



Projet de territoire

Petites villes de demain

et Opération de revitalisation de territoire

4. Fiches action

Orientation 1 : Instaurer une image positive de Valsershône et de son centre-ville



Axes	Actions	Maître(s) d'ouvrage
Axe 1. A : Approfondir la connaissance de la notoriété et l'image de la commune	1) Réaliser une étude sur l'attractivité globale de la commune (image et notoriété)	Commune de Valserhône
Axe 1.B : Communiquer de manière cohérente et positive afin d'attirer des entreprises, chaland dans le centre-ville, de futurs habitants, des touristes et conserver nos actifs résidents au sein de notre bassin d'emploi	2) Mettre en place un groupe de travail communication réunissant la commune de Valserhône, la CCPB et l'Office de tourisme Terre Valserine afin d'améliorer la coopération sur le fond et la forme	Commune de Valserhône, CCPB et Office de tourisme
	3) Mettre en place un plan de marketing territorial multi-domaines afin de porter une image cohérente, renouvelée et positive du territoire afin d'attirer : <ul style="list-style-type: none"> • des entreprises dans et hors centre-ville • des chalands dans le centre-ville • de nouveaux habitants • des actifs résidents pour travailler sur le territoire d'habitation • des touristes ... 	Commune de Valserhône et CCPB
	4) Mettre en place un réseau d'ambassadeurs du territoire	Commune de Valserhône et/ou CCPB
Axe 1.C : Faire connaître les projets du territoire	5) Mettre en place une communication sur l'avancée des projets, par exemple par le biais d'un suivi « en temps réel » (sites internet, réseaux...)	Commune de Valserhône et CCPB

FICHE ACTION N°1

Réaliser une étude sur l'attractivité et l'image de la commune

Orientation stratégique	Orientation 1 : Instaurer une image positive de Valserhône et de son centre-ville
Axe	Axe 1. A : Approfondir la connaissance de la notoriété et l'image de la commune
Statut	En projet
Maître d'ouvrage	Commune de Valserhône
Description de l'action	<p>Image et notoriété sont à distinguer :</p> <p>Une étude de notoriété est destinée à mesurer la notoriété de la commune auprès d'un public cible donné. Trois types de notoriété peuvent être mesurées :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Notoriété assistée : reconnaissance à partir d'une liste proposée aux personnes interrogées. ➤ Notoriété spontanée : citation sans aucune aide. ➤ Notoriété Top of Mind : notoriété spontanée de premier rang. <p>Suite au changement de nom au 1^{er} janvier 2019 de Valserhône, il serait très intéressant d'évaluer sa notoriété au bout de 4 années d'existence.</p> <p>L'étude d'image est destinée à déterminer l'image de la commune telle qu'elle est perçue par une population cible. L'étude d'image va permettre d'identifier les points faibles et forts associés au sujet de l'enquête et donc d'identifier les axes d'améliorations. Elle peut permettre également de se positionner face à ses « concurrents ».</p> <p>Valserhône veut être reconnue et considérée comme 3^{ème} commune de l'Ain et faire connaître son nouveau positionnement, ses valeurs, ses atouts, ses projets.</p> <p>Le diagnostic issu de ces 2 études complémentaires permettrait d'affiner le plan d'actions pour instaurer une image positive de Valserhône, en formulant des propositions d'actions à choisir par les élus.</p> <p>Avec l'appui d'un prestataire externe spécialisé, il sera primordial de bien déterminer en amont les publics cibles pour les 2 études.</p> <p><i>Pour mémoire, une étude EPICEUM a été réalisée en 2021 sur la communication de la commune et de la CCPB, et pointe la nécessité de travailler sur le marketing territorial et « l'identité de territoire ».</i></p>
Partenaires	Prestataire externe spécialisé dans les études de notoriété et d'image des collectivités publiques. Service COM de la Maire de Valserhône
Dépenses prévisionnel/définitif	Coût des études à réaliser par un prestataire externe : à déterminer. Coût agent pour lien avec prestataire, suivi des études... : à déterminer.

