

TASHAROC

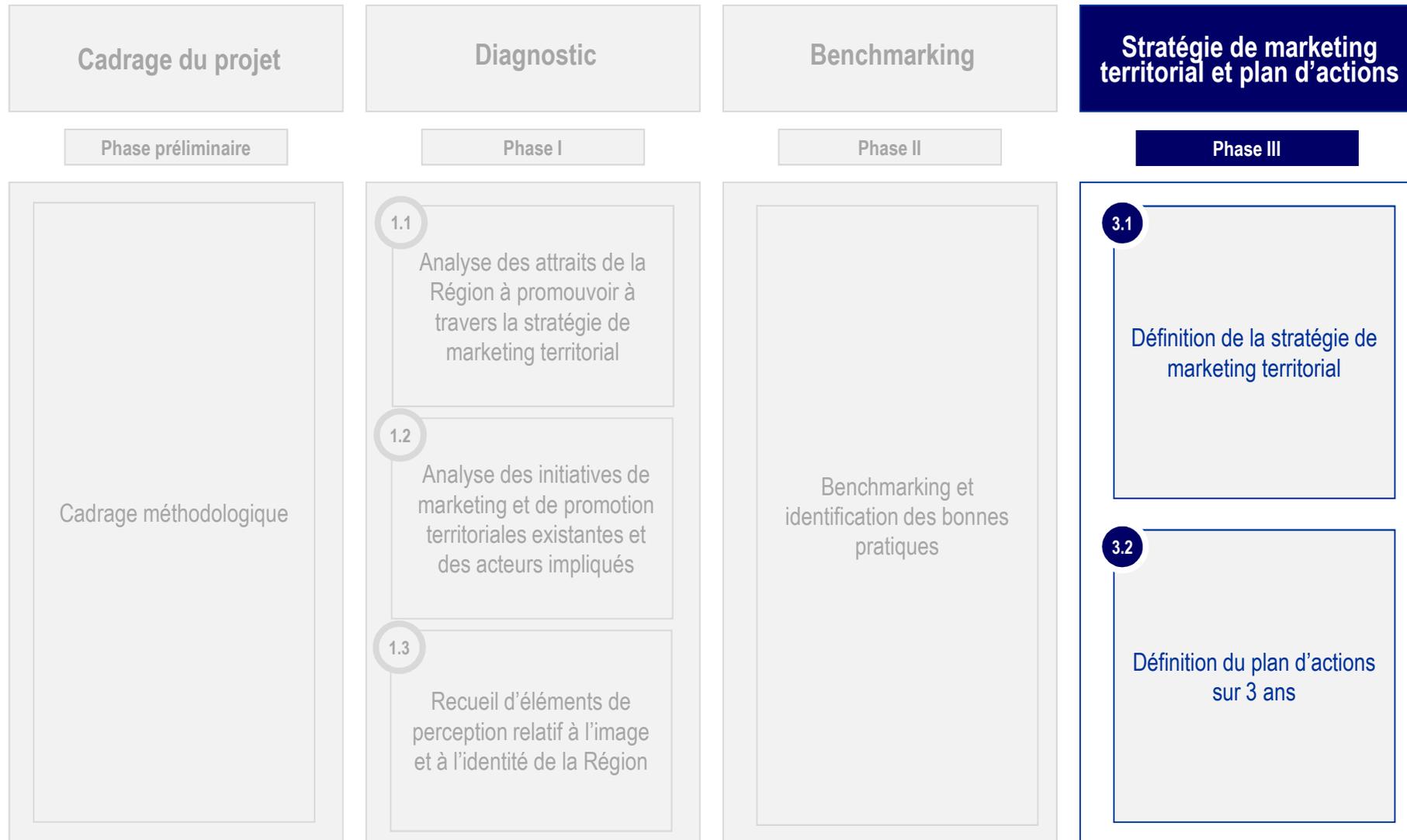
For an open Region

Définition d'une stratégie de marketing territorial pour le Conseil
Régional de la Région Tanger Tétouan Al Hoceima

Livrable de la phase III – Stratégie de Marketing territorial et Plan d'actions de
mise en œuvre

Démarche méthodologique – Rappel

Le présent livrable restitue la phase III de la mission



Phase III - Etape 3.1 : Définition de la stratégie de marketing territorial



Phase III - Etape 3.1 : Définition de la stratégie de marketing territorial

Architecture de la stratégie



- *Définition de l'objectif global à l'horizon 2021*
- *Déclinaison de la Vision globale en axes stratégiques*
- *Définition des projets qui répondent à chaque axe stratégique*
- *Définition des actions à mener pour la réalisation des projets*

Phase III - Etape 3.1 : Définition de la stratégie de marketing territorial

Vision et axes stratégiques

Une Vision forte et affirmée du rôle du Conseil Régional dans le développement du marketing territorial ...

Le Conseil Régional, acteur moteur du développement du marketing territorial de la Région

... à travers deux axes stratégiques majeurs

AXE 1 - PROMOTION DE LA REGION

Le Conseil Régional, promoteur et ambassadeur de l'attractivité de la Région

- *Faire du Conseil Régional une plateforme de partage et de diffusion privilégiée d'information sur les facteurs d'attractivité de la Région*
- *Faire du Conseil Régional un relais majeur de l'attractivité Régionale au niveau régional, national et à l'international*

AXE 2 - STRATEGIE D'ATTRACTIVITE ET MARQUE TERRITORIALE PARTAGEE

Le Conseil Régional, initiateur de la stratégie d'attractivité et de la marque territoriale régionale partagée

- *Faire du Conseil Régional la locomotive d'une démarche de marketing concertée à l'échelle régionale et véhiculée par une marque territoriale régionale partagée*

Phase III - Etape 3.1 : Définition de la stratégie de marketing territorial

Compte tenu de l'existant, une Vision en deux temps

2019

2019- 2020

Palier 1 : Structuration

AXE 1 - PROMOTION DE LA REGION

- *Affirmer le rôle du Conseil Régional en tant que Promoteur de l'attractivité de la Région et comme relais de l'ensemble des actions de marketing et de promotion des acteurs de l'offre*
- *Structurer et diffuser l'information relative aux facteurs d'attractivité de la Région*
- *Construire un cadre propice pour initier la concertation et la syndication auprès des parties prenantes sur la mise en place d'une stratégie de d'attractivité véhiculée par une marque territoriale régionale partagée*

2021

Palier 2 : Consolidation

AXE 2 - MARQUE TERRITORIALE PARTAGEE

- *Co-construire et mettre en œuvre avec l'ensemble des parties prenantes :*
 - *La stratégie d'attractivité de la Région*
 - *La marque territoriale régionale partagée*

Phase III - Etape 3.1 : Définition de la stratégie de marketing territorial

2 axes stratégiques et 7 projets stratégiques

AXE 1 - PROMOTION DE LA REGION

PROJET 1

Structuration et diffusion des contenus relatifs à l'offre territoriale et aux facteurs d'attractivité de la Région

PROJET 2

Mise en place de partenariats

PROJET 3

Mise en place d'une équipe dédiée à la Communication territoriale et à la gestion des partenariats (CT&P)

PROJET 4

Mise en place du dispositif de gouvernance et de pilotage du Plan de promotion de la Région

AXE 2 - STRATEGIE D'ATTRACTIVITE ET MARQUE TERRITORIALE PARTAGEE

PROJET 5

Mise en place du dispositif de concertation et de mobilisation des acteurs sur le projet de stratégie d'attractivité et de marque territoriale régionale partagée (MTRP)

PROJET 6

Définition et mise en œuvre de la stratégie d'attractivité et de la marque territoriale régionale partagée

PROJET 7

Alignement du dispositif organisationnel lié à la mise en œuvre de la stratégie d'attractivité et de la marque territoriale régionale partagée

Phase III - Etape 3.1 : Définition de la stratégie de marketing territorial

Présentation des projets de l'axe 1

AXE 1 - PROMOTION DE LA REGION

PROJET 1

Structuration et diffusion des contenus relatifs à l'offre territoriale et aux facteurs d'attractivité de la Région

PROJET 2

Mise en place de partenariats

PROJET 3

Mise en place d'une équipe dédiée à la Communication territoriale et à la gestion des partenariats (CT&P)

PROJET 4

Mise en place du dispositif de gouvernance et de pilotage du Plan de promotion de la Région

AXE 2 - STRATEGIE D'ATTRACTIVITE ET MARQUE TERRITORIALE PARTAGEE

PROJET 5

Mise en place du dispositif de concertation et de mobilisation des acteurs sur le projet de stratégie d'attractivité et de marque territoriale régionale partagée (MTRP)

PROJET 6

Définition et mise en œuvre de la stratégie d'attractivité et de la marque territoriale régionale partagée

PROJET 7

Alignement du dispositif organisationnel lié à la mise en œuvre de la stratégie d'attractivité et de la marque territoriale régionale partagée

Phase III - Etape 3.1 : Définition de la stratégie de marketing territorial

AXE 1 – PROMOTION DE LA REGION

PROJET 1 - Structuration et diffusion des contenus relatifs à l'offre territoriale et aux facteurs d'attractivité de la Région - 1/4

Objectifs attendus

- **Disposer d'un contenu structuré relatif à l'offre territoriale dans son ensemble et aux facteurs d'attractivité de la Région**
- **Disposer des outils de communication adéquats**
- **Communiquer sur l'offre territoriale**

Interactions avec d'autres projets stratégique et/ou pré requis

- *Interactions avec le Projet 2 Mise en place de partenariats entre le Conseil Régional et les acteurs de l'Offre du territoire*
- *La structuration des contenus relatifs à l'offre doit capitaliser sur l'information existante auprès des différents acteurs de l'offre*
- *Nécessité d'assurer la cohérence du discours et des messages véhiculés par les différents acteurs de l'offre*

Description du projet

Structuration des contenus et mise en place des outils relatifs à l'offre

- **Deux natures de contenus à structurer**
 - Contenus relatif à l'offre globale
 - Contenus spécifiques par secteur d'activité/domaine/facteurs d'attractivité
- **7 outils à mettre en place**
 - Site internet du Conseil Régional
 - Page facebook du Conseil Régional
 - Un argumentaire global sur la Région et des argumentaires par secteur et domaines
 - Guides thématiques sur l'offre territoriale par secteur et domaine
 - Beau livre sur la Région
 - Film institutionnel sur la Région
 - Un catalogue des évènements d'intérêts se déroulant dans la Région et au niveau national ou international auxquels les acteurs de la Région participent
- **Deux natures d'actions à déployer**
 - Diffusion des contenus relatifs à l'offre territoriale et aux évènements d'intérêts à travers le site internet et la page Facebook du Conseil Régional
 - Communication du Beau livre aux acteurs de marques et partenaires

Phase III - Etape 3.1 : Définition de la stratégie de marketing territorial

AXE 1 – PROMOTION DE LA REGION

PROJET 1 - Structuration et diffusion des contenus relatifs à l'offre territoriale et aux facteurs d'attractivité de la Région - 2/4

Objectifs attendus par outil – 1/3-

<u>1</u>	Site internet	<ul style="list-style-type: none">■ Cet outil aura pour objectif de communiquer sur l'offre territoriale dans son ensemble et sur des thématiques spécifiques■ Il permettra d'améliorer la visibilité et la notoriété des facteurs d'attractivité de la Région■ Il intégrera :<ul style="list-style-type: none">• Une page relative à une présentation globale de la Région• Des pages spécifiques par secteurs et domaines d'intérêts de la Région• Des guides thématiques téléchargeables en format pdf• Le film institutionnel sur la Région• La communication sur les événements d'intérêt• Des liens vers les sites des acteurs de l'offre du territoire
<u>2</u>	Page Facebook	<ul style="list-style-type: none">■ Cet outil aura pour objectif de communiquer sur l'offre territoriale dans son ensemble et sur des thématiques spécifiques■ Il permettra d'améliorer la visibilité et la notoriété des facteurs d'attractivité de la Région■ Il intégrera :<ul style="list-style-type: none">• La diffusion d'information thématiques• La communication sur les événements d'intérêts

Phase III - Etape 3.1 : Définition de la stratégie de marketing territorial

AXE 1 – PROMOTION DE LA REGION

PROJET 1 - Structuration et diffusion des contenus relatifs à l'offre territoriale et aux facteurs d'attractivité de la Région - 3/4

