



Alès agglomération  
Stratégie marketing territorial  
entreprise et habitat en NPNRU

# # Mission de stratégie de marketing territorial en NPRU : habitat et économie

## La problématique

- Parvenir à **mobiliser efficacement les acteurs et les projets** pour susciter un intérêt autour des quartiers visés par le NPNRU ;
- **Résoudre le déficit d'image des quartiers prioritaires** en mettant en résonance ses atouts, le projet ANRU et en ouvrant un nouveau récit ;
- Aider à **résoudre les difficultés d'attractivité** liées à l'attrait et à la concurrence des territoires périurbains de l'agglomération ;
- **Trouver un positionnement stratégique à chacun des quartiers** en s'appuyant sur leurs atouts, leurs valeurs, leurs savoir-faire, le rayonnement de leurs talents et des moteurs de proximité, dans une démarche de complémentarité de l'offre de l'agglomération ;
- **Faire « venir », renforcer l'attractivité de l'offre** en travaillant sur les composantes « accessibilité », « produit », « aménité », et en **s'appuyant sur les leviers de solidarité et d'innovation sociale des quartiers** ;
- **Produire un argumentaire adapté à chaque cible** : ménages, jeunes, familles, entrepreneurs, artisans, usagers, etc. ;
- **Proposer des mesures concrètes échelonnées** dans le temps de communication afin d'agir rapidement sur l'image des quartiers prioritaires.

Client

- Alès agglo

Année

- 2020

## Notre action

- **Diagnostic d'image et d'attractivité des produits du marché immobilier** pour cinq quartiers dont centre-ville
- Lien avec cœur de ville
- **Workshop image** et attractivité avec des acteurs de proximité
- **Enquête multicanale auprès des cibles**
- Interviews multi-acteurs
- **Choix de positionnement et d'arguments cadre pour les quartiers**
- **Structuration du récit**