Plan de financement prévisionnel / définitif	A déterminer
Calendrier	Idéalement en 2023-2024 car la commune nouvelle a été créée en 2019 > 5 ans en 2023
Lien autres programmes et contrats territorialisés	
Indicateurs de suivi et d'évaluation	Réalisation effective de l'étude
Conséquence sur la fonction de centralité	Evaluer la notoriété, comprendre les faiblesses et forces de l'image de Valsenhône rejaillit automatiquement sur l'ensemble du territoire. Affirmer sa notoriété et son image en tant que 3 ^{ème} commune de l'Ain, en pleine mutation, permettra d'asseoir sa force polarisatrice.
Annexes	

FICHE ACTION N°2

Mettre en place un groupe de travail communication réunissant la commune de Valserhône, la CCPB et l'Office de Tourisme Terre Valserine afin d'améliorer leur coopération

Orientation	1 : Instaurer une image positive de Valserhône et de son centre-ville
Axe	1.B : Communiquer de manière cohérente et positive afin d'attirer des entreprises, chaland dans le centre-ville, de futurs habitants, des touristes et nos actifs résidents au sein de notre bassin d'emploi
Statut	En projet
Maîtres d'ouvrages	Services communication CCPB et commune de Valserhône
Description de l'action	<p>L'audit de la communication de la commune et de la CCPB en 2021 ont montré la nécessité d'une plus ample coopération. Dans le cadre de <i>Petites villes de demain</i>, le but est d'accroître cette coopération dans le but d'élever le niveau d'attractivité de la commune et ainsi de l'ensemble du bassin de vie.</p> <p>Un groupe de travail réunissant les deux services communication et l'Office de Tourisme sera mis en place.</p> <p>Le but sera d'avoir une communication plus harmonisée, aussi bien sur le fond que sur la forme, donnant une image plus construite, plus moderne et plus haut de gamme de la commune de Valserhône et du territoire, y-compris auprès de ses propres habitants.</p>
Partenaires	<p>Services com Valserhône, CCPB et OT s'engagent à créer un groupe de travail dans le but de mutualiser certains supports.</p> <p>Un cabinet externe, à recruter pour les tâches plus ardues (logo, charte, nom etc.).</p>
• Dépenses prévisionnelles	Une estimation d'environ 30 000 € pour le cabinet.
• Plan de financement définitif	Autofinancement CCPB pour le cabinet
Calendrier	<p>1. Réfléchir aux participants précis de ce groupe : l'ouvrir aux responsables MEEF, CLIC, OT, chef de projet PVD ? : 1^{er} trimestre 2023</p> <p>Créer une première réunion : 1^{er} semestre 2023</p> <p>Décider de la fréquence de rencontre : 1^{er} semestre 2023</p> <p>Début 2023 : lancement de la consultation pour recruter un cabinet externe</p>
Lien autres programmes et contrats territorialisés	-
Indicateurs de suivi et d'évaluation	<p>1. Mise en place effective du groupe de travail et réalisation effective de productions communes</p> <p>2. Production effective de codes communs de communication</p>



Conséquence sur la fonction de centralité	<p>Cette refonte graphique va permettre d'améliorer l'image du territoire par une communication plus harmonisée au sein de la CCPB, mais également entre la CCPB et la commune.</p> <p>La création de ce groupe de travail apportera également des éléments de réponse à l'audit réalisé par la société EPICEUM, qui prônait une mutualisation des services communication de Valserhône et de la CCPB.</p>
Annexes	

FICHE ACTION N°3

Mettre en place un plan de marketing territorial multi-domaines afin de porter une image cohérente, renouvelée et positive du territoire