Objectifs attendus par outil – 2/3-

<u>3</u>	Argumentaire global sur la Région	<ul style="list-style-type: none">■ Cet argumentaire aura pour objectif de présenter la Région dans son ensemble (y compris Province et Préfectures) et de communiquer sur les atouts globaux de la Région■ Il alimentera la page du site internet dédiée à la présentation globale de la Région
<u>4</u>	Argumentaires par secteur et domaine	<ul style="list-style-type: none">■ Ces argumentaires auront pour objectif de donner de l'information spécifique par secteur et domaine■ Ils alimenteront les pages spécifiques du site web par secteurs et domaines d'intérêts de la Région■ Les thèmes à aborder sont les suivants : 1. Economie et secteurs d'activité phares 2. Education Formation 3. Infrastructures et connectivité, 4.Culture et Patrimoine, 5.Tourisme 6.Artisanat et Produits du terroir 7. Région en mouvement (Projets structurants)
<u>5</u>	Guides thématiques	<ul style="list-style-type: none">■ Les guides thématiques ont vocation à être plus approfondis que les argumentaires (environ 30 pages) et à constituer des dossiers thématiques téléchargeables par les publics cibles■ Exemple de thèmes : 1. Investir dans la Région 2. Le Tourisme en Région 3. Culture et patrimoine de la Région

Phase III - Etape 3.1 : Définition de la stratégie de marketing territorial

AXE 1 – PROMOTION DE LA REGION

PROJET 1 - Structuration et diffusion des contenus relatifs à l'offre territoriale et aux facteurs d'attractivité de la Région - 4/4

Objectifs attendus par outil – 3/3-

<u>6</u>	Beau Livre sur la Région	<ul style="list-style-type: none">■ Le Beau Livre sur la Région a vocation à promouvoir la Région auprès d'acteurs de marques (institutionnels, investisseurs) et des partenaires■ Il présente les réalisations phares de la Région et des Provinces au cours de la dernière décennie par secteur et valorise les facteurs d'attractivité développés
<u>7</u>	Le film institutionnel sur la Région	<ul style="list-style-type: none">■ Le film institutionnel sur la Région fait la promotion des atouts de la Région sur les plans économiques, culturels et naturels■ Il pourra être visionné à partir du site internet
<u>8</u>	Le catalogue d'évènements d'intérêts	<ul style="list-style-type: none">■ Le catalogue d'évènements d'intérêts de la Région et d'évènements auxquels les acteurs de la Région participent au niveau national et international est un outil de travail interne du Conseil Régional■ Il a un double objectif : recenser les évènements sur lesquels communiquer au niveau du site internet et de la page facebook et également identifier les évènements auxquels assistera le Conseil pour promouvoir la Région

Phase III - Etape 3.1 : Définition de la stratégie de marketing territorial

AXE 1 – PROMOTION DE LA REGION

PROJET 2 – Mise en place de partenariats

Objectifs attendus

- Partager l'information disponible par secteur et domaine afin de structurer les contenus relatifs à l'offre territoriale
- Initier la concertation avec les acteurs sur le marketing territorial en prévision de la mise en place du second palier de la stratégie (Axe 2)
- Assurer un transfert d'expertise

Interactions avec d'autres projets stratégique et/ou pré requis

- *Interactions avec le Projet 1 Structuration et diffusion des contenus relatifs à l'offre territoriale et aux facteurs d'attractivité de la Région*
- *La structuration des contenus relatifs à l'offre doit capitaliser sur l'information existante auprès des différents acteurs de l'offre*
- *Nécessité d'assurer la cohérence du discours et des messages véhiculés par les différents acteurs de l'offre*

Description du projet

- **Réaliser des conventions de Partenariat avec les acteurs de l'offre du territoire**
- **Objet du partenariat**
 - Définition des modalités de partage de l'information sur les secteurs/domaines concernés et des modalités permettant de garantir la cohérence des discours et messages entre les différents acteurs sur les secteurs
 - Partage d'information sur les secteurs et domaines visant à structurer le contenu de l'offre territoriale
 - Partage d'information sur les événements concernés par le secteur/domaine du partenaire concerné
 - Accord pour diffuser le lien des sites internet des organismes concernés à partir du site web du Conseil Régional et réciproquement
 - Initiation de la concertation de l'Axe 2 de la stratégie (définition d'une offre territoriale partagée et d'une marque territoriale régionale partagée)
 - Contribution financière possible ou autre des partenaires aux actions de communication qui seront engagées par le Conseil Régional
 - Mutualisation et synergies à envisager dans la démarche de partage d'information et des actions de communication et de promotion du territoire
- **Réaliser une convention de partenariat avec une Région étrangère benchmark pour partage d'expérience et transfert d'expertise**

Phase III - Etape 3.1 : Définition de la stratégie de marketing territorial

AXE 1 – PROMOTION DE LA REGION

PROJET 2 – Mise en place de partenariats entre le Conseil Régional et les acteurs de l'offre du territoire

Acteurs de l'offre du territoire concerné par la mise en place d'un partenariat selon deux vagues : P1 et P2

Economie multi secteurs	Tourisme	Artisanat	Produits du terroir
Ministère de l'Industrie et Direction Régionale de l'Industrie	Ministère du Tourisme et Direction Régionale du Ministère	Département de l'Artisanat et Direction Régionale de l'Artisanat	Ministère de l'Agriculture et Direction Régionale de l'Agriculture
AMDI		Maison de l'artisan	Agence de Développement Agricole
CRI	Conseil Régional du Tourisme TTHA	Chambre d'artisanat TTH A	
APDN			
Patrimoine naturel et culturel	Infrastructures et Transport	Formation et Enseignement Supérieur	Secteur privé
Ministère de la Culture et Direction Régionale du Ministère	Ministère du Transport et de la Logistique et Direction Régionale du Ministère	OFFPPT	
Haut Commissariat aux Eaux et Forêts	ONCF	Université Abdelmalek Essaâdi	CGEM
	TMSA		
	SAPT		
P1 - Priorité 1 Etablir le partenariat à court terme	P2 - Priorité 2 Etablir le partenariat à moyen terme		

Phase III - Etape 3.1 : Définition de la stratégie de marketing territorial

AXE 1 – PROMOTION DE LA REGION

PROJET 3 – Mise en place d'une équipe dédiée à la Communication territoriale et à la gestion des partenariats (CT&P)

Objectifs attendus

- Constituer une équipe dédiée en charge de la Communication territoriale et de la gestion des partenariats au sein du Conseil Régional
- Compte tenu d'une problématique budgétaire, cette équipe sera constituée de deux personnes faisant actuellement parties des personnels du Conseil Régional ou de l'AREP

Interactions avec d'autres projets stratégiques et/ou pré requis

- *L'équipe Communication territoriale et gestion des partenariats sera en charge de l'exécution et du suivi de la mise en œuvre des Projets 1 Structuration et diffusion des contenus relatifs à l'offre territoriale et aux facteurs d'attractivité de la Région et Projets 2 Mise en place de partenariats entre le Conseil Régional et les acteurs de l'offre du territoire*

Description du projet

- Mise en place d'une équipe en charge de la Communication territoriale et de la gestion des partenariats : 1 chargé(e) de communication , 1 chargé(e) des partenariats
 - **Mission du chargé(e) de Communication territoriale :**
Structuration, promotion et communication de l'offre territoriale
 - Etablir et suivre l'exécution du plan de promotion de l'offre territoriale du Conseil Régional
 - Assurer le suivi de la structuration des contenus de l'offre territoriale et de la mise en place des outils de diffusion de l'offre
 - Etre garant de la qualité et de la cohérence des contenus et des outils
 - Assurer le sourcing et le suivi des prestataires intervenant dans la structuration de l'offre territoriale
 - **Mission du chargé(e) de Partenariats: Gestion et suivi des partenariats avec les acteurs de l'Offre**
 - Etre l'interface entre le Conseil Régional et les partenaires
 - Etablir les conventions de partenariats avec les acteurs de l'offre
 - Structurer et gérer la collecte des informations à transmettre par les partenaires et les interactions avec les partenaires dans la structuration du contenu (cohérence des messages et validation des contenus à diffuser)
 - Suivre et gérer l'exécution des partenariats et assurer la coordination de l'ensemble des actions et modalités de réalisation prévues par les conventions de partenariats

Phase III - Etape 3.1 : Définition de la stratégie de marketing territorial

AXE 1 – PROMOTION DE LA REGION

PROJET 4 – Mise en place du dispositif de gouvernance et de pilotage du Plan de promotion de la Région - 1/3-

Objectifs attendus

- **Disposer d'un système de gouvernance et de pilotage efficient du plan de promotion de la Région**

Interactions avec d'autres projets stratégique et/ou pré requis

- *Intégration des partenaires de l'offre au dispositif de gouvernance et de pilotage*

Description du projet

- Mise en place des instances de gouvernance et de pilotage du plan de promotion de la Région (voir détail instances et missions page 17)
- Mise en place des reportings du plan de promotion établis par l'équipe de Communication territoriale et gestion des partenariats (voir page 18)

Phase III - Etape 3.1 : Définition de la stratégie de marketing territorial

AXE 1 – PROMOTION DE LA REGION

PROJET 4 – Mise en place du dispositif de gouvernance et de pilotage du Plan de promotion de la Région -2/3-

Instances, missions, composition et fréquence

Instances	Missions	Composition	Fréquence
Comité stratégique	<ul style="list-style-type: none"> - Valide les orientations et choix stratégiques relatifs au plan de promotion - Assure le portage politique de la conception et de la mise en œuvre de l'offre à promouvoir - Réalise les arbitrages nécessaires 	<ul style="list-style-type: none"> - Président du Conseil Régional - Représentants des partenaires (acteurs clés publics et privés de l'offre) - Directeur AREP 	<ul style="list-style-type: none"> - 1 fois par trimestre et au besoin
Comité de coordination	<ul style="list-style-type: none"> - Assure la coordination et le suivi opérationnel de la mise en œuvre du plan de promotion - Remonte les points de blocages et proposition de résolution au Comité stratégique 	<ul style="list-style-type: none"> - Représentants des CST - Equipe CT&P - Partenaires invités au besoin 	<ul style="list-style-type: none"> - 1 fois tous les 15 jours au démarrage puis 1 fois par mois
Comités de suivi thématiques (CST) – Au besoin	<ul style="list-style-type: none"> - 1 Comité par thématique de l'offre - Assurent la coordination et le suivi de la structuration du contenu de l'offre territoriale par thématique et de son plan de promotion 	<ul style="list-style-type: none"> - 1 Représentant du Conseil Régional par thématique et 1 Représentant de l'AREP par thématique - Equipe CT&P - Partenaires invités au besoin par thématique 	<ul style="list-style-type: none"> - Au besoin (réunions opérationnelles à organiser hebdomadairement)
Equipe Comm. Territ&Partenariats (CT&P)	<ul style="list-style-type: none"> - Etabli le plan de promotion avec les Comités thématiques sous le pilotage du Comité de coordination et le soumet pour validation au Comité stratégique - Assure l'exécution et le suivi opérationnel du plan 	<ul style="list-style-type: none"> - Membres CT&P 	<ul style="list-style-type: none"> - N/A (entité opérationnelle en continue)

Phase III - Etape 3.1 : Définition de la stratégie de marketing territorial

AXE 1 – PROMOTION DE LA REGION

PROJET 4 – Mise en place du dispositif de gouvernance et de pilotage du Plan de promotion de la Région - 3/3-

