

La démarche de marketing territorial express est une réflexion stratégique guidée qui permet aux municipalités de définir leur positionnement unique, de promouvoir leurs attraits et de se doter d'une vision, d'une ambition partagée par leur collectivité.



Vous aimeriez en savoir davantage sur les différentes étapes de la démarche? N'hésitez pas à communiquer avec nous!



communications  
événements

1358, St-Calixte  
Plessisville, QC G6L 1P3

Roxanne Huard, directrice  
Tél. : 819 362-9315 · 819 362-5259  
info@aazevenements.org

[www.aazevenements.org](http://www.aazevenements.org)



# Démarche de marketing territorial express



communications  
événements

Beaucoup  
de municipalités  
en région  
font face  
aujourd'hui  
à un défi majeur  
d'attractivité  
et de  
rayonnement!

Vous cherchez des façons d'attirer plus de visiteurs dans votre municipalité? Vous désirez voir de nouvelles familles s'établir chez vous? Vous aimeriez mobiliser votre communauté autour d'un thème rassembleur que vos citoyens seraient fiers de propager?

## Une démarche issue du monde des affaires

Le plan de marketing territorial permet aux municipalités — au même titre que l'entreprise qui veut mettre toutes les chances de réussite de son côté — de se doter de solutions originales et efficaces afin d'accroître le dynamisme de son milieu.

Tout comme en affaires, la municipalité propose un « produit » : un endroit pour vivre, un lieu de travail, une communauté, une qualité de vie. Elle doit considérer ses futurs résidents et ses citoyens comme le « public » qu'elle doit attirer et la « clientèle » dont elle doit prendre soin.

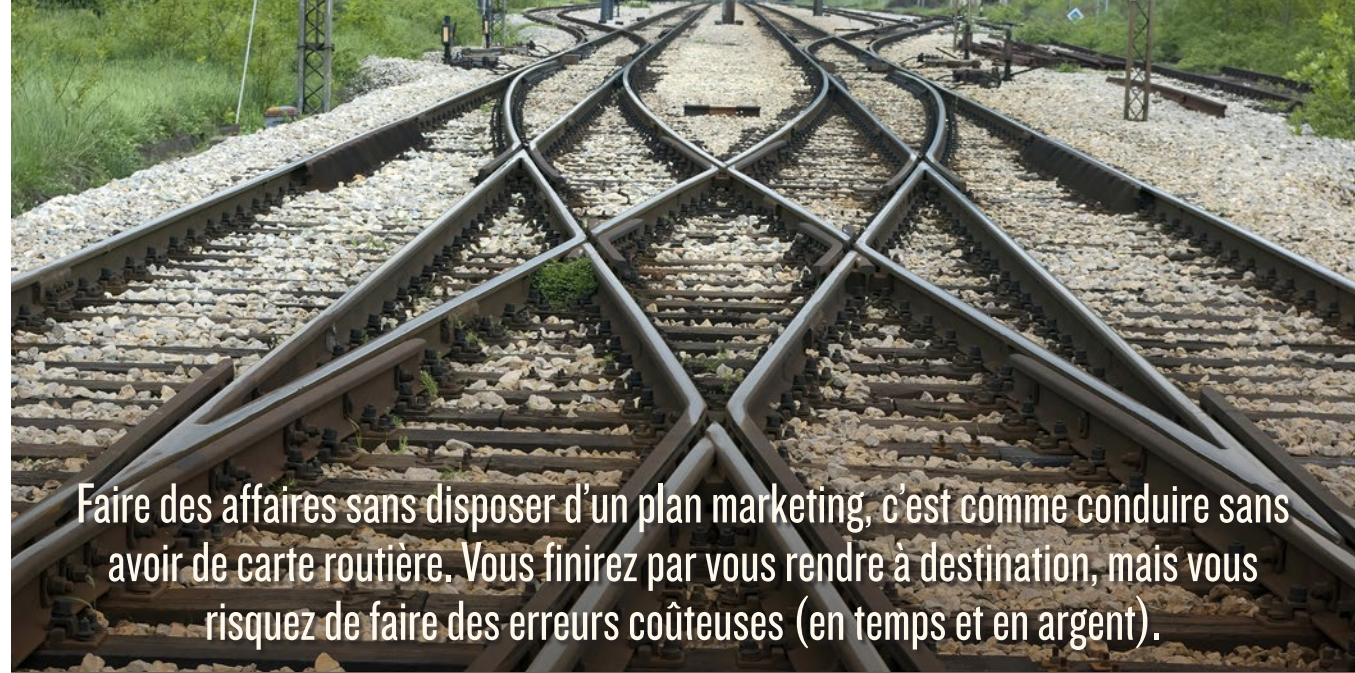
Pour cette raison, il est important de s'entourer de professionnels du marketing et des communications et de gens à l'affût des réalités des organisations municipales, régionales, culturelles et touristiques.

## L'offre territoriale

La démarche de marketing territorial express a été conçue par M. Rick Lavergne, directeur général de la MRC de L'Érable avec la participation de l'équipe de A à Z communication événements.

Basée sur le plan marketing d'affaires, elle propose une réflexion stratégique simplifiée spécialement conçue pour les petites et moyennes municipalités. Le processus par étapes permet aux élus ou à un comité les représentant, d'établir un plan réaliste afin de mieux promouvoir les services et les attraits de leur milieu et répondre au défi de l'attractivité. La démarche permet de :

- **Communiquer efficacement avec un message fort;**
- **Trouver les outils qui vous feront connaître et vous distingueront d'autres lieux et attraits;**
- **Créer un consensus réel dans la communauté.**



Faire des affaires sans disposer d'un plan marketing, c'est comme conduire sans avoir de carte routière. Vous finirez par vous rendre à destination, mais vous risquez de faire des erreurs coûteuses (en temps et en argent).

« Le marketing territorial relève de l'effort collectif de valorisation pour influencer le comportement des publics visés, en proposant une offre différente et attractive dont la valeur perçue est durablement supérieure à celles de municipalités concurrentes. »

Vincent Gollain,  
Directeur Economie et Expert en  
Marketing Territorial, IAU île-de-France

## Les étapes de la démarche

La démarche de marketing territorial express est une boîte à outils basée sur des méthodes, techniques et analyses qui ont fait leurs preuves. Elle comprend :

- **Plusieurs éléments de diagnostic**
  - Un diagnostic démographique
  - Une consultation populaire et l'analyse de ses résultats
- **Des ateliers de travail et des rencontres de validation par étapes avec le conseil/comité permettant :**
  - L'identification d'un but à atteindre
  - L'analyse de la situation
  - L'identification des forces, des valeurs et des priorités
- **Un plan marketing complet**
- **La création d'un énoncé de positionnement unique**
- **Un plan d'action, ses étapes et son budget**