Orientation	1 : Instaurer une image positive de Valserhône et de son centre-ville
Axe	1.B : Communiquer de manière cohérente et positive afin d'attirer des entreprises, chaland dans le centre-ville, de futurs habitants, des touristes et nos actifs résidents au sein de notre bassin d'emploi
Statut	En projet
Maîtres d'ouvrages	Services communication CCPB et commune de Valserhône
Description de l'action	<p>Ce plan marketing commun serait le fruit du groupe de travail créé (cf fiche action n° 2) en utilisant l'étude sur l'image et la notoriété (cf fiche action n°1), éventuellement appuyé par un cabinet dédié spécifiquement au marketing territorial. Ce groupe de travail, après avoir réfléchi aux canaux et aux messages à transmettre, mettra en œuvre ce plan.</p> <p>Le but de vaste plan serait de communiquer dans un calendrier coordonné envers les différentes cibles en matière d'attractivité de notre territoire, à savoir :</p> <ul style="list-style-type: none"> • de nouvelles entreprises/ professionnels (santé par exemples) • des chaland dans le centre-ville • de futurs habitants • des touristes • des actifs résidents sur le territoire afin qu'ils restent ou reviennent travailler sur notre bassin d'emploi. <p>A minima, si le calendrier et les canaux devaient être définis individuellement, le but serait que la communication concernant l'attractivité du territoire envers ces différentes cibles puisse être réfléchi en totale coordination sur le fond.</p>
Partenaires	-
<ul style="list-style-type: none"> • Dépenses prévisionnelles 	Le coût sera à déterminer précisément une fois les canaux de communication choisis
<ul style="list-style-type: none"> • Plan de financement prévisionnel 	autofinancement
Calendrier	Pas avant 2024, le temps que le groupe de travail apprenne à travailler ensemble puis travaille ce sujet
Lien autres programmes et contrats territorialisés	-
Indicateurs de suivi et d'évaluation	Réalisation effective du plan complet de marketing territorial ou d'outils de communication commun en matière de marketing territorial envers ces cibles Idéalement suivi de l'évolution de l'arrivée des cibles choisies suite à cette campagne
Conséquence sur la fonction de centralité	Le but de ce plan marketing est de créer un véritable engouement des cibles déterminées pour la commune de Valserhône et son bassin de vie. L'arrivée de nouvelles





	populations de chacune des cibles participera à elle-seule à contribuer à l'accroissement des fonctions de centralité de Valsérhône
Annexes	-

FICHE ACTION N°4

Mettre en place d'un réseau d'ambassadeurs du territoire

Orientation	1 : Instaurer une image positive de Valserhône et de son centre-ville
Axe	1.B : Communiquer de manière cohérente et positive afin d'attirer des entreprises, chaland dans le centre-ville, de futurs habitants, des touristes et nos actifs résidents au sein de notre bassin d'emploi
Statut	En projet (mais action présente au sein d'une fiche-action du schéma de développement touristique de la CCPB)
Maîtres d'ouvrages	Services communication et tourisme CCPB et l'Office de Tourisme Terre Valserine
Description de l'action	<p>Contexte : Les habitants, élus, enseignants, entreprises du territoire ainsi que des agents des collectivités territoriales, sont des acteurs majeurs du territoire, qu'il convient d'inclure à son développement. L'enjeu de cette action est de permettre à ces personnes de découvrir les richesses et l'offre de leur territoire, les amener à en être fier pour qu'ils soient ensuite en capacité de le promouvoir.</p> <p>Objectif : leur proposer un bouquet d'actions leur permettant de s'impliquer dans la stratégie locale pour devenir « ambassadeurs du territoire »</p> <p>Etape 1 :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Organisation d'un cycle annuel d'éducteur(s) leur permettant de prendre connaissance d'éléments spécifiques de l'offre de la ville puis ensuite des communes environnantes ; - Faire appel à leur créativité : challenges familiaux ou amicaux (concours photos, poésie, récit de territoire...). <p>Des thèmes peuvent être fixés chaque année permettant de valoriser des éléments spécifiques (patrimoine naturel, culturel, activités de pleine nature...) avec remise de récompenses aux participants.</p> <p>Des hashtags spécifiques peuvent être créés pour valoriser la démarche sur les réseaux sociaux, exemples : #sortirchezmoi #cestbeauchezmoi #jedecouvrechezmoi</p> <p>Etape 2 :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Recruter une communauté « d'amis du territoire » qui peuvent à la fois contribuer à enrichir l'offre et à la valoriser auprès de leurs réseaux (amicaux, professionnels, familiaux) ; - Créer un réseau d'ambassadeurs du territoire qui en assurent la promotion (moyennant de « petits » avantages tels que réductions ou tarifs privilégiés) et bénéficient d'une animation de réseau, de supports de promotion, kit de communication...
Partenaires	CCPB, commune de Valserhône, Office de Tourisme Terre Valserine, associations dont unions commerciales, établissements scolaires + communes, entreprises et habitants du pays bellegardien si échelle intercommunale Eventuellement : chambres consulaires comme CCI, chambre des métiers, chambre d'agriculture ?
● Dépenses prévisionnelles	<ul style="list-style-type: none"> - Actions de communication, locations ponctuelles de bus pour les déplacements (convivialité et moins de pollution), visites payantes de sites, réceptions : environ 10 000 € par an - Agent : estimation 0.2 ETP par an