Reportings – Acteurs en charge, nature et fréquence

Acteurs en charge

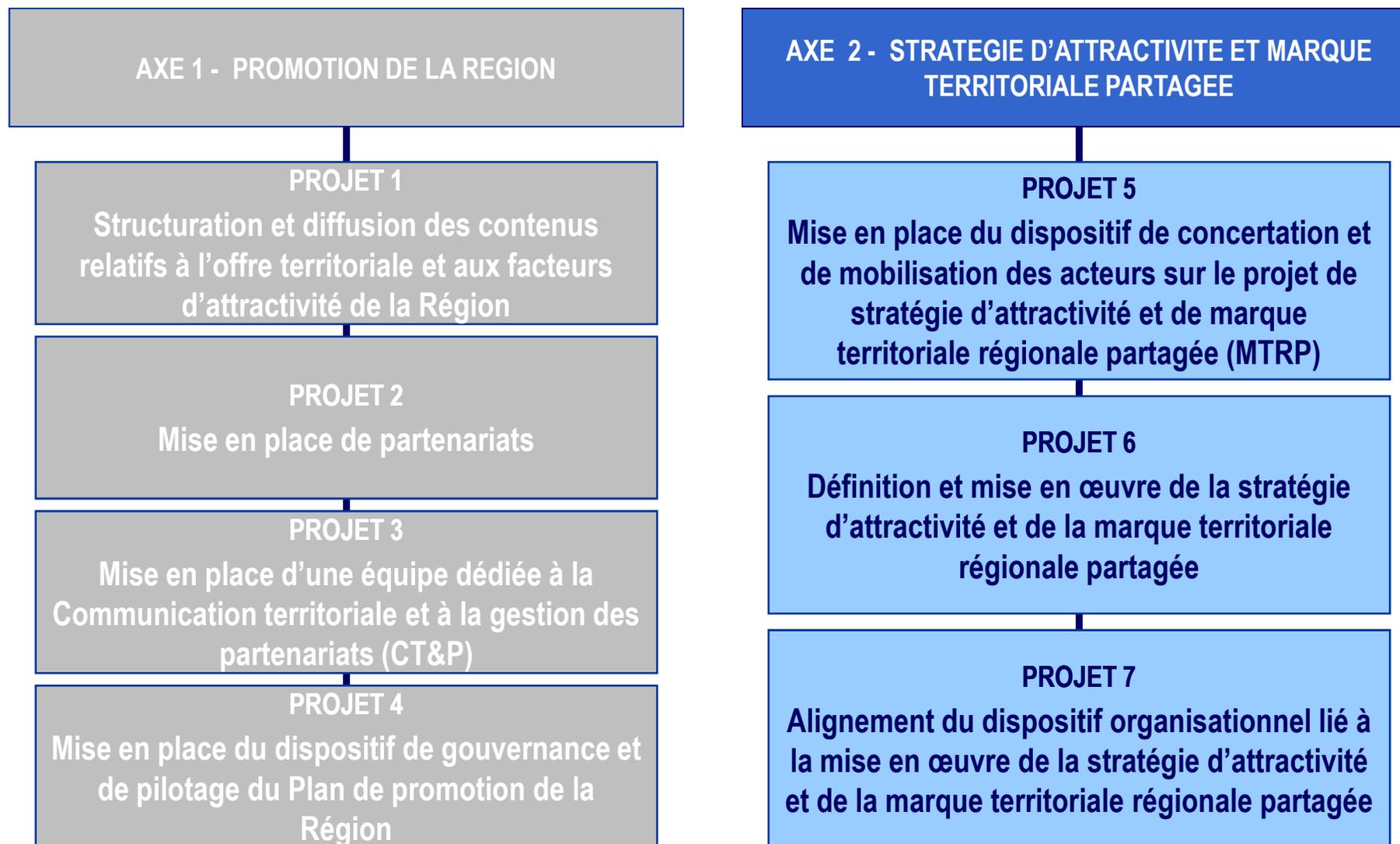
Equipe Comm. Territ&Partenariats (CT&P)	<i>Etabli les reportings d'état d'avancement</i>
Comité de coordination	<i>Valide les reportings devant être transmis au Comité stratégique</i>

Nature et fréquence du reporting

Reporting bimensuel à destination du Comité de Coordination	Reporting trimestriel (ou dès arbitrage et décisions structurante à prendre) à destination du Comité stratégique
<ul style="list-style-type: none"> - Etat d'avancement détaillé par action / livrables par projet stratégique - Risques et points de vigilance par action 	<ul style="list-style-type: none"> - Etat d'avancement consolidé par projet stratégique - Arbitrage et décisions à prendre par projet stratégique

Phase III - Etape 3.1 : Définition de la stratégie de marketing territorial

Présentation des projets de l'axe 2



Phase III - Etape 3.1 : Définition de la stratégie de marketing territorial

AXE 2 – STRATEGIE D'ATTRACTIVITE ET MARQUE TERRITORIALE REGIONALE PARTAGEE

PROJET 5 – Mise en place du dispositif de concertation et de mobilisation des acteurs sur le projet de stratégie d'attractivité et de marque territoriale régionale partagée (MTRP)

Objectifs attendus

- **Concierter et mobiliser l'ensemble des acteurs concernés par la mise en place de la stratégie d'attractivité et de la marque territoriale régionale partagée à travers un dispositif dédié**
- **Définir un cadre clair des modalités d'élaboration et de mise en œuvre de la stratégie d'attractivité et de la marque territoriale régionale partagée qui précise les rôles et engagements des parties prenantes**

Interactions avec d'autres projets stratégique et/ou pré requis

- *Interactions avec le Projet 2 de l'Axe 1*
Mise en place de partenariats entre le Conseil Régional et les acteurs de l'Offre du territoire : une première sensibilisation et concertation aura été réalisée dans le cadre du Projet P2

Description du projet

Mise en place du dispositif de concertation et de mobilisation des acteurs concernés

- Quatre principaux résultats attendus de la mise en œuvre du dispositif :
 - Le **partage des actions menées par le Conseil Régional** en matière de marketing territorial
 - Une **réflexion concertée** autour de la **Vision et du positionnement de la Région, de son offre** dans le cadre du marketing territorial et de la marque territoriale régionale partagée
 - La mise en place de la **Charte du marketing territorial** des acteurs engagés dans la démarche de marque territoriale partagée : La charte précisera la vision concertée des parties prenantes sur le projet de marque territoriale, les objectifs attendus et les moyens à mettre en œuvre ainsi que les engagements des parties prenantes dans le cadre du projet
 - L'élaboration d'une **feuille de route partagée** sur les objectifs et actions relatives au marketing territorial et à la marque territoriale régionale partagée
- *In fine, la mise en œuvre du dispositif a vocation à aboutir à la mobilisation des acteurs concernés pour le lancement de la définition et de la mise en œuvre du projet de stratégie d'attractivité et de marque territoriale régionale partagée (PROJET 6 AXE 2)*

Phase III - Etape 3.1 : Définition de la stratégie de marketing territorial

AXE 2 – STRATEGIE D'ATTRACTIVITE ET MARQUE TERRITORIALE REGIONALE PARTAGEE (MTR)

PROJET 6 – Définition et mise en œuvre de la stratégie d'attractivité et de la marque territoriale régionale partagée

Objectifs attendus

- Définir la stratégie d'attractivité de la Région et la marque territoriale régionale partagée
- Mettre en œuvre la stratégie d'attractivité de la Région et la marque territoriale régionale partagée

Interactions avec d'autres projets stratégique et/ou pré requis

- *Pré –requis : réalisation du Projet 5 de l'Axe 2 : Mise en place du dispositif de concertation et de mobilisation des acteurs sur le projet de marque territoriale régionale partagée*

Description du projet

Définition et mise en œuvre de la stratégie d'attractivité et de la marque territoriale partagée

- Ce projet fera l'objet de la réalisation d'une étude visant à :
 - Définir le portrait identitaire de la Région TTAH
 - Analyser le positionnement concurrentiel de la Région vis-à-vis des autres Régions du Royaume
 - Définir la stratégie d'attractivité de la Région et la création de la marque :
 - Positionnement de la Région en matière d'attractivité
 - Cibles et messages par cibles
 - Création de la marque
 - Modalités de gestion de la marque et dispositif organisationnel associé
 - Définir le dispositif de mise en œuvre et de pilotage de la marque territoriale régionale partagée
 - Accompagner le déploiement de la marque
- *La réalisation de l'étude sera sous la supervision d'un **Comité de pilotage intégrant l'ensemble des parties prenantes mobilisées dans le cadre du Projet P5 de l'Axe 2 - Mise en place du dispositif de concertation et de mobilisation des acteurs sur le projet de marque territoriale régionale partagée***

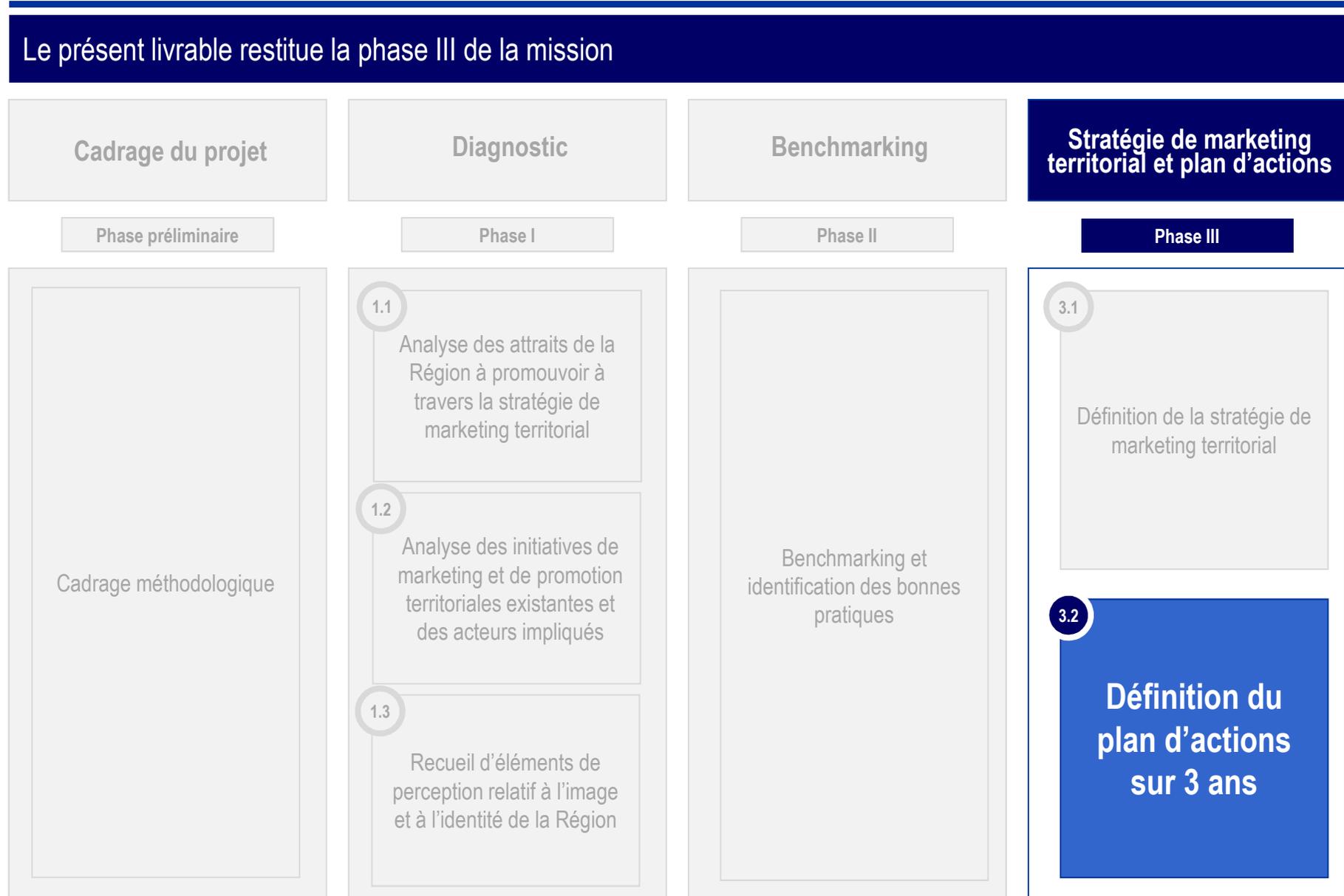
Phase III - Etape 3.1 : Définition de la stratégie de marketing territorial

AXE 2 – STRATEGIE D'ATTRACTIVITE ET MARQUE TERRITORIALE REGIONALE PARTAGEE (MTR)

