques du territoire se sont donc engagés depuis mai 2018 dans la co-construction d'une stratégie de marketing territorial. Elle doit assurer la visibilité et la lisibilité du territoire, de ses atouts et opportunités, aux échelles régionales, nationales et internationales, aussi bien auprès de futurs salariés et habitants que d'investisseurs et utilisateurs. Ce travail est mené lors d'ateliers collectifs réguliers. Il a déjà permis de définir un plan en 5 axes et 22 actions prioritaires mis en œuvre sur la période 2019-2020.</p> <p>Axe 1 : Mettre en place un mode de gestion participatif et pérenne de la démarche de marketing territorial avec les grands partenaires de la démarche.</p> <p><i>Exemple d'action : Partager et renforcer la culture commune du territoire est un élément essentiel de réussite à moyen – long terme. Pour ce faire il a été retenu la nécessité d'organiser des sessions communes entre les acteurs impliqués dans la démarche. Les modalités précises sont multiples : Université des développeurs, visites de sites, entraînement aux pitches commerciaux, séminaires prospectifs, outils d'accueil des salariés dans les villes, etc.</i></p> <p>Axe 2 : Maîtriser et construire une réputation économique attractive pour l'EPT Grand-Orly Seine Bièvre par des actions s'inscrivant dans l'univers d'une politique de marque.</p>

Exemple d'action : Ecrire prioritairement et collectivement un discours commun sur le territoire : « le storytelling de l'EPT Grand-Orly Seine Bièvre ». Cette narration s'appuiera sur les éléments déjà rassemblés et visera à présenter le nouveau visage du territoire dans une optique humaine. Il s'agit de faciliter la projection des personnes sur le territoire en transformant positivement l'image qu'elles en ont. Ce storytelling comprendra l'élaboration d'un slogan pour le territoire, si nécessaire. Cette narration marketing se doit d'être illustrée de preuves de différentes natures : photos, portraits d'acteurs locaux, cartes, infographies, chiffres, vidéos, etc.

Axe 3 : Structurer les actions de promotion – prospection à destination des trois cibles prioritaires retenues (Entreprises, investisseurs immobiliers et salariés) : pour faire naître et accompagner les intentions d'installation et d'investissement, puis les transformer en projets réussis sur le territoire.

Exemples d'actions : auprès des entreprises - Monter un club des influenceurs économiques (personnalités locales, influenceurs sur Internet, anciens des établissements d'enseignement supérieur du territoire, etc.) pouvant jouer un rôle clé dans le rayonnement du territoire.

Auprès des investisseurs immobiliers - Utiliser le futur site Internet de valorisation de Grand-Orly Seine Bièvre pour valoriser également le territoire à destination des investisseurs immobiliers.

Auprès des salariés : Construire des Eductours / Opentours à destination des responsables RH des entreprises, dirigeants, salariés et représentants du personnel.

Axe 4 : Mobiliser les forces vives du territoire, retenues comme stratégiques avec les partenaires, afin d'obtenir des résultats concrets en matière d'attractivité et de développement économique.

Exemple d'action : Construire un kit d'information présentant la démarche d'attractivité et de marketing territorial de l'EPT Grand-Orly Seine Bièvre à destination de tous les habitants et salariés du territoire. Ce kit sera relayé à travers les outils de communication de l'EPT Grand-Orly Seine Bièvre et de ses partenaires publics et privés. L'objectif est de montrer ce qui est fait, les objectifs et les retombées qu'ils peuvent en attendre.

Axe 5 : Renforcer l'offre territoriale.

Zoom : La participation et/ou l'organisation à des événements économiques de portée métropolitaine

Pour promouvoir son positionnement et son attractivité, des actions sont menées collectivement avec les acteurs économiques locaux. Le territoire assure en parallèle sa valorisation auprès du public et des professionnels lors d'événements incontournables de portée régionale, nationale et internationale, parmi lesquels :

- Salon de l'Immobilier d'entreprise (SIMI) à Paris :

Le SIMI est l'évènement de référence pour les acteurs de l'industrie immobilière en France. Il rassemble pendant trois jours plus de 30 454 professionnels et 470 sociétés et collectivités participantes représentant l'intégralité de l'offre immobilière et foncière et également l'ensemble des services associés à l'immobilier et l'entreprise.

Vitrine du marché français de l'immobilier d'entreprise, le SIMI est un lieu d'échanges, de débats et avant tout un grand rendez-vous d'affaires entre professionnels. Pour le territoire, le SIMI est une occasion pour promouvoir l'offre disponible et programmée sur le territoire.

