



## Compte rendu Atelier 2 : Le marketing territorial : un outil au service de la marque employeur

# **Séquence 1 – Si mon territoire vous était conté...**

- Livrable : je découvre le marketing territorial : le sens et le contenu

# Quelles images évoque votre marketing territorial?



Quelles images évoquent votre marque territoriale ⓘ



dynamique internationale  
culture mer tourisme montagne  
nature histoire solidaire acces ouverture  
depointe

# Est-ce une marque forte?



Oui

85 %  
22 réponses

Non

15 %  
4 réponses



Quel est le slogan de votre collectivité ?

le bonheur est dans gers  
**completement nantes** **solidaire ...**  
**agir ensemble** etre solidaire  
**capitale humaine**  
**complètement nantes** **agir pour vous**  
**bien vivre à auch**

## Séquence 2 – Le Territoire : une histoire d'Hommes

*Est-ce que le territoire marque la politique RH ? Est-ce que la politique RH contribue à la valorisation du territoire ?*

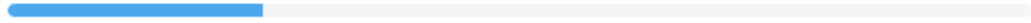
Livrable : Je sais en quoi la politique RH a toute sa place dans le marketing territorial et de manière réciproque, je sais comment il peut irriguer la ME

# Politique RH et valorisation du territoire



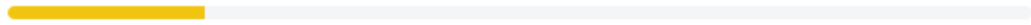
# Quelles thématiques majeures aborder avec le marketing territorial?

Emploi



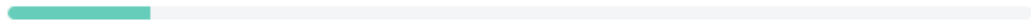
25%  
52 point

Transport



19,2%  
40 point

Logement

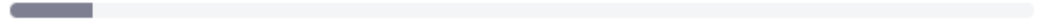


13,9%  
29 point

Santé

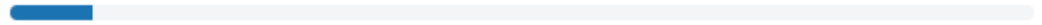
11,5%

Education



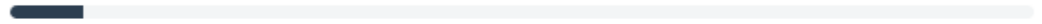
8,2%  
17 points

Loisir



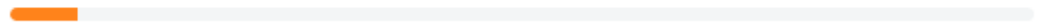
8,2%  
17 points

Sport



7,2%  
15 points

Culture



6,7%  
14 points

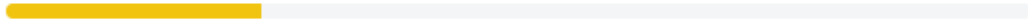
# Séquence 3 – Construire une histoire ensemble...