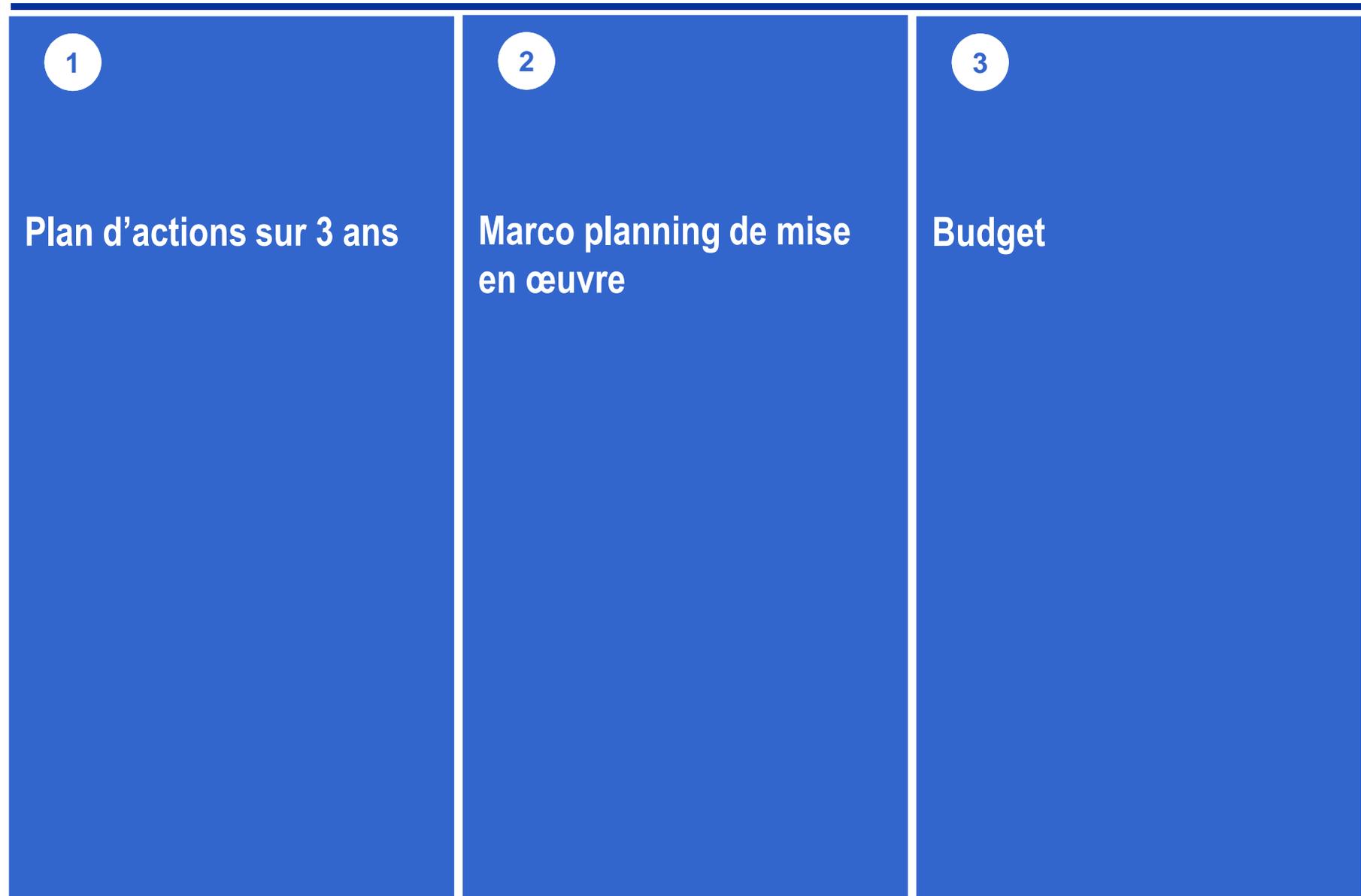
PROJET 7 – Alignement du dispositif organisationnel lié à la mise en œuvre de la stratégie d'attractivité et de la marque territoriale régionale partagée

Objectifs attendus	Description du projet
<ul style="list-style-type: none">- Disposer d'une organisation alignée aux résultats de l'étude relative à la définition et la mise en œuvre de la stratégie d'attractivité et de la marque territoriale régionale partagée	<p>Alignement du dispositif organisationnel lié à la mise en œuvre de la stratégie d'attractivité et de la marque territoriale régionale partagée</p> <ul style="list-style-type: none">- La mise en œuvre de la stratégie d'attractivité et la gestion de la marque devra faire l'objet d'un dispositif dédié qui sera préconisé dans le cadre de l'étude relative à la stratégie d'attractivité et la mise en œuvre de la marque territoriale partagée
Interactions avec d'autres projets stratégique et/ou pré requis	
<ul style="list-style-type: none">- <i>Projet P6 de l'Axe 2 : Définition et mise en œuvre de la stratégie d'attractivité et de la marque territoriale régionale partagée</i>	

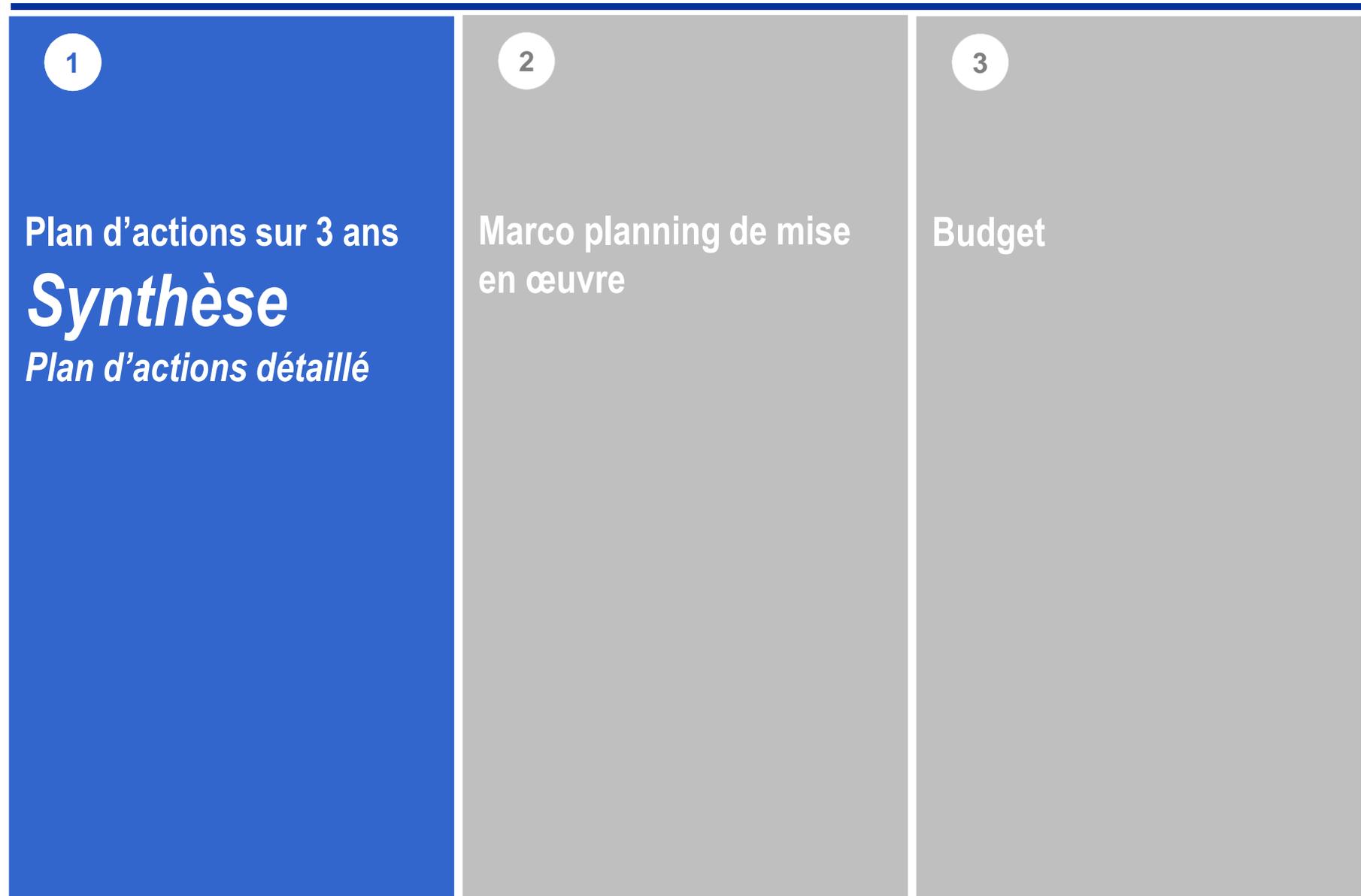
Phase III - Etape 3.2 : Définition du plan d'action sur 3 ans



Phase III - Etape 3.2 : Définition du plan d'action sur 3 ans



Phase III - Etape 3.2 : Définition du plan d'action sur 3 ans



Phase III - Etape 3.2 : Définition du plan d'action sur 3 ans

Synthèse du plan d'actions					
Projet	Référence du Plan d'action	Libellé PA	Durée et calendrier	Budget HT MAD	Priorité
Projet 1 Structuration et diffusion des contenus relatifs à l'offre territoriale et aux facteurs d'attractivité de la Région	PA_A1_P1_A1	Réalisation des argumentaires	3 mois – Avril à Juin 2019	183 000	1
	PA_A1_P1_A2	Réalisation des guides thématiques	6 mois – Avril à Sept 2019	228 000	1
	PA_A1_P1_A3	Réalisation du catalogue d'événements d'intérêts de la Région	3 mois – Avril à Juin 2019	102 500	1
	PA_A1_P1_A4	Site internet	Non applicable (N/A) – Projet démarré périmètre Label Pub		1
	PA_A1_P1_A5	Page Facebook	3 mois – Juillet à Sept 2019 puis en continue	2019 : 123 000 180 000/an à partir de 2020	2
	PA_A1_P1_A6	Réalisation du beau livre sur la Région	7 mois – Oct 2019 à Avril 2020	305 000	1
	PA_A1_P1_A7	Réalisation du film institutionnel sur la Région	6 mois – Janvier à Juin 2021	Entre 700 000 et 1,2 million	3
Projet 2 Mise en place de partenariats	PA_A1_P2_A1	Partenariats avec les acteurs l'offre du territoire – VAGUE 1	6 mois – Avril à Sept 2019	Pas de financements nécessaires	1
	PA_A1_P2_A2	Partenariats avec les acteurs l'offre du territoire – VAGUE 2	6 mois – Janv à Juin 2020	Pas de financements nécessaires	2
	PA_A1_P2_A3	Partenariat avec une Région étrangère ayant déployé une stratégie de marketing territorial	6 mois – Janv à Juin 2020	30 000 MAD	2

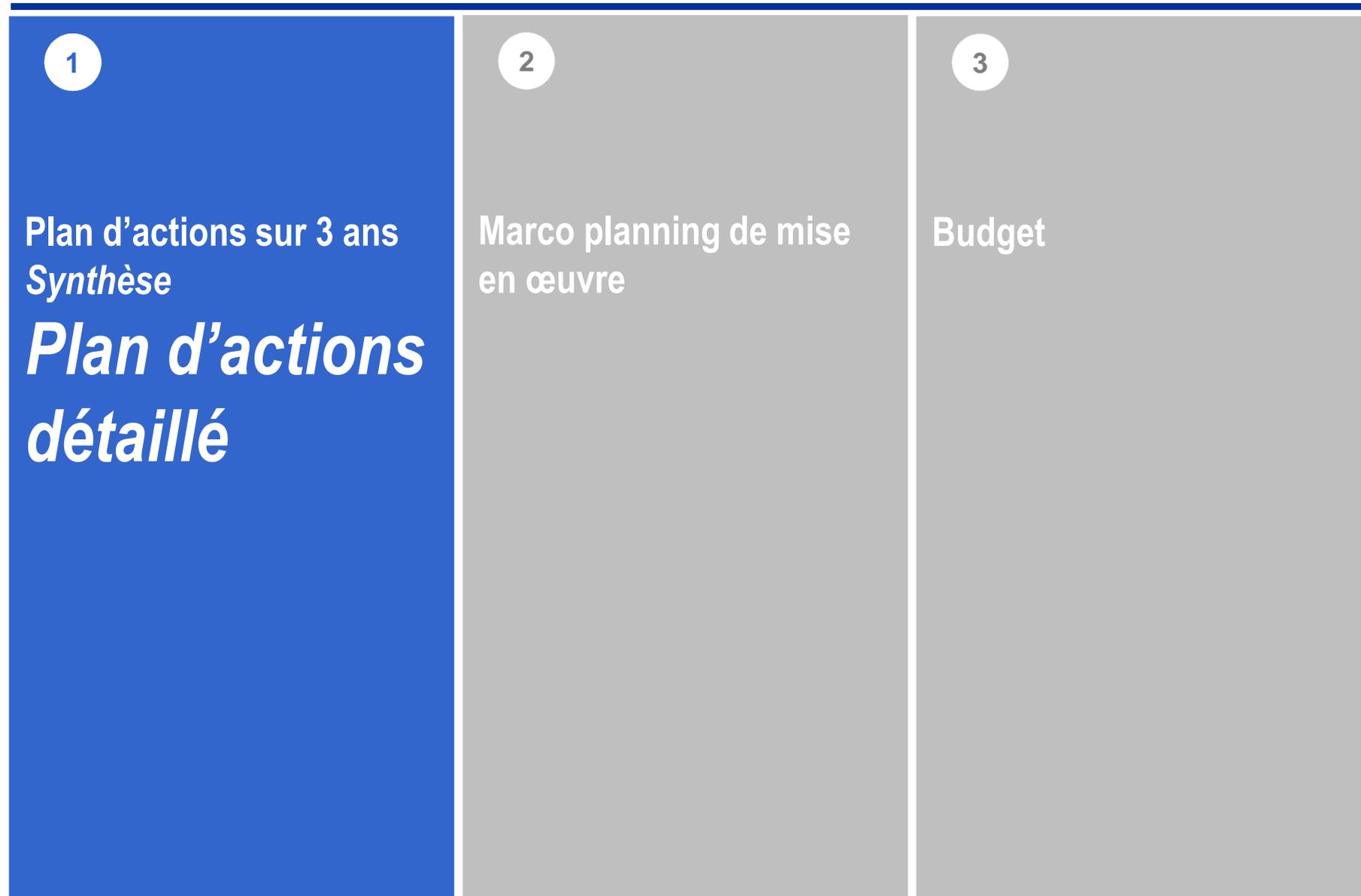
Phase III - Etape 3.2 : Définition du plan d'action sur 3 ans

