

1.

Editorial

Bénédicte de Lataulade

2.

Dossier :

Le Marketing territorial

3.

Chantier :

groupe habitat privé

4.

L'agenda

5.

Brèves :

10 nouveaux adhérents

1.

Editorial

Marketing territorial : effet de mode ou complément indispensable au développement d'un territoire ?

Pourquoi avoir voulu enclencher un cycle de réflexion sur l'attractivité territoriale ? Le marketing territorial étant un des outils au service de l'attractivité, nous avons voulu comprendre pourquoi nous sommes confrontés à ces questions dans nos missions diverses : marchés détendus, revitalisation des centres-bourgs, rénovation urbaine... Nous avons choisi de traiter ce thème en trois temps : une session de formation animée par Vincent Gollain, économiste de formation et créateur du site www.marketing-territorial.org, puis un petit déjeuner co-animé par deux adhérents, Philippe Caparros, gérant d'ExpanTia et François Noiset, président de Kalutere Polys. Enfin, à l'occasion de l'Assemblée générale de l'ACAD, les adhérents se sont livrés à une séance de World Café, animée par Patrick Duhoux de la société Dodeca. Autant de formes, académiques ou ludiques, pour aborder ces thèmes liés à l'attractivité des territoires, une des problématiques récurrentes de nos métiers.

Bénédicte de Lataulade,
Présidente



Mauro de World Café

2.

Dossier : Attractivité territoriale

Le marketing territorial, un révélateur de compétitivité et d'attractivité des territoires...

C'est en ces termes que Vincent Gollain résumait le marketing territorial en introduction de la Journée de formation proposée aux adhérents le 2 février dernier. Ni marketing public, ni marketing d'entreprise mais « un peu des deux », l'économiste définit le marketing territorial comme « un effort collectif de valorisation et d'adaptation des territoires pour influencer une prise de décision par une offre différente et attractive dont la valeur perçue est durablement supérieure à celle des concurrents ». Outre la nécessaire mobilisation des acteurs (politiques, services administratifs et économiques), il nécessite au préalable de poser un diagnostic, de définir des choix stratégiques et de dresser un plan d'action. L'organisation et l'information sont au cœur d'une démarche qui impose aussi d'analyser des marchés, d'étudier leur environnement, et d'évaluer la position concurrente de l'offre territoriale.

...au risque de simplifier les enjeux des dits territoires

Philippe Caparros, gérant d'ExpanTia et François Noiset, président de Kalutere Polys se sont livrés à une confrontation de leurs visions à la recherche d'une définition de l'attractivité territoriale. S'appuyant sur son expérience en matière de développement territorial dans le domaine du tourisme notamment, Philippe Caparros reconnaît que : « travailler sur l'attractivité est à mi-chemin entre la prospective sociale et économique et une démarche plus rationnelle de performance d'un territoire comme s'il était une entreprise ». Le territoire doit donc être regardé dans toutes ses composantes (productive, sociale, publique et résidentielle). C'est aussi « s'inscrire dans une posture collective ». Selon lui, « l'attractivité, c'est du développement local avec une logique marketing ». Philippe Caparros ajoute cependant une nouvelle dimension : « Penser global pour agir local ». « On est passé d'un mode de raisonnement en silo - mode d'organisation des collectivités locales - à une approche globale » explique-t-il. D'où l'intérêt d'organiser des plateformes de compétences.

Pour François Noiset, « l'attractivité territoriale est un sujet à la mode », avec le risque d'être « simplificateur des enjeux de territoires ». Or, « tous les indicateurs d'attractivité ne dépendent pas de la seule décision du territoire », explique-t-il. Il convient donc de bien choisir ses catégories d'indicateurs, savoir où se situent les avantages concurrentiels et bien identifier les atouts locaux, sans oublier de rechercher les réductions de coûts, de faire de la prospective, de repérer les effets d'aubaine plus solides dans la durée et de capitaliser dessus. Car « le but n'est pas d'avoir le maximum de flux mais d'en tirer le meilleur bénéfice social, environnemental et financier ».

S'il est reconnu que le marketing territorial est une approche très économique, quid de la rentabilité sociale ? Les nouvelles méthodes collaboratives d'intelligence collective ne seraient-elles pas plus pertinentes ? Pour François Noiset, « tous les outils collaboratifs reposent sur des règles du jeu que fixe le consultant ». A lui de privilégier l'atelier collaboratif pour redéfinir un projet plutôt qu'un comité de pilotage pour l'entériner, de respecter les règles de discussion et donner un timing ainsi que des responsabilités à chacun des sous-groupes... Trois idées se profilent en arrière-plan : la concertation, la co-construction et la co-responsabilité, permettant ainsi de rendre au politique la responsabilité du projet pour le territoire.

Le 14 mars, les adhérents de l'ACAD clôturent cette année placée sous le thème de l'attractivité des territoires en se livrant à une séance de World Café. Idée clé : démontrer la technique de créativité de cette méthode qui repose sur l'échange d'expériences personnelles et l'écoute. Cette approche a un double intérêt. Tout le monde a une expérience et trouve quelque chose à dire, tous les participants, quelque soit leur savoir ou leur métier, étant contributeurs à un même niveau d'égalité. De plus, la méthode évite les longs débats. Car, autant on peut débattre sur des théories d'écoles, autant on écoute l'expérience personnelle de l'autre. On assiste alors à l'émergence d'un certain nombre de points qui sont une réalité puisqu'ils s'appuient sur des expériences.

3.

Chantier : Groupe habitat privé

Feuille de route ambitieuse pour le groupe Habitat privé en 2017

De nouveaux axes de travail ont été définis pour 2017 par le groupe Habitat privé dans le cadre du renouvellement, pour une période de trois ans, de la convention avec l'Anah.