## Avec quels partenaires et pour quoi faire ?

- Livrable : J'en découvre tous les acteurs utiles

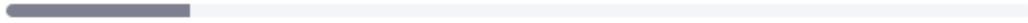
# Acteurs internes majeurs

Direction de la communication



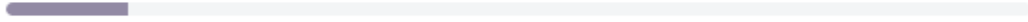
25%  
50 points

Direction du développement économique



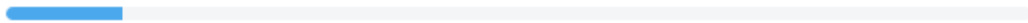
18%  
36 points

Direction déplacements et transports



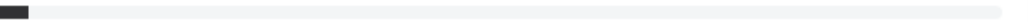
12%  
24 points

Cabinet



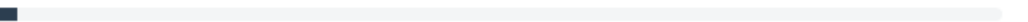
11,5%  
23 points

Comité des oeuvres sociales



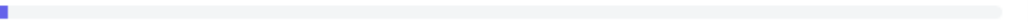
5%  
10 points

Direction des affaires culturelles



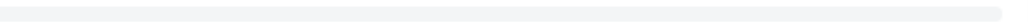
4%  
8 points

Direction des sports



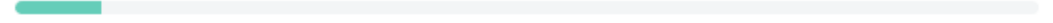
3%  
6 points

Conservatoire



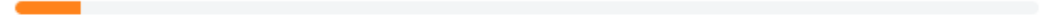
0%  
0 point

Direction du logement



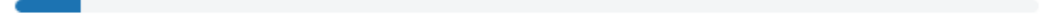
8,5%  
17 points

Direction des affaires sociales



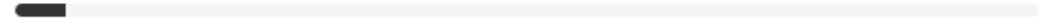
6,5%  
13 points

Direction de l'éducation



6,5%  
13 points

Comité des oeuvres sociales



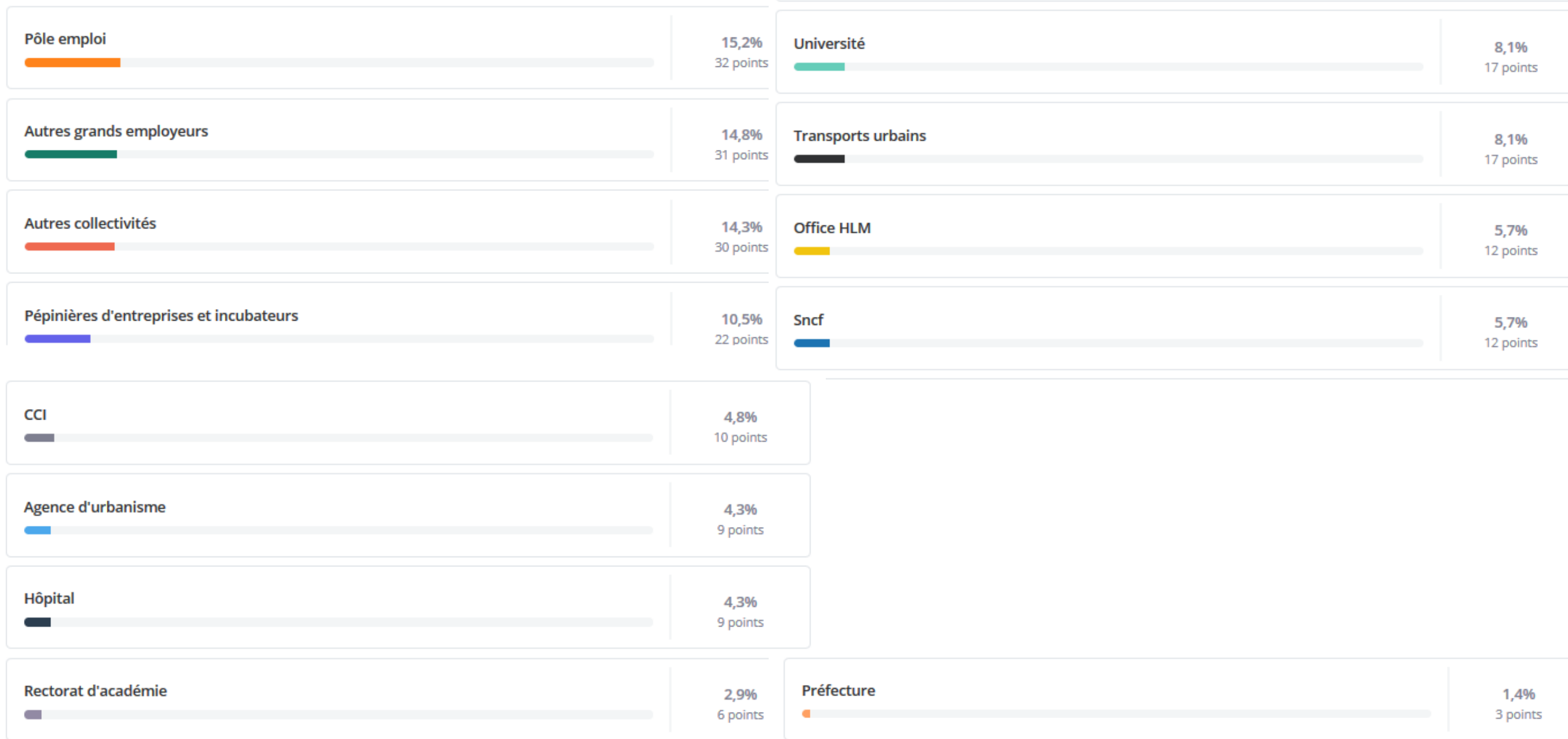
5%  
10 points

Direction des affaires culturelles



4%

# Acteurs externes majeurs (propositions priorit es)



# Séquence 4 – Marketing territorial : la contribution du DRH est incontournable

- Livrable : *Mon rôle est clarifié, et ma Marque Employeur est renforcée*

L'apport du DRH en 4 mots

territoire  
facilitation **mobilité** lien comm  
elus agent **reseau**



## Petit souvenir de l'atelier