Synthèse du plan d'actions					
Projet	Référence du Plan d'action	Libellé PA	Durée et calendrier	Budget HT MAD	Priorité
Projet 3 Mise en place d'une équipe dédiée à la Communication territoriale et à la gestion des partenariats	PA_A1_P3_A1	Mise en place de l'équipe	1 mois – Mars 2019	Pas de financements nécessaires (Ressources internes actuelles du Conseil Régional ou de l'AREP)	1
Projet 4 Mise en place du dispositif de gouvernance et de pilotage du Plan de promotion de la Région	PA_A1_P4_A1	Dispositif de gouvernance et de pilotage	2 mois – Avril Mai 2019	Pas de financements nécessaires	1

Phase III - Etape 3.2 : Définition du plan d'action sur 3 ans

Synthèse du plan d'actions					
Projet	Référence du Plan d'action	Libellé PA	Durée et calendrier	Budget HT MAD	Priorité
Projet 5 Mise en place du dispositif de concertation et de mobilisation des acteurs sur le projet de marque territoriale régionale partagée	PA_A1_P5_A1	Structuration du dispositif de concertation et de mobilisation	2 mois – Sept Oct 2020	Pas de financements nécessaires	1
	PA_A1_P5_A2	Mise en œuvre du dispositif de concertation et de mobilisation	6 mois – Nov 20 à Avril 2021	Pas de financements nécessaires	1
Projet 6 Définition et mise en œuvre de la stratégie d'attractivité et de la marque territoriale régionale partagée	PA_A1_P6_A1	Lancement de l'étude	2 mois – Mai Juin 2021	Pas de financements nécessaires	1
	PA_A1_P6_A2	Réalisation et supervision de l'étude	6 mois – Juillet à déc 2021	1,3 million	1
Projet 7 Alignement du dispositif organisationnel lié à la mise en œuvre de la marque territoriale partagée	PA_A1_P7_A1	Alignement organisationnel	A déterminer par l'étude PA_A1_P6_A2		

Définition du plan d'actions sur 3 ans



Phase III - Etape 3.2 : Définition du plan d'action sur 3 ans

AXE 1 – PROMOTION DE LA REGION

Projet 1

Structuration et diffusion des contenus relatifs à l'offre territoriale et aux facteurs d'attractivité de la Région

Plan d'actions

PA_A1_P1_A1

■ Réalisation des argumentaires

Responsable : Equipe CT&P

Durée de réalisation : 3 mois – Avril à Juin 2019

Priorité 1

#	Détails des actions	Participants	Date début	Date fin	Livrables/ Résultats	Pré requis	Interaction avec autre(s) PA
1	Rédaction des TDRs relatives au recrutement d'une agence de communication ou de consultants indépendants pour la rédaction des argumentaires <i>NB : Les argumentaires seront diffusés sur le site internet (une page dédiée par argumentaire)</i>	1.AREP 2.TASHAROC	M S 01/04/19	M S+1 05/04/19	TDRs rédigées		PA_A1_P1_A4 PA_A1_P1_A5
2	Lancement des TDRs	1. TASHAROC	M S+2 08/04/19	M S+2 08/04/19	TDRs lancées		
3	Analyse des offres et sélection du prestataire	2. TASHAROC	M -	M 30/04/19	Prestataire sélectionné		
4	Collecte d'informations pour la rédaction des argumentaires et constitution d'une banque d'images thématiques	1. Prestataire 2. AREP 3. Acteurs de l'offre concernés	M+1 02/05/19	M+1 31/05/19	Informations collectées		
5	Structuration, rédaction, mise en page et graphisme des 8 argumentaires 1. Présentation générale de la Région 2. Economie et secteurs d'activité phares, 3. Education Formation 4. Infrastructures et connectivité 5.Culture et Patrimoine, 6.Tourisme 7.Artisanat et Produits du terroir 8.Région en mouvement (Projets structurants)	1. Prestataire 2. TASHAROC 3. AREP	M+2 03/06/19	M+2 28/06/19	Argumentaires rédigés et communiqués progressivement pour mise en ligne sur le site		

Phase III - Etape 3.2 : Définition du plan d'action sur 3 ans

AXE 1 – PROMOTION DE LA REGION

Projet 1

Structuration et diffusion des contenus relatifs à l'offre territoriale et aux facteurs d'attractivité de la Région

Plan d'actions

PA_A1_P1_A2

■ Réalisation des guides thématiques

Responsable : Equipe CT&P

Durée de réalisation : 6 mois – Avril à Sept 2019

Priorité 1

#	Détails des actions	Participants	Date début	Date fin	Livrables/ Résultats	Pré requis	Interaction avec autre(s) PA
1	Sélection des thèmes à développer pour l'élaboration des guides thématiques Thèmes proposés 1. Investir dans la Région, 2. Le Tourisme en Région 3. Culture et patrimoine de la Région	1.AREP 2.TASHAROC	M S 01/04/19	M S+1 05/04/19	Thèmes sélectionnés		PA_A1_P1_A4 PA_A1_P1_A5
2	Rédaction des TDRs relatives au recrutement d'une agence de communication ou de consultants indépendants pour la rédaction des argumentaires -NB : Les guides seront diffusés sur le site internet	1.TASHAROC	M S 01/04/19	M S+1 05/04/19	TDRs rédigées		
2	Lancement des TDRs	1. TASHAROC	M S+2 08/04/19	M S+2 08/04/19	TDRs lancées		
3	Analyse des offres et sélection du prestataire	2. TASHAROC	-	M 30/04/19	Prestataire sélectionné		
4	Collecte d'informations pour la rédaction des guides thématiques et constitution d'une banque d'images thématiques	1. Prestataire 2. AREP 3. Acteurs de l'offre concernés	M+1 02/05/19	M+3 30/07/19	Informations collectées		
5	Structuration, rédaction, mise en page et graphisme des 3 guides thématiques	1. Prestataire 2. TASHAROC 3. AREP	M+4 01/08/19	M+5 30/09/19	Guides rédigés et communiqués progressivement pour mise en ligne sur le site		

Phase III - Etape 3.2 : Définition du plan d'action sur 3 ans

AXE 1 – PROMOTION DE LA REGION

Projet 1

Structuration et diffusion des contenus relatifs à l'offre territoriale et aux facteurs d'attractivité de la Région

Plan d'actions

PA_A1_P1_A3

■ Réalisation du catalogue d'évènements d'intérêts de la Région

Responsable : Equipe CT&P

Durée de réalisation : 3 mois – Avril à juin 2019

Priorité 1

#	Détails des actions	Participants	Date début	Date fin	Livrables/ Résultats	Pré requis	Interaction avec autre(s) PA
1	Rédaction des TDRs relatives au recrutement d'un consultant pour la réalisation du catalogue d'évènements d'intérêts	1.AREP 2.TASHAROC	M S 01/04/19	M S+1 05/04/19	TDRs rédigées		PA_A1_P1_A4 PA_A1_P1_A5
2	Lancement des TDRs	1. TASHAROC	M S+2 08/04/19	M S+2 08/04/19	TDRs lancées		
3	Analyse des offres et sélection du prestataire	2. TASHAROC	-	M 30/04/19	Prestataire sélectionné		
4	Réalisation du catalogue	1.Prestataire	M+1	M+3	Catalogue réalisé		
	4.1 Collecte d'informations et recensement des évènements	2.AREP 3.TASHAROC	M 02/05/19	M+1 31/05/19			
	4.2 Rédaction du catalogue (évènements et description synthétique des évènements)	4.Acteurs de l'offre concernés	M+2 01/06/19	M+2 28/06/19			
	4.3 Calendrier de mise en ligne des évènements d'intérêts sur le site internet et sur la page facebook						
5	Annonce des évènements sur le site et la page facebook	1. Prestataire en charge de la mise en ligne sur le site et facebook	En continu à partir de M+3 01/07/19		Evènements annoncés		

Phase III - Etape 3.2 : Définition du plan d'action sur 3 ans

AXE 1 – PROMOTION DE LA REGION

Projet 1

Structuration et diffusion des contenus relatifs à l'offre territoriale et aux facteurs d'attractivité de la Région

Plan d'actions

PA_A1_P1_A4

■ Site internet

Responsable : Equipe CT&P

Projet démarré – Périmètre Label Pub

Priorité 1

#	Détails des actions	Participants	Date début	Date fin	Livrables/ Résultats	Pré requis	Interaction avec autre(s) PA	
4	<p>Intégration progressive des contenus développés sur le site internet de la Région</p> <ul style="list-style-type: none"> Page relative à une présentation globale de la Région Pages spécifiques par secteurs et domaines d'intérêts de la Région Guides thématiques téléchargeables en format pdf Film institutionnel sur la Région Evènements d'intérêt Liens vers les sites des acteurs de l'offre du territoire 	<ol style="list-style-type: none"> AREP TASHAROC Label Pub 	Lié à PA_A1_A1	Lié à PA_A1_A2	Lié à PA_A1_A3	Contenus mis en ligne	<p>Démarrage PA_A1_P1_A1</p> <p>Démarrage PA_A1_P1_A2</p> <p>Démarrage PA_A1_P1_A3</p>	<p>PA_A1_P1_A1</p> <p>PA_A1_P1_A2</p> <p>PA_A1_P1_A3</p>

Phase III - Etape 3.2 : Définition du plan d'action sur 3 ans

AXE 1 – PROMOTION DE LA REGION

Projet 1

Structuration et diffusion des contenus relatifs à l'offre territoriale et aux facteurs d'attractivité de la Région

Plan d'actions

PA_A1_P1_A5

■ Page Facebook

Responsable : Equipe CT&P

Durée de réalisation : 3 mois – Juillet à Sept 2019
puis en continue

Priorité 2

#	Détails des actions	Participants	Date début	Date fin	Livrables/ Résultats	Pré requis	Interaction avec autre(s) PA
1	Rédaction des TDRs relatives au recrutement d'un prestataire pour la création, le développement et l'animation de la page Facebook	1.AREP 2.TASHAROC	M S 01/07/19	M S+1 05/07/19	TDRs		PA_A1_P1_A1 PA_A1_P1_A2 PA_A1_P1_A3
2	Lancement des TDRs	1. TASHAROC	M S+2 08/07/19	M S+2 08/07/19	TDRs lancées		
3	Analyse des offres et sélection de l'Agence	2. TASHAROC	-	M 31/07/19	Prestataire sélectionné		
4	Structuration du contenu à diffuser <ul style="list-style-type: none"> Actualités de la Région 1 focus thématique tous les 15 jours 	1. Prestataire 2. AREP 3. TASHAROC	M+1 01/08/19	M+1 30/08/19	Contenus structurés		
5	Création, alimentation et animation de la page facebook – Lancement	1. Prestataire	M+2 02/09/19	M+2 30/09/19	Contenus diffusés sur la page		
6	Création, alimentation et animation de la page facebook	Prestataire	En continue à partir d'octobre 2019		Alimentation et animation de la page en continue		

Phase III - Etape 3.2 : Définition du plan d'action sur 3 ans

AXE 1 – PROMOTION DE LA REGION

Projet 1

Structuration et diffusion des contenus relatifs à l'offre territoriale et aux facteurs d'attractivité de la Région

Plan d'actions

PA_A1_P1_A6

■ Réalisation du beau livre sur la Région – 1/3-

Responsable : Equipe CT&P

Durée de réalisation : 7 mois – Oct 2019 à Avril 2020

Priorité 1

#	Détails des actions	Participants	Date début	Date fin	Livrables/ Résultats	Pré requis	Interaction avec autre(s) PA
1	Rédaction des TDRs relatives au recrutement d'un cabinet de conseil et/ou de consultants indépendants pour la réalisation du beau livre	1.AREP 2.TASHAROC	M S 01/10/19	M S+1 04/10/19	TDRs rédigées		
2	Lancement des TDRs	1. TASHAROC	M S+2 07/10/19	m S+2 07/10/19	TDRs lancées		
3	Analyse des offres et sélection du prestataire	2. TASHAROC	-	M 31/10/19	Prestataire sélectionné		
4	Réalisation de l'ouvrage	1. Prestataire	M+1 04/11/19	M+5 31/03/19	Ouvrage réalisé		
	4.1 Collecte d'informations	3. TASHAROC	M+1 04/11/19	M+2 31/12/20			
	4.2 Rédaction , mise en page et graphisme des contenus	4. Acteurs de l'offre concernés	M+3 02/01/20	M+5 31/03/20			
	4.3 Prises de vue photos		M+5 02/03/20	M+5 20/03/20			

Phase III - Etape 3.2 : Définition du plan d'action sur 3 ans

AXE 1 – PROMOTION DE LA REGION

Projet 1

Structuration et diffusion des contenus relatifs à l'offre territoriale et aux facteurs d'attractivité de la Région