- Marché international des professionnels de l'immobilier (MIPIM) à Cannes :

Le MIPIM est un événement qui réunit pendant quatre jours les acteurs les plus influents de tous les secteurs de l'immobilier international. Il rassemble chaque année 26 800 participants et des intervenants évoluant à tous les niveaux de la chaîne de valeur (investisseurs et institutions financières, promoteurs, municipalités et autorités locales, occupants professionnels, architectes, groupes hôteliers). Offrant un accès exclusif à un grand nombre de projets de développement sur tous types d'actifs immobiliers (bâtiments résidentiels, santé, hôtellerie, logistique et parcs industriels, infrastructures, commerces et loisirs, bureaux, bâtiments à usages multiples) et de sources de capitaux à travers le monde, le MIPIM est une plateforme unique pour tous ceux qui souhaitent exposer et développer leur réseau afin de conclure de nouvelles transactions.

Le MIPIM est le salon immobilier à vocation internationale qui permet de promouvoir le territoire bien au-delà des partenaires habituels, de pouvoir faire des rapprochements avec d'autres territoires et d'autres institutions qui œuvrent notamment à l'international, particulièrement pour faciliter la promotion des projets prioritaires en lien avec nos domaines d'activité stratégiques.

- Les assises : un rendez-vous annuel du développement économique de l'EPT Grand-Orly Seine Bièvre
Les assises du développement économique réunissent chaque année depuis 2017 environ 300 acteurs économiques locaux. Elles sont l'occasion de dresser le bilan annuel des avancées, et de mener des échanges et réflexions concernant les perspectives et objectifs du territoire. (C'est l'occasion de tenir des ateliers animés par des personnalités reconnues dans leur domaine industriel, marketing ou économie sociale et solidaires- ESS en 2019 par exemple)

- Tech'Innov à Paris

Créé par la Chambre de commerce et d'industrie de l'Essonne, Tech'Innov est l'événement de référence dans l'écosystème de l'innovation. Il combine pour ses participants le haut niveau de qualification d'une convention d'affaires et la visibilité offerte par un salon professionnel. Tech'Innov est l'occasion de faire valoir l'offre et l'écosystème du territoire.

- Salon des entrepreneurs à Paris

Ce sont près de 2000 experts mobilisés pour répondre aux questions : du projet au démarrage de l'activité, de l'implantation en passant par le financement, du quotidien jusqu'au développement ou l'accélération du projet. Ce salon permet au territoire de promouvoir l'accompagnement et l'offre de services du territoire auprès des créateurs d'entreprises.

- Participation à d'autres salons à rayonnement national ou international soit en tant qu'acteur soit en tant que visiteur : Salon franco- chinois de Gentilly, Salon e-health de Monaco, Salon des maires d'Ile de France

Adhésion et/ou participation et/ou co-organisation aux événements partenaires : Participation au comité des territoires de Choose Paris Region, aux assemblées générales annuelles ou événements mensuels des partenaires : Association des directeurs immobiliers, Paris - Ile de France capitale économique, Chambre officielle de commerce d'Espagne en France, etc., co-organisation d'événements partenaires : French Fab tour, Job dating ou salon emploi, Welcome94, Entreprises à la rencontre de vos voisins

Pilotage

L'EPT Grand-Orly Seine Bièvre est lanceur de la réflexion avec les communes

Compétence développement économique : EPT et Région Ile de France

Partenaires

Association pour le développement économique du pôle Orly Rungis (ADOR)

Agence Essonne Développement

Association des entreprises du parc d'activités de Morangis (APAM)

Business France

Chambres consulaires : Chambre de commerce et d'industrie (CCI) de l'Essonne et du Val de Marne, Chambres des métiers et de l'artisanat (CMA) de l'Essonne et du Val de Marne

Comites Departemantaux du tourisme et des loisirs (CDT) de l'Essonne et du Val de Marne

Syndicat de la Cité de la Gastronomie

Club d'entreprises : Club Cultur'Fab, Club des entreprises d'Ivry-sur-Seine, Club Hotelier Val-de-Marne, Club Orly Business, Club Val de Bièvre Entreprises, D&P Développement et Partage (club d'entreprises essonnien), Dynamique Savigny (club d'entreprises Savigny-Sur-orge)

EPA ORSA/Grand Paris Aménagement

SADEV 94

Fondation FACE 94

Groupe Aéroports de Paris (ADP)

Institut Paris Région

Le cercle des entrepreneurs

Orly International

Paris Region Entreprises (PRE)

Région Ile-de-France

Reseau entreprendre Val de Marne
SEMMARIS
MIN de Rungis
Silver Innov'
Val de Marne Info
Choose Paris Region, Paris – Ile-de-France capitale économique,
Pôles de compétitivité, clusters, têtes de réseaux

Temporalité

La mise en œuvre de la stratégie de communication est une action permanente à mener à court comme à long terme.

Action en lien