Le premier concerne la mise en œuvre du programme « Habiter mieux » qui porte sur la rénovation énergétique du bâti de l'habitat privé (environ 100 000 logements à rénover en 2017 dont 70 000 en habitat individuel et 30 000 en copropriété), « Le travail de fond est réalisé par nos équipes sur le terrain afin d'accompagner le plus possible de ménages dans ce vaste programme de rénovation énergétique », confirme Damien Leclerc. « Au-delà de notre engagement d'accompagner l'Anah sur une partie de son objectif, notre intérêt est de développer une approche globale de manière à intervenir à 360° sur les thématiques de la réhabilitation et de la rénovation énergétique de l'habitat et, selon les publics, de développer de nouveaux partenariats ». Comme avec l'Ademe ou l'ANRU, « Nous travaillons à positionner le réseau dans l'ensemble des grandes institutions, agences ou ministères, et nos participations à différentes consultations ministérielles comme la circulaire « Décence Logement » ont permis de développer largement l'identification du réseau par les acteurs publics », reconnaît Damien Leclerc.

Un deuxième axe de travail porte sur la simplification et la dématérialisation, deux enjeux imposés par le contrat de performance de la tutelle aux agences nationales dont l'Anah. Il s'agit de simplifier les démarches des propriétaires mais aussi de l'ensemble des acteurs intervenant sur le dispositif Anah. Ce travail fait l'objet d'un suivi local avec retour d'expériences pour l'Anah afin qu'elle puisse orienter ses travaux. Un suivi au niveau global est aussi observé pour la création de plateforme numérique (dépôt de dossiers ou informations des propriétaires...). A ce titre, le groupe Habitat privé retrouve, à raison d'une fois par mois, l'Anah et tous les acteurs réunis dans l'Openlab pour la conception de la plateforme nationale. « La programmation se fait sur la base des échanges au sein de l'Openlab », explique Damien Leclerc. « Cette démarche de normalisation des données à l'échelle nationale nous permet d'assurer à l'ensemble des membres de l'ACAD la capacité de pouvoir s'adapter à ces changements ».

Troisième sujet : la certification. L'Anah a engagé la réforme de ses référentiels d'ingénierie ainsi que leurs financements. En 2017, le réseau ACAD sera largement sollicité sur ce sujet. Quelques pistes ont déjà été évoquées : elles portent sur des enjeux de certification avec des labellisations d'opérations, et, à moyen terme, la reconnaissance et la structuration des compétences des opérateurs sur une partie des missions de l'Anah. « Une des priorités du groupe Habitat privé est d'accompagner l'Anah dans ses réflexions pour que des structures privées et indépendantes de toutes tailles et de tous types puissent se positionner sur ces missions ».

4.

L'agenda

• **Mardi 9 mai 2017 :**
Matinale de l'ACAD

De 09h30 à 11h

- Appel à idées pour les 20 ans de l'ACAD. La séance sera consacrée à la réflexion sur l'évolution de nos métiers et devra fixer le programme de l'anniversaire

De 11h à 12h

- Accueil des nouveaux adhérents

De 12h à 14h

- Conseil d'administration

• **Mardi 6 juin :**
- CA de 09h30 à 11h30

• **Juin 2017 :**
Journée de formation

- les outils de la participation citoyenne

- le design thinking

• **Mardi 4 juillet 2017 :**
Matinale de l'ACAD

De 09h30 à 11h

- Petit déjeuner thématique

De 11h à 12h

- Accueil des nouveaux adhérents

De 12h à 14h

- Conseil d'administration

5.

Brèves : Dix nouveaux adhérents

Au cours des derniers mois, dix nouveaux adhérents et autant de nouvelles compétences ont rejoint les rangs de l'ACAD. Ces sociétés interviennent sur tout le territoire :

• **Adenda**, conseil en stratégie urbaine et commerciale basée à Lille, animée par Léa Buzellez et Delphine Fardoux.

• **Brodsky Consultants**, créée par Marina Brodsky, conduit des missions d'AMO dans les domaines de l'achat public, de l'aménagement et des déchets.

• **C.E.F.U.A.M.**, créée par Mireille Riou, ex-directrice de l'agence d'urbanisme de Guyane. Spécialisée en urbanisme, basée dans le Sud-Ouest, elle intervient sur l'ensemble du territoire.

• **CEPRO+**, crée par Cécile Barnasson, présidente, et Pierre Olivier, DG. Cette société de conseil accompagne les acteurs de la copropriété pour en améliorer la gestion et la gouvernance.

• **CS-Consulting**, créée par Claire Saignol, développe une activité de conseil en financements européens et affaires publiques.

• **Denerier Martzolf Pastenaïes**, agence d'architectes urbanistes, exerce dans le domaine de l'urbanisme opérationnel.

• **ExpanTia**, créée par Philippe Caparros, est spécialisée dans le développement économique et territorial, le développement de projets et AMO dans le secteur du tourisme, loisirs, patrimoine et sports.

• **Réussir l'Espace Public (REP)** : ce GIE se consacre à l'analyse et à la programmation des usages des espaces publics et a développé une expertise sur les domaines de la tranquillité/sécurité urbaine. Camille Hagège est administrateur.

• **V.E.A. (Villes en Atelier)**, créé par Christelle Ogbia, architecte urbaniste et programmatrice, est un cabinet de conseil en urbanisme, architecture, foncier, paysage, mobilités, VRD, économie de projets et en environnement.

• **Ville en Oeuvre** présidée par Jean-Philippe Pichevin, accompagne les acteurs publics et privés de l'aménagement dans le montage opérationnel et l'optimisation financière de leurs projets urbains.