Plan d'actions

PA_A1_P1_A6

■ Réalisation du beau livre sur la Région – 2/3-

Responsable : Equipe CT&P

Durée de réalisation : 7 mois – Oct 2019 à Avril 2020

Priorité 1

#	Détails des actions	Participants	Date début	Date fin	Livrables/ Résultats	Pré requis	Interaction avec autre(s) PA
5	Edition de l'ouvrage	1. Prestataire		M+6 Avril 2020	Ouvrage édité		
6	Diffusion de l'ouvrage aux acteurs de marque et aux partenaires	1. Conseil Régional		En continu à partir du de mai 2020	Ouvrage diffusé		

Phase III - Etape 3.2 : Définition du plan d'action sur 3 ans

AXE 1 – PROMOTION DE LA REGION

Projet 1

Structuration et diffusion des contenus relatifs à l'offre territoriale et aux facteurs d'attractivité de la Région

Plan d'actions

PA_A1_P1_A6

■ Réalisation du beau livre sur la Région – 3/3-

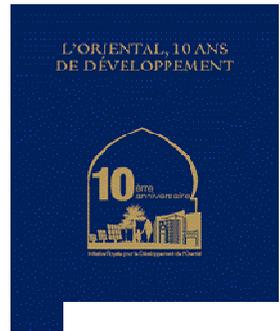
Responsable : Equipe CT&P

Durée de réalisation : 6 mois – Oct 2019 à Mars 2020

Priorité 1

- Éléments à intégrer dans les TDRs :**
- **Structuration et synthèse des contenus** relatifs aux réalisations phares sur la période arrêtée
 - **Rédaction et mise en page de l'ouvrage** des réalisations
 - **Edition de l'ouvrage en 500 exemplaires**

Exemple du beau livre la Région de l'Oriental



SOMMAIRE

Préface	3
Appréhension	14
Actus	20
Industrie & Services	24
Transport	28
Urbanisme	32
Environnement	35
C Climat & Développement	44
Transport & Equipement	48
Rehabilitation Urbaine	60
Equipement	68
Développement Humain	72
Etat de l'Education	76
Educations & Formations professionnelles	83
Santé	88
Culture	94
Sport	98



Phase III - Etape 3.2 : Définition du plan d'action sur 3 ans

AXE 1 – PROMOTION DE LA REGION

Projet 1

Structuration et diffusion des contenus relatifs à l'offre territoriale et aux facteurs d'attractivité de la Région

Plan d'actions

PA_A1_P1_A7

■ Réalisation du film institutionnel

Responsable : Equipe CT&P

Durée de réalisation : 6 mois – Janvier à Juin 2021

Priorité 3

#	Détails des actions	Participants	Date début	Date fin	Livrables/ Résultats	Pré requis	Interaction avec autre(s) PA
1	Rédaction des TDRs relatives au recrutement d'une agence de communication pour la réalisation du film institutionnel de la Région	1.AREP 2.TASHAROC	M S 04/01/21	M S+1 08/01/21	TDRs rédigées		
2	Lancement des TDRs	1. TASHAROC	M S+2 10/01/21	M S+2 10/01/21	TDRs lancées		
3	Analyse des offres et sélection du prestataire	2. TASHAROC	-	M 29/01/21	Prestataire sélectionné		
4	Réalisation du film	1. Prestataire 2. AREP	M+1 01/02/21	M+5 30/06/21	Film réalisé		
5	Mise en ligne du film sur le site de la Région	3. TASHAROC	A compter de juillet 2021		Film diffusé		

Phase III - Etape 3.2 : Définition du plan d'action sur 3 ans

AXE 1 – PROMOTION DE LA REGION

Projet 2

Mise en place de partenariats

Plan d'actions

PA_A1_P2_A1

■ Partenariats avec les acteurs l'offre du territoire – VAGUE 1 -1/2-

Responsable : Equipe CT&P

Durée de réalisation : 6 mois – Avril à Sept 2019

Priorité 1

#	Détails des actions	Participants	Date début	Date fin	Livrables/ Résultats	Pré requis	Interaction avec autre(s) PA
1	Elaboration du dossier de partenariat par partenaire	1.CONSEIL REGIONAL	M 01/04/19	M 30/04/19	Dossier de partenariat élaboré		PA_A1_P1_A1 PA_A1_P1_A2 PA_A1_P1_A3
1.1	Réalisation d'une présentation relative au projet de partenariat : contexte, objectifs attendus, démarche d'élaboration du partenariat	2.AREP 3.TASHAROC	S 01/04/19	S+2 12/04/19	Présentation élaborée		
1.2	Réalisation d'un projet de convention de partenariat indiquant : objet du partenariat, engagements des parties, actions à mener dans le cadre du partenariat ,délais de réalisation des actions prévues		M 01/04/19	M 30/04/19	Projet de convention élaborée		
3	Invitation des partenaires pour discussion dans le cadre d'un Comité de kick off par partenaire		M+1 02/05/19	M+1 31/05/19	Partenaires invités Calendrier des réunions de kick off et comités de signature élaborés		

Phase III - Etape 3.2 : Définition du plan d'action sur 3 ans

AXE 1 – PROMOTION DE LA REGION

Projet 2

Mise en place de partenariats

Plan d'actions

PA_A1_P2_A1

■ Partenariats avec les acteurs l'offre du territoire – VAGUE 1 -2/2-

Responsable : Equipe CT&P

Durée de réalisation : 6 mois – Avril à Sept 2019

Priorité 1

#	Détails des actions	Participants	Date début	Date fin	Livrables/ Résultats	Pré requis	Interaction avec autre(s) PA
4	Réalisation des Comités de kick off présentation du projet et du projet de la convention de partenariat (1 comité par partenaire)	1.CONSEIL REGIONAL 2.AREP 3.Partenaires	M+2 01/06/19	M+4 31/08/19	Comités de kick off réalisés		PA_A1_P1_A1 PA_A1_P1_A2 PA_A1_P1_A3
5	Réalisation des Comités de discussion et signature des conventions		M+5 01/09/19	M+5 30/09/19	Conventions de partenariat signées		
6	Mise en œuvre et suivi des partenariats	1. AREP	En continu à compter de la signature des partenariats		Informations sectorielles partagées, Partenariats mis en œuvre		

Phase III - Etape 3.2 : Définition du plan d'action sur 3 ans

AXE 1 – PROMOTION DE LA REGION

Projet 2

Mise en place de partenariats

Plan d'actions

PA_A1_P2_A2

■ Partenariats avec les acteurs l'offre du territoire – VAGUE 2 -1/2-

Responsable : Equipe CT&P

Durée de réalisation : 6 mois – Janv à Juin 2020

Priorité 2

#	Détails des actions	Participants	Date début	Date fin	Livrables/ Résultats	Pré requis	Interaction avec autre(s) PA
1	Elaboration du dossier de partenariat par partenaire	1.CONSEIL REGIONAL	M 02/01/20	M 31/01/20	Dossier de partenariat élaboré		
1.1	Réalisation d'une présentation relative au projet de partenariat : contexte, objectifs attendus, démarche d'élaboration du partenariat	2.AREP 3.TASHAROC	M S 02/01/20	M S+2 10/04/19	Présentation élaborée		
1.2	Réalisation d'un projet de convention de partenariat indiquant : objet du partenariat, engagements des parties, actions à mener dans le cadre du partenariat, délais de réalisation des actions prévues		M 02/01/20	M 31/01/20	Projet de convention élaborée		
3	Invitation des partenaires pour discussion dans le cadre d'un Comité de kick off par partenaire		M+1 01/02/20	M+1 28/02/20	Partenaires invités Calendrier des réunions de kick off et comité de signature élaborés		

Phase III - Etape 3.2 : Définition du plan d'action sur 3 ans

AXE 1 – PROMOTION DE LA REGION

Projet 2

Mise en place de partenariats

Plan d'actions

PA_A1_P2_A2

■ Partenariats avec les acteurs l'offre du territoire – VAGUE 2 -2/2-

Responsable : Equipe CT&P

Durée de réalisation : 6 mois – Janv à Juin 2020

Priorité 2

#	Détails des actions	Participants	Date début	Date fin	Livrables/ Résultats	Pré requis	Interaction avec autre(s) PA
4	Réalisation des Comités de kick off présentation du projet et du projet de la convention de partenariats (1 comité par partenaire)	1.CONSEIL REGIONAL 2.AREP 3.Partenaires	M+2 01/03/20	M+4 29/05/20	Comités de kick off réalisés		
5	Réalisation des Comités de discussion et signature des conventions		M+5 01/06/20	M+5 30/06/20	Conventions de partenariat signées		
6	Mise en œuvre et suivi des partenariats	1. AREP	En continu à compter de la signature des partenariats		Informations sectorielles partagées Partenariats mis en œuvre		

Phase III - Etape 3.2 : Définition du plan d'action sur 3 ans

AXE 1 – PROMOTION DE LA REGION

Projet 2

Mise en place de partenariats

Plan d'actions

PA_A1_P2_A3

- Partenariat avec une Région étrangère ayant déployé une stratégie de marketing territorial -1/2-

Responsable : Equipe CT&P

Durée de réalisation : 6 mois – Janv à Juin 2020

Priorité 2

#	Détails des actions	Participants	Date début	Date fin	Livrables/ Résultats	Pré requis	Interaction avec autre(s) PA
1	Sélection de la Région Région recommandée : Alsace	1.CONSEIL REGIONAL 2.AREP 3.TASHAROC	M 02/01/20	M 31/01/20	Région sélectionnée		
2	Elaboration du dossier de partenariat		M+1 03/02/20	M+1 28/02/20	Dossier de partenariat élaboré		
2.1	Réalisation d'une présentation relative au projet de partenariat : contexte, objectifs attendus, démarche d'élaboration du partenariat	1.CONSEIL REGIONAL 2.AREP 3.TASHAROC	M+1 S 03/02/20	M+1 - S+2 14/02/20	Présentation élaborée		
2.2	Réalisation d'un projet de convention de partenariat indiquant : objet du partenariat, engagements des parties, actions à mener dans le cadre du partenariat ,délais de réalisation des actions prévues		M +1 03/02/20	M+1 28/02/20	Projet de convention de partenariat élaboré		
3	Approche du partenaire, demande de collaboration dans le cadre de partenariat et échanges autour du projet de partenariat	1.CONSEIL REGIONAL 2.AREP	M+2 02/03/20	M+2 31/03/20	Partenaire approché demande effectué, dialogue avec le partenaire réalisé		

Phase III - Etape 3.2 : Définition du plan d'action sur 3 ans

AXE 1 – PROMOTION DE LA REGION

Projet 2	Mise en place de partenariats	
Plan d'actions	PA_A1_P2_A3	■ Partenariat avec une Région étrangère ayant déployé une stratégie de marketing territorial -2/2-

Responsable : Equipe CT&P

Durée de réalisation : 6 mois – Janv à Juin 2020

Priorité 2

#	Détails des actions	Participants	Date début	Date fin	Livrables/ Résultats	Pré requis	Interaction avec autre(s) PA
4	Invitation du partenaire à une visite en Région et organisation de la visite	1.CONSEIL REGIONAL 2.AREP	M+4 Courant Avril 2020		Partenaire invité Programme de la visite élaboré et communiqué au partenaire		
5	Organisation d'une réunion dédiée au partenariat pendant la visite présentation : présentation du projet et du projet de la convention de partenariat		M+5 ou M+6 Courant Mai ou juin 2020 (1 semaine de visite)		Visite réalisée Convention de partenariat signée		
6	Signature du partenariat	1. CONSEIL REGIONAL		<i>A cours de la visite</i>			
7	Mise en œuvre et suivi des partenariats	1. AREP		En continu après la signature du partenariat	Partage d'expérience autour du marketing territorial		

Phase III - Etape 3.2 : Définition du plan d'action sur 3 ans

AXE 1 – PROMOTION DE LA REGION

Projet 3

Mise en place d'une équipe dédiée à la Communication territoriale et à la gestion des partenariats

Plan d'actions

PA_A1_P3_A1

■ Mise en place de l'équipe

Responsable : Conseil Régional & AREP

Durée de réalisation : 1 mois – Mars 2019

Priorité 1

#	Détails des actions	Participants	Date début	Date fin	Livrables/ Résultats	Pré requis	Interaction avec autre(s) PA
1	Identification des personnes en charge au sein du Conseil Régional ou de l'AREP : 1 chargé(e) de communication territoriale 1 chargé(é) de partenariats	1.CONSEIL REGIONAL 2.AREP	M S 10/03/19	M S 15/03/19	Personnes ressources identifiées		
3	Rédaction des fiches de poste à partir des missions précisées au projet 3 de la stratégie, relatives : Au poste de chargé(e) de communication territoriale Au poste de chargé(e) de partenariat		M S 17/03/19	M S+2 29/03/19	Fiches de postes		
4	Mise en œuvre de l'exécution des dossiers confiés (<i>projets stratégiques P1 à P7</i>)	1. Equipe CT&P	M S+3 En continu à compter du 01/04/19		Exécution de la stratégie de marketing territorial		
5	Proposition et suivi de l'exécution du plan de promotion annuel et des partenariats		Annuellement à compter de 2020		Plan de promotion régional annuel défini et exécuté		

