

# Stratégie économique et marketing territorial de la CA Plaine Vallée



## La problématique

- A la faveur de la Loi Notre, la **CA s'est récemment constituée et demeure insuffisamment connue**. Il existe un **besoin d'appropriation** tant en interne (habitants, entreprises) qu'en externe (Val d'Oise, IDF...).
- Dans le même temps, le territoire bénéficie d'une certaine notoriété dont les grands marqueurs résident plutôt sur les loisirs et la nature (Lac d'Enghien, Forêt de Montmorency...), avec des privilèges territoriaux (seule station thermale d'IDF).
- Depuis plusieurs années, le territoire s'est impliqué dans la conception et le **financement d'équipements et d'actions économiques** en faveur des créateurs, des entreprises. Ces éléments représentent des atouts d'accueil et d'accompagnement mais ils sont **peu connus et reliés** entre eux.
- Le territoire recèle également des pépites technologiques et innovantes, mais qui se valorisent peu, ainsi que des atouts en termes de compétence, de qualité de vie et des villes à taille humaine.
- **L'agglomération souhaite un accompagnement pour définir sa stratégie de marketing et de communication économique.**

## Notre action

- **Diagnostic de l'offre économique et de la communication** sur cette offre
- Analyse de la **notoriété**
- **Enquête** auprès des cibles
- **Séminaires** de concertation et d'appropriation avec les acteurs économiques et les partenaires.
- **Portrait d'attractivité**
- Définition de la **stratégie de positionnement marketing** et de valorisation des leviers d'action (développer des stratégies pour relever les défis identifiés)
- Définition de l'**argumentaire** par cible
- Définition de la **marque et de la charte graphique**
- Mise en place d'un **plan de communication**
- Mise en place d'**indicateurs de suivi** et d'évaluation de la communication

### Client

- PLAINE VALLEE
- 184 000 habitants

### Partenaire

**EPICEUM**

### Année & Budget

- Démarrage 2020 en cours
- 100 K€



Enghien-les-Bains

