

Date de la convocation : 3 décembre 2020
Nombre de délégués en exercice : 66

Etaient présents :

Délégués titulaires :

Lydie ALTHAPÉ, Mohamed AMARA, François BAYROU, Muriel BAREILLE, Jean-Marie BERCHON, Jean-Marie BERGERET-TERCQ, Patrick BURON, Marie-Pierre CABANNE, Thierry CARRERE, Jean-Paul CASAUBON, Serge CASTAIGNAU, Frédéric CLABÉ, Françoise COURBIN, Jean-Yves COURREGES, Jean-Marc DENAX, Marc DUFAU, Bernard DUPONT, Claude FERRATO, Nadia GRAMMONTIN, Jean LABOUR, Daniel LACRAMPE, Jean-Yves LALANNE, Francis LANSALOT-MATRAS, Yves LARROUTURE, Patrice LAURENT, Jean-Simon LEBLANC, LE DIEU DE VILLE Marlène, Xavier LEGRAND-FERRONNIERE, Jérôme MARBOT, Fernand MARTIN, Elisabeth MIQUEU, Monique MOULAT, Marie-Claire NÉ, Michel OLIVÉ, Marc OXIBAR, Nicolas PATRIARCHE, Charles PELANNE, Jean-Louis PERES, Christian PETCHOT-BACQUÉ, Bernard PEYROULET, Valérie RAMEAU, Valérie REVEL, Didier REY, Martine RODRIGUEZ, Carine SARRIQUET, Monique SEMAVOINE, Alain TREPEU, Raymond VILLALBA.

Délégués suppléants :

Jean-Claude BOURIAT (a suppléé Francis PEES), Sandrine LAFARGUE (a suppléé Jacques PEDEHONTAA).

Etaient excusés :

Michel BERNOS, Francis ESCALÉ, Emmanuel HANON, Véronique LIPSOS-SALLENAVE, Eric SAUBATTE, Bernard UTHURRY.

Etaient absents :

Henri BELLEGARDE, Christelle BONNEMASON CARRERE, Katty BROGNOLI, Michel CAPERAN, Marc GAIRIN, Claude LACOUR, Philippe LALANNE, Didier LARRAZABAL, Josy POUHEYTO, Bertrand VERGEZ-PASCAL.

Secrétaire de séance : M. Michel OLIVÉ

N°3 – ASSISTANCE À MAÎTRISE D'OUVRAGE POUR L'ÉLABORATION DE LA STRATÉGIE DE MARKETING TERRITORIAL

Rapporteur : Monsieur le Président

Mesdames, Messieurs,

Les membres fondateurs ont affirmé, dès la création du Pays de Béarn, leur souci d'agir ensemble pour le faire vivre, porter son identité et ses projets communs. La question de l'identité est le socle de la coopération entre les intercommunalités qui le composent, symbole d'une ambition partagée d'une nécessaire promotion du territoire. Cette coopération stratégique entend permettre de mieux appréhender les enjeux de développement, et en premier lieu, l'affirmation, la défense et la communication de l'identité du Béarn.

Pour ce faire, le Pays de Béarn souhaite engager une démarche robuste de marketing territorial, impliquant toutes les forces vives du territoire afin de développer un discours fort, promouvant un territoire attractif et dynamique, contribuant à renouveler son image de marque.

Cette action de promotion répond à un enjeu identifié de développement, sous-tendant une politique active d'accueil de nouvelles populations et de porteurs de projets.

Une telle démarche s'inscrit sur du temps long dans sa mise en œuvre. Pour autant, la définition des lignes de force communes encadrant un futur plan d'actions doit, a contrario, faire l'objet d'une temporalité courte et efficace de détermination des orientations stratégiques par les élus du Pays de Béarn.

S'engager dans une démarche collective de marketing territorial est une réponse permettant de pallier la dispersion des efforts de promotion et de communication observée actuellement, qui compromet sérieusement l'installation possible d'une image claire, forte et durable du Béarn.

Pour ce faire, une démarche de marketing territorial invite d'abord à prendre conscience de son identité, de ses atouts et potentiels. Elle commande ensuite de mieux comprendre le contexte pour s'adapter aux attentes et besoins des publics qu'elle cible et des objectifs qu'elle souhaite atteindre. Pour ce faire, un accompagnement technique est indispensable, afin d'atteindre l'ambition haute de la mise en œuvre d'une démarche durable et partagée.

Une assistance à maîtrise d'ouvrage, à l'appui de l'équipe permanente du Pays de Béarn, permettra d'assurer sur un temps court la mobilisation et l'animation des réseaux d'acteurs publics et privés contribuant à la promotion du territoire par segments. Cette assistance permettra ainsi de dresser les lignes de forces et complémentarités d'un territoire uni mais pas uniforme, souhaitant valoriser la diversité de ses atouts au service d'un projet de développement visant à promouvoir un Béarn hospitalier et dynamique.

La mission se décomposera en trois étapes successives :

1. Se connaître : comment se représente-t-on ? Comment est-on perçu ?

En complément des résultats du portrait identitaire, il conviendra de réaliser un bilan global d'attractivité en analysant par sondage auprès de publics cibles déterminés le champ des représentations du Béarn pour les personnes extérieures. La combinaison de ces approches permettra de mettre en évidence les valeurs communes et les atouts compétitifs différenciants.

2. S'y reconnaître : quel est notre ADN commun ? Quel socle partagé ? Qu'est-ce qui nous sert ? Nous dessert ?

Cette deuxième phase visera à établir le positionnement partagé du territoire, en adéquation avec ses atouts et valeurs socles identifiés. Car le positionnement est un construit, il s'agira de déterminer de façon volontariste ce que le Béarn veut devenir. Cela permettra de définir une stratégie commune qui sera déclinée en segments en fonction des publics cibles prioritaires identifiés.

3. Se faire connaître : comment parler chacun pour contribuer ensemble à la notoriété du Béarn de façon cohérente ?

Enfin, il conviendra d'établir un plan d'actions adapté, garant de la cohérence des discours par approches sectorielles autour du concept central qui caractérisera le Béarn, promouvant un message fort et distinctif.

Le coût de la mission est évalué à 90 000 € selon le plan de financement suivant :

- Partenaires publics sollicités : 60 000 €
- Auto-financement : 30 000 €

Au regard de ces éléments, il appartient au Conseil du Pays de Béarn de bien vouloir :

1- Approuver le lancement d'une assistance à maîtrise d'ouvrage de marketing territorial ;

2- Autoriser Monsieur le Président à signer les documents afférents à cette assistance à maîtrise d'ouvrage, dont ceux relatifs à la sollicitation de financements externes.

Cette délibération est examinée lors d'une séance organisée en vertu des dispositions combinées de l'ordonnance N° 2020-391 du 1er avril 2020 visant à assurer la continuité du fonctionnement des institutions locales et de l'exercice des compétences des collectivités territoriales et des établissements publics locaux afin de faire face à l'épidémie de covid-19, et de la loi N°2020-1379 du 14 novembre 2020 autorisant la prorogation de l'état d'urgence sanitaire et portant diverses mesures de gestion de la crise sanitaire. L'ensemble des participants en a, au préalable, validé les modalités d'organisation et de vote.

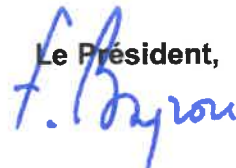
Conclusions Adoptées

à l'unanimité

Suivent les Signatures

Pour Extrait Conforme,

Le Président,



François BAYROU