Phase III - Etape 3.2 : Définition du plan d'action sur 3 ans

AXE 1 – PROMOTION DE LA REGION

Projet 4

Mise en place du dispositif de gouvernance et de pilotage du Plan de promotion de la Région

Plan d'actions

PA_A1_P4_A1

■ Dispositif de gouvernance et de pilotage

Responsable : Conseil Régional & AREP

Durée de réalisation : 2 mois – Avril Mai 2019

Priorité 1

#	Détails des actions	Participants	Date début	Date fin	Livrables/ Résultats	Pré requis	Interaction avec autre(s) PA
1	Identification des membres par instance de pilotage Comité stratégique Comité de Coordination Comités de suivi thématiques	1.CONSEIL REGIONAL 2.AREP	M S 01/04/19	M S+2 15/04/19	Membres identifiés		
2	Elaboration d'une présentation relative au projet de stratégie de marketing territorial, à sa feuille de route et au dispositif de gouvernance associé : instances, missions; membres, composition, fréquence		M S+2 17/04/19	M S+4 30/04/19	Présentation réalisée		
3	Organisation d'une réunion de kik off visant le lancement de la stratégie de marketing territorial : diffusion de la présentation (action 2) et présentation du dispositif de gouvernance NB : Le dispositif sera mis en œuvre au démarrage du projet. En attendant la création de la cellule, c'est l'AREP qui prendra en charge le rôle de cellule CT&P dans le dispositif		M+1 Courant Mai 2019		Kick off réalisé		
5	Mise en œuvre du dispositif de gouvernance tel que défini dans le projet stratégique	1. INSTANCES TELLES QUE DEFINIES DANS LE PROJET 4	En continu à partir de Mai 2019		Tenue des Comités respectifs		

Phase III - Etape 3.2 : Définition du plan d'action sur 3 ans

AXE 2 – MARQUE TERRITORIALE REGIONALE PARTAGEE

Projet 5

Mise en place du dispositif de concertation et de mobilisation des acteurs dur le projet de marque territoriale régionale partagée

Plan d'actions

PA_A2_P5_A1

■ Structuration du dispositif de concertation et de mobilisation

Responsable : Conseil Régional & AREP

Durée de réalisation : 2 mois – Sept Oct 2020

Priorité 1

#	Détails des actions	Participants	Date début	Date fin	Livrables/ Résultats	Pré requis	Interaction avec autre(s) PA
1	Structurer le dispositif de concertation	1. CONSEIL REGIONAL 2. AREP	M	M+1	Dispositif conçu		
1.1	Identifier les parties prenantes à associer au dispositif : ensemble des acteurs de l'offre présenté en page 14		M S	M S+	Parties prenantes identifiées		
1.2	Définir les modalités de gouvernance du dispositif : 1 Comité de pilotage réunissant l'ensemble des parties prenantes 1 fois tous les 2 mois 1 Comité de suivi opérationnel du dispositif de concertation (AREP, CONSEIL REGIONAL ET CELLULE CT&P une fois créée) 1 fois par mois		N/A dispositif défini	N/A			
1.3	Elaboration du dossier de concertation (<i>présentation relative au contexte, objectifs attendus et démarche de concertation</i>)	1. AREP	M 01/09/20	M 30/09/20	Dossier réalisé		
2	Lancer le processus : Invitation des parties prenantes et organisation du kick off		M+1 01/10/20	M+1 31/10/20	Invitations réalisées Réunion de kick off du processus programmée		

Phase III - Etape 3.2 : Définition du plan d'action sur 3 ans

AXE 2 – MARQUE TERRITORIALE REGIONALE PARTAGEE

Projet 5

Mise en place du dispositif de concertation et de mobilisation des acteurs du projet de marque territoriale régionale partagée

Plan d'actions

PA_A2_P5_A2

■ Mise en œuvre du dispositif de concertation et de mobilisation

Responsable : Conseil Régional & AREP

Durée de réalisation : 6 mois – Nov 2020 à Avril 2021

Priorité 1

#	Détails des actions	Participants	Date début	Date fin	Livrables/ Résultats	Pré requis	Interaction avec autre(s) PA
1	Kick off des concertations : présentation des <i>contexte, objectifs attendus, démarche et dispositif de gouvernance</i>	1.CONSEIL REGIONAL	M+2		Kick off réalisé		
2	Mise en œuvre et suivi du processus de concertation selon la gouvernance définie	2.AREP 3.PARTIES PRENANTES					
2.1	<i>Tenue des Comités de concertations suivant le dispositif défini</i>		M+2 à M+5		Comités tenus selon le dispositif défini		PA_A2_P6_A2
2.2	<i>Elaboration de la charte de marketing territorial et de la feuille de route des acteurs au niveau des Comités (sur proposition du Comité de suivi)</i>				Charte du marketing territorial élaborée Feuille de route du marketing territorial		
3	Clôturer le processus de concertation			Avril 2021	Démarrage du projet PA_A2_P2_A2		

Phase III - Etape 3.2 : Définition du plan d'action sur 3 ans

AXE 2 – MARQUE TERRITORIALE REGIONALE PARTAGEE

Projet 6

Définition et mise en œuvre de la stratégie d'attractivité et de la marque territoriale régionale partagée

Plan d'actions

PA_A2_P6_A1

■ Lancement de l'étude relative la stratégie d'attractivité et à la marque territorial partagée

Responsables : Conseil Régional, AREP & Partenaires

Durée de réalisation : 2 mois – Mai Juin 2021

Priorité 1

#	Détails des actions	Participants	Date début	Date fin	Livrables/ Résultats	Pré requis	Interaction avec autre(s) PA
1	<p>Rédaction des TDRs relatives à l'étude sur la marque territoriale partagée</p> <p>Phases à prévoir sur une durée totale de 6 mois</p> <ul style="list-style-type: none"> • 1 Portrait identitaire de la Région TTAH • 2 Analyse du positionnement concurrentiel vis-à-vis des autres Régions du Royaume • 3 stratégie d'attractivité de la Région et création de la marque : <ul style="list-style-type: none"> ○ Positionnement de la Région en matière d'attractivité ○ Cibles et messages par cibles ○ Création de la marque ○ Modalités de gestion de la marque et dispositif organisationnel associé • 4. Dispositif de mise en œuvre et de pilotage de la marque territoriale régionale partagée • 5. Accompagnement au déploiement de la marque 	<p>1.AREP 2.TASHAROC</p>	M 03/05/21	M 31/05/21	Dossier d'appel d'offres		PA_A2_P5_A2
2	Lancement de l'appel d'offres	1. TASHAROC	M+1 01/06/21		Appel d'offres lancé		
3	Analyse des offres et sélection du prestataire	2. TASHAROC	-	M+1 30/06/21	Prestataire sélectionné		

Phase III - Etape 3.2 : Définition du plan d'action sur 3 ans

AXE 2 – MARQUE TERRITORIALE REGIONALE PARTAGEE

Projet 6

Définition et mise en œuvre de la stratégie d'attractivité et de la marque territoriale régionale partagée

Plan d'actions

PA_A2_P6_A2

■ Réalisation et supervision de l'étude

Responsables : Conseil Régional, AREP & Partenaires

Durée de réalisation : 6 mois – Juillet à déc 2021

Priorité 1

#	Détails des actions	Participants	Date début	Date fin	Livrables/ Résultats	Pré requis	Interaction avec autre(s) PA
4	Réalisation de l'étude sous la supervision d'un Comité de pilotage intégrant l'ensemble des parties prenantes mobilisées dans le cadre du Projet P1 de l'Axe 2	1. Prestataire 2. AREP 3. Partie prenante	M 01/07/21	M+6 31/12/21	Etude réalisée		
5	Implémentation de la stratégie d'attractivité et de la marque territoriale régionale partagée		A compter de janvier 2021		Démarrage de l'implémentation de la stratégie d'attractivité et de la marque		

Phase III - Etape 3.2 : Définition du plan d'action sur 3 ans

AXE 2 – MARQUE TERRITORIALE REGIONALE PARTAGEE

Projet 7

Alignement du dispositif organisationnel lié à la mise en œuvre de la marque territoriale partagée

Plan d'actions

PA_A2_P7_A1

■ Alignement organisationnel

Responsables : Conseil Régional, AREP & Partenaires

Durée de réalisation : NA (à déterminer par l'étude)

Priorité 1

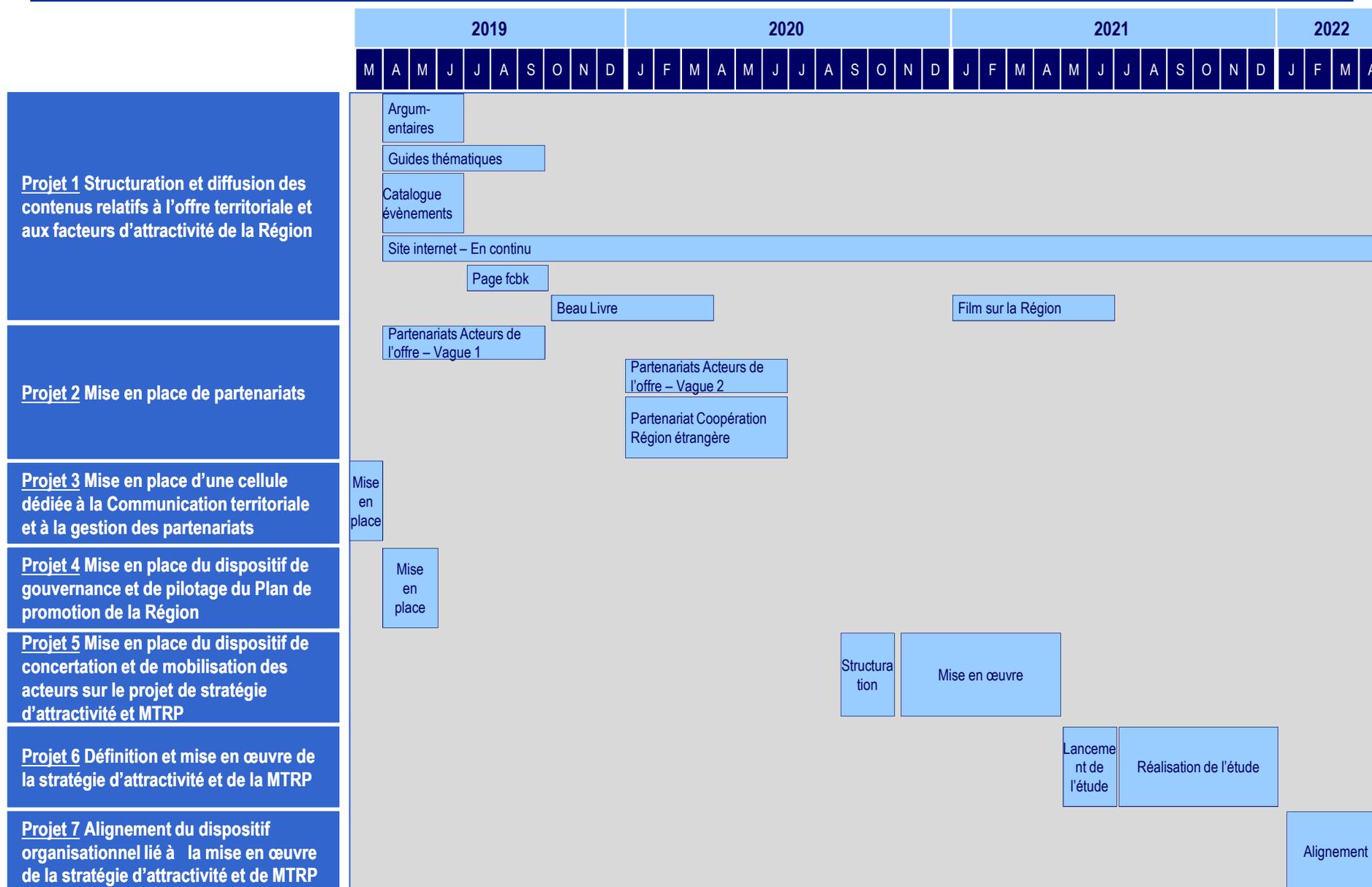
#	Détails des actions	Participants	Date début	Date fin	Livrables/ Résultats	Pré requis	Interaction avec autre(s) PA
1	Mise en œuvre des recommandations de l'étude en matière de dispositif organisationnel cible		1. A déterminer par l'étude			Finalisation PA_A2_P6_A2	

