



03 avril 2018

ATTRACTIVITÉ

Lancement de la stratégie d'attractivité, du plan d'actions 2018/2020 & dévoilement de la marque territoriale

Moins d'un an après le lancement de la démarche d'attractivité et de marketing territorial, la Ville de L'Isle-sur-la-Sorgue et ses partenaires s'apprêtent à dévoiler le cadre de la conduite stratégique, le plan d'actions marketing collectif répondant aux problématiques prioritaires du territoire ainsi que la marque territoriale qui aura vocation à être partagée par tous les acteurs.

Rappel du lancement de la démarche et de la méthodologie

Alors que se joue une concurrence renforcée entre les territoires, la Ville a lancé il y a un an la Mission L'Isle-sur-la-Sorgue Attractivité (MISSA) dans l'objectif de renforcer sa compétitivité et son attractivité et de mieux maîtriser son développement.

Mobilisant massivement les acteurs locaux publics et privés, la MISSA a développé une démarche ambitieuse de marketing territorial et organisé le 10 mai 2017 une première réunion publique. Bénéficiant d'une méthodologie rigoureuse et éprouvée, la démarche s'est inscrite dans le cadre d'une approche de co-construction à travers la consultation et la participation active des acteurs référents de L'Isle-sur-la-Sorgue et de sa région proche.

À cet effet, un site collaboratif a été mis en ligne afin de permettre à chacun d'être informé de la démarche méthodologique mise en place et d'y participer activement. De mai à septembre 2017, un diagnostic partagé de l'attractivité de L'Isle-sur-la-Sorgue et de son territoire a été établi sur la base d'un pré-diagnostic technique basé sur des données chiffrées et factuelles, d'enquêtes quantitatives et qualitatives, d'une étude identitaire, d'une étude sur la visibilité du territoire et de ses acteurs privés, d'une analyse des attentes et comportements des principales clientèles économiques et touristiques et enfin d'interviews et de séminaires de travail auxquels ont participé 246 acteurs référents du territoire.



CONTACTS PRESSE

Alexandra Solé Sala

Direction de la communication

04 90 38 79 00

06 19 33 66 10

www.islesurlasorgue.fr



Un diagnostic partagé et des défis à relever

Une seconde réunion des acteurs s'est tenue le 11 septembre 2017 dans l'objectif de restituer le diagnostic d'attractivité qui a mobilisé au total 1 586 personnes parmi lesquelles des résidents (972 dont 505 acteurs), des clients et des influenceurs ou décideurs économiques (614).

Si le diagnostic a mis en valeur les atouts majeurs qui ont permis jusqu'à présent de maintenir une forte attractivité touristique et résidentielle, il a aussi mis en évidence les faiblesses qui pénalisent son attractivité économique.

Sept défis ont été relevés en réponse aux différentes problématiques à régler : défi du sens, de l'identité et du développement durable, défi des synergies et du financement, défi de l'accueil, défi de l'excellence et de la valeur, défi de l'équilibre, défi de la marque et de la visibilité, défi du collectif et des ambassadeurs.

Au travers de la plateforme collaborative en ligne d'informations et d'échanges, toutes les personnes souhaitant s'inscrire dans la démarche ont pu participer activement, déposer des idées pour le territoire et voter pour les idées publiées et s'inscrire comme « ambassadeur-fondateur » dès septembre 2017 avant même la fin de l'étude afin de relayer l'information sur la MISSA, révéler les meilleurs talents du territoire et se mobiliser fortement dans des groupes de travail.

Entre septembre 2017 et fin mars 2018, 19 réunions de travail ont été organisées mobilisant à nouveau plus de 390 acteurs d'une part dans l'élaboration de la stratégie d'attractivité et du plan d'action opérationnel et d'autre part dans la co-construction et le test de la marque partagée.

Début avril 2018, la MISSA comptabilise à ses côtés plus de 320 ambassadeurs actifs et investis. Elle aura mobilisé au global 1 684 personnes différentes (dont 895 acteurs référents), certaines d'entre elles ayant souhaité participer à plusieurs réunions de travail.

Dévoilement du cadre stratégique, du plan d'action et de la marque partagée

Le 16 avril, qui constituera la troisième réunion publique entre tous les acteurs, sera le point d'orgue de cette démarche ambitieuse. C'est à cette occasion que seront dévoilés les objectifs, la vision, le positionnement du territoire, les grands choix de secteurs et de marchés-cibles prioritaires, la gouvernance et les principales actions et moyens techniques du Plan d'action 2018/2010 déjà mis en place ou à venir ainsi que la marque territoriale partagée.

Présentation publique le lundi 16 avril 2018 à 18h30

à l'amphithéâtre du Belambra Club « Le Domaine de Mousquet » , L'Isle-sur-la-Sorgue
Mission L'Isle-sur-la-Sorgue Attractivité : missa@islesurlasorgue.fr - 04 90 38 96 88



CONTACTS PRESSE

Alexandra Solé Sala

Direction de la communication

04 90 38 79 00

06 19 33 66 10

www.islesurlasorgue.fr