	Estimations issues de la fiche-action du schéma de développement touristique
• Plan de financement prévisionnel	Autofinancement
Calendrier	Mise en place programmation en 2023 pour débiter les actions en 2024
Lien autres programmes et contrats territorialisés	Schéma de développement touristique de la CCPB axe opérationnel « mettre en scène le territoire » (actions 2.22 et 2.23)
Indicateurs de suivi et d'évaluation	- Nombre d'actions engagées - Nombre d'acteurs mobilisés
Conséquence sur la fonction de centralité	Permettre aux élus, professionnels et habitants de (re)découvrir les richesses et l'offre de leur territoire leur donnera un sentiment d'appartenance et ils seront ensuite en capacité de le promouvoir avec fierté.
Annexes	-

FICHE ACTION N°5

Mieux communiquer sur l'avancée des projets publics

Orientation	1 : Instaurer une image positive de Valserhône et de son centre-ville
Axe	1.C : Faire connaître les projets du territoire
Statut	CCPB : en projet / Valserhône : débuté
Maîtres d'ouvrages	Services communication CCPB et commune de Valserhône
Description de l'action	<p>L'objectif est de mieux communiquer sur les projets des deux collectivités, en donnant une vision régulière de l'évolution de chaque projet (par exemple chaque trimestre).</p> <p>Du côté de la CCPB, il paraît utile de créer sur le site web une page dédiée aux grands projets. Les avancées seraient relayées régulièrement sur les réseaux sociaux. Les grands projets en cours, comme le village de marques et le pôle santé, seraient ainsi mis en valeur et les administrés pourraient mieux suivre l'avancement des travaux, d'une manière très simple, sans trop d'explications techniques, simplement les grandes étapes, illustrées par des photos. Cela pourrait même prendre une forme assez ludique avec une barre d'avancement ou autre représentation dans ce genre, en complément des autres informations précédemment indiquées.</p> <p>La cible est double : les citoyens du territoire, mais aussi les partenaires et citoyens extérieurs au territoire et qui veulent se renseigner.</p> <p>En complément, la lettre d'information aux élus, qui est désormais sous forme entièrement numérique, pourrait faire le zoom chaque mois sur les avancées d'un des grands projets du territoire. Une information des agents des collectivités, peut-être même de toutes les communes du territoire, pourrait être réalisée sur le sujet.</p> <p>Du côté de la commune de Valserhône, le site internet comporte depuis quelques mois une page « aménagements travaux » dédiée aux grands projets, mais dont la forme et la visibilité seront à améliorer afin que la population et les visiteurs perçoivent mieux l'évolution de la ville. Le magazine communal a été ré-institué en 2022 et traite aussi de ce sujet.</p>
Partenaires	Coordination avec Neinver pour le village de marques, Office santé pour le pôle santé par exemple
Dépenses prévisionnelles	Pas de dépense prévue pour la CCPB. Le coût est du coût agent (prise de photo, information auprès des services techniques ou des partenaires et rédaction/mise en forme de l'article sur le site, puis réseaux sociaux et/ou magazine)
Plan de financement prévisionnel	-
Calendrier	Dès 2023
Lien autres programmes et contrats territorialisés	
Indicateurs de suivi et d'évaluation	<ul style="list-style-type: none"> Mise en place effective d'outils de communication des projets par la CCPB Evolution effective de la page d'information sur le site de la commune



Conséquence sur la fonction de centralité	La communication est aujourd'hui un passage indispensable, à la fois pour faire connaître l'action politique auprès de la population, mais aussi pour faire connaître à l'extérieur du territoire son évolution, et ainsi marquer le renouveau de son attractivité
Annexes	-