Phase III - Etape 3.2 : Définition du plan d'action sur 3 ans

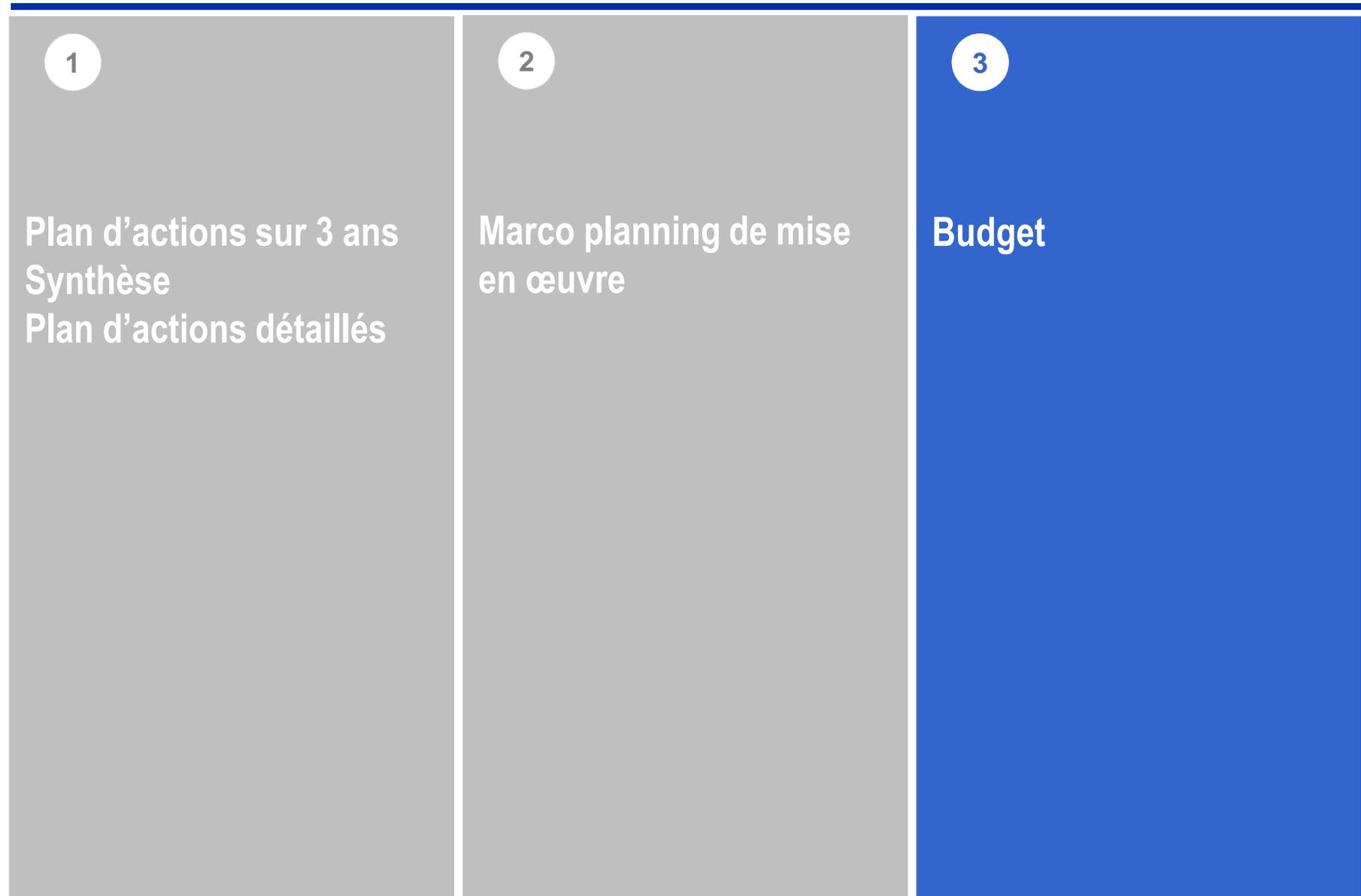


Phase III - Etape 3.2 : Définition du plan d'action sur 3 ans

Macro planning de mise en œuvre



Phase III - Etape 3.2 : Définition du plan d'action sur 3 ans



Phase III - Etape 3.1 : Définition de la stratégie de marketing territorial

Budget annuel (HT) consolidé – Estimation

Projet	Plan d'actions	Budget 2019	Budget 2020	Budget 2021
Projet 1 :Structuration et diffusion des contenus relatifs à l'offre territoriale et aux facteurs d'attractivité de la Région	PA _A1_P1_A1 - Réalisation des argumentaires	183 000	<i>Budget à actualiser en fonction des mises à jour</i>	<i>Budget à actualiser en fonction des mises à jour</i>
	PA _A1_P1_A2 - Réalisation des guides thématiques	228 000	228 000	<i>Budget à actualiser en fonction des guides thématiques à produire</i>
	PA _A1_P1_A3 - Réalisation du catalogue d'évènements d'intérêts de la Région	102 500		
	PA _A1_P1_A4 - Site internet Pris en charge par Label Pub			
	PA _A1_P1_A5 - Page facebook	123 000	180 000	180 000
	PA _A1_P1_A6 - Beau Livre sur la Région		305 000	
	PA _A1_P1_A6 - Film institutionnel sur la Région 2 mois			700 000
Projet 2 :Mise en place de partenariats	PA _A1_P2_A3 - Partenariat avec une Région étrangère ayant déployé une stratégie de marketing territorial			30 000
Projet 6 : Définition et mise en œuvre de la stratégie d'attractivité et de la marque territoriale régionale partagée	PA _A2_P 6_A2 - Réalisation et supervision de l'étude relative à la marque territorial partagée			1 320 000
BUDGET TOTAL		636 500	713 000	2 458 000

Remarques :

- Le projet 1 pourra faire l'objet de cofinancements à négocier avec les partenaires
- Le projet 2 a vocation à être cofinancé par les acteurs de l'offre du territoire concernés par la mise en œuvre de la stratégie d'attractivité et la marque territoriale régionale

Phase III - Etape 3.2 : Définition du plan d'action sur 3 ans

Hypothèses budget – Voir également fichier excel transmis avec le livrable

Projet 1 : Structuration et diffusion des contenus relatifs à l'offre territoriale et aux facteurs d'attractivité de la Région – 1/3-

Plan d'action PA _A1_P1_A1 - Réalisation des argumentaires

Livrables	Consultant	Taux journalier moyen MAD	Budget
Phase préparatoire et note de cadrage	1	3000	183000
Collecte d'informations, constitution d'une banque d'images par thématique	20		
Structuration, rédaction, mise en page et graphisme des 8 argumentaires (5JH par argumentaire)	40		
Charge JH	61		
Durée du projet (collecte d'information et rédaction)	2 mois		
Equivalent temps plein nécessaire (ETP)	1,5 ETP soit 1,5 à 2 consultants sur 2 mois		

Plan d'action PA _A1_P1_A2 - Réalisation des guides thématiques

Livrables	Consultant	Taux journalier moyen MAD	Budget
Phase préparatoire et note de cadrage	1	3000	228000
Collecte d'information et constitution d'une banque d'images par thématique	30		
Structuration, rédaction, mise en page et graphisme des 3 guides thématiques - environ 30 pages par guide fini) (15JH par argumentaire)	45		
Charge JH	76		
Durée du projet (collecte d'information et rédaction)	5 mois		
Equivalent temps plein nécessaire (ETP)	1 ETP ou 3 consultants (30 JH par thématique) sur 5 mois		

Plan d'action PA _A1_P1_A3 - Réalisation du catalogue d'évènements d'intérêts de la Région

Livrables	Consultant	Taux journalier moyen MAD	Budget
Phase préparatoire et note de cadrage	1	2500	102500
Collecte d'informations- recensement des évènements	20		
Rédaction du catalogue	15		
Elaboration du calendrier de mise en ligne du catalogue	5		
Charge JH	41		
Durée du projet (collecte d'informations et rédaction)	2 mois		
Equivalent temps plein nécessaire (ETP)	1 ETP sur 2 mois		

Phase III - Etape 3.2 : Définition du plan d'action sur 3 ans

Hypothèses budget – Voir également fichier excel transmis avec le livrable

Projet 1 : Structuration et diffusion des contenus relatifs à l'offre territoriale et aux facteurs d'attractivité de la Région – 2/3-

Plan d'action PA _A1_P1_A4 - Site internet : Pris en charge par Label Pub

Plan d'action PA _A1_P1_A5 - Page facebook

Livrables	Consultant	Community Manager	Graphiste Digital	Taux journalier (consultant)	Publicité (Sponsoring de publications)	Budget année 2019	Budget annuel à partir de 2020
Phase préparatoire et note de cadrage	1						
Structuration du contenu à diffuser	20						
Création alimentation et animation de la page - lancement-			1 ETP 5000 MAD/mois	3000	1000 MAD/mois	123000	180000
Animation de la page en continue	cf Community manager	1 ETP à 9000 MAD/Mois					
Charge JH démarrage	21						
Durée du projet (Structuration du contenu)	2 mois						
Equivalent temps plein nécessaire (ETP)	1 ETP sur 2 mois (Structuration) puis 2 ETP (Community Manager et Graphiste)						

Plan d'action PA _A1_P1_A6 - Beau Livre sur la Région

Source : benchmark

Budget Consultant 40 JH Taux Journalier 3000 MAD	Budget Graphiste Forfait	Budget Photographe Forfait	Budget Edition (500 exemplaires)	Budget total
120000	50 000	50 000	85 000	305 000
Durée du projet (collecte d'information, rédaction, mise en page, photo)	7 mois			

Phase III - Etape 3.2 : Définition du plan d'action sur 3 ans

Hypothèses budget – Voir également fichier excel transmis avec le livrable

Projet 1 : Structuration et diffusion des contenus relatifs à l'offre territoriale et aux facteurs d'attractivité de la Région -3/3-

Plan d'action PA _A1_P1_A7 - Film institutionnel sur la Région

Source Benchmark

Budget	
Entre 700 000 à 1,2 millions e MAD	
Durée du projet	6 mois

Projet 2 : Mise en place de partenariats

Plan d'action PA _A1_P2_A1 &A2- Partenariats avec les acteurs l'offre du territoire – VAGUE 1 &2

Pas de financements nécessaires

Plan d'action PA _A1_P2_A3- Partenariat avec une Région étrangère ayant déployé une stratégie de marketing territorial

Prise en charge à réaliser	Hypothèses Budget
Prise en charge de l'hébergement et des repas pendant la visite	1500 MAD par pax pendant 5 Jrs Hypothèse : 4 pax
Budget MAD	30000

Projet 3 : Mise en place d'une équipe dédiée à la Communication territoriale et à la gestion des partenariats

Plan d'action PA _A1_P3_A1 Mise en place de l'équipe

Pas de financements nécessaires – Recours aux ressources internes du Conseil Régional ou de l'AREP

Phase III - Etape 3.2 : Définition du plan d'action sur 3 ans

Hypothèses budget – Voir également fichier excel transmis avec le livrable

Projet 4 : Mise en place du dispositif de gouvernance et de pilotage du Plan de promotion de la Région

Plan d'action PA_A1_P4_A1 -Dispositif de gouvernance
Pas de financements nécessaires

Projet 5 : Mise en place du dispositif de concertation et de mobilisation des acteurs du le projet de marque territoriale régionale partagée

Plan d'action PA_A1_P4_A1 et PA_A1_P4_A2 -Structuration du dispositif de concertation et de mobilisation & Mise en œuvre du dispositif
Pas de financements nécessaires

Projet 6 : Définition et mise en œuvre de la stratégie d'attractivité et de la marque territoriale régionale partagée

Plan d'action PA_A2_P6_A2 – Réalisation et supervision de l'étude relative à la marque territorial partagée

Livrables	Expert Marketing territorial	Consultant Stratégie	Agence de communication	Budget total JH	Taux journalier moyen	Budget MAD
Phase préparatoire et note de cadrage	3	2		5	6000	1320000
Portrait identitaire	40			40		
Positionnement concurrentiel de la Région		20		20		
Stratégie d'attractivité et création de la marque	30	20	30	80		
Dispositif de mise en œuvre et de pilotage de la marque	10		20	30		
Accompagnement au déploiement de la marque	40	5		45		
Charge JH	123	47	50	220		
Durée du projet	6 mois					
Equivalent temps plein nécessaire (ETP)	2 ETP sur 6 mois					

Projet 7 : Alignement du dispositif organisationnel lié à la mise en œuvre de la marque territoriale partagée

Plan d'action PA_A1_P7_A1 Alignement du dispositif
A déterminer par Projet P6