

# **STRATÉGIE DE DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE EMPLOI ET INSERTION PROFESSIONNELLE**

**2022 - 2026**



# Comité de Pilotage Ville d'Armentières

## **Bernard HAESBROECK,**

*Maire d'Armentières, Vice-président de la Métropole Européenne de Lille en charge de l'Économie, de l'Emploi, de la Recherche et de l'Enseignement supérieur*

## **Jean Louis MERTEN**

*Adjoint au Maire chargé du Développement Économique, de l'Emploi, des Trajets en Ville, de la Mobilité douce, du Stationnement et du Tourisme et de l'inscription numérique*



# Introduction

---

## **Armentières, un espace en mutation capable de s'adapter aux défis.**

Les villes attirent de nouveau les habitants et les entreprises ou plutôt, l'idée qu'elles représentent : une ville de proximité, d'hybridation, d'expérience et de rencontres. Le renouveau est un enjeu central d'attractivité territoriale.

### **La nécessité de se doter d'une vision prospective.**

La volonté politique est de placer le développement économique, l'emploi et l'insertion professionnelle au cœur des actions en élaborant une stratégie de développement économique d'emploi et d'insertion professionnelle pour les 4 années à venir.

### **Notre stratégie s'articule autour de 4 axes thématiques :**

- ✦ Consolider et étoffer le tissu économique existant & soutenir les commerçants et artisans ;
- ✦ Développer les infrastructures et les aménagements nécessaires à la création d'un environnement attractif, compétitif et accessible ;
- ✦ Organiser le développement, l'accompagnement et l'animation économique en partenariat avec les acteurs du territoire ;
- ✦ Mettre en œuvre une stratégie de marketing économique territoriale.

**4 Axes, 16 Défis, 35 Aspirations.**



## LE MOT DU MAIRE

### **Je me projette souvent dans cette idée : comment sera Armentières dans 10 ans ?**

Ma vision est nette. Je vois une ville qui a conforté sa place de locomotive économique, à l'Ouest de la Métropole européenne de Lille. Une ville toujours plus animée et vivante grâce à une offre commerciale étoffée. Une ville où la végétation s'insinue partout, où les nouveaux îlots arborés rafraîchissent un air préservé parce que les Armentiétois, désormais, se déplacent prioritairement à vélo et privilégient les transports en commun. En somme, je vois une cité harmonieuse et prospère. Cette Armentières-là existe déjà en bonne partie, elle ne demande qu'à s'amplifier, à s'épanouir. Ce n'est donc pas un rêve, c'est une ambition.

Dans une vision partagée avec de nombreux acteurs du territoire, la municipalité a élaboré cette vaste stratégie de développement économique. Elle définit, à l'échelle de ce mandat, les actions à mettre en œuvre pour développer notre commerce de proximité, ouvrir de nouvelles portes vers l'emploi, inspirer et accompagner les initiatives originales, attirer de nouveaux investisseurs.

La lecture de ce document le montre, une telle stratégie d'attractivité innove plusieurs champs de notre vivre ensemble, entre urbanisme, cadre de vie, mobilités, emploi, transition numérique, tourisme...

Il y a beaucoup à construire, mais les fondations sont solides et nous ne manquons pas d'énergies. Élus, forces économiques et partenaires multiples se fédèrent aujourd'hui pour que l'esquisse devienne perspective...

# Notre identité

---

**SITUÉE À L'OUEST DE LA MÉTROPOLE EUROPÉENNE DE LILLE, ARMENTIÈRES EST À LA FOIS CARREFOUR ET DESTINATION. ACCUEILLANTE, BIENVEILLANTE, COMPÉTITIVE... ARMENTIÈRES EST AMBITIEUSE. À MOINS DE 2 HEURES DE PARIS, LONDRES ET BRUXELLES, ARMENTIÈRES EST CONNECTÉE À L'EUROPE. CHAQUE ANNÉE, 1 MILLION ET DEMI DE VOYAGEURS EMPRUNTENT LE PÔLE D'ÉCHANGES MULTIMODAL.**

Autrefois Cité textile de première importance, Armentières a dû se réinventer tout en conservant son authenticité. Dans une démarche de soutenabilité écologique, la transformation urbaine s'est dessinée à coups d'audaces architecturales, en transfigurant d'anciens bâtiments industriels ou en concevant, ex nihilo, de nouveaux équipements ambitieux.

Avec plus de 11 000 emplois en activité, Armentières a trouvé son équilibre économique. Plus de 7 000 personnes viennent chaque jour y travailler, y compris au sein d'entreprises industrielles leaders mondiales dans leur domaine.

Chaque année, de nombreuses familles s'installent. Les jeunes ont également accès à la formation grâce aux établissements offrant des formations de qualité aux métiers de l'hôtellerie, de l'industrie, des langues ou encore du commerce international...

Aujourd'hui plus que jamais, Armentières est prête à relever tous les défis. Armentières vivra prochainement l'ouverture d'un pôle de loisirs au concept novateur et de grande envergure, porté par des investisseurs qui ont identifié le potentiel de la Ville.

# Méthode d'élaboration

---

ENSEMBLE, NOUS AVONS DÉTERMINÉ LES LEVIERS D' ACTIONS QUI PERMETTRONT DE RÉPONDRE AU MIEUX AUX BESOINS DES ENTREPRISES, À LA CRÉATION D'EMPLOIS ET DE METTRE À PROFIT LES ATOUTS EXISTANTS POUR LE DÉVELOPPEMENT ET L'ATTRACTIVITÉ DU TERRITOIRE.

## **Partager une vision commune du développement économique du territoire pour gagner en attractivité**

Une approche participative permet de partager une vision collective du développement économique. La formalisation d'une stratégie est aujourd'hui devenue indispensable pour gagner en attractivité pour se positionner sur l'échiquier métropolitain.

La Ville d'Armentières a donc entrepris une démarche de concertation et de co-construction afin d'établir une feuille de route partagée visant à renforcer et développer son attractivité économique.

Pour ce faire, différents ateliers de travail, animés par les services de la Mairie ont été menés durant six mois avec les différents acteurs. En complémentarité, la Ville a confié à la Chambre du Commerce et de l'Industrie, un diagnostic de tissu commercial du centre-ville.

*L'objet de ce document, synthèse de ces travaux, est de présenter la stratégie engagée pour le développement économique, l'emploi et l'insertion professionnelle. La mise en œuvre du plan actions se fera avec l'appui de ces partenaires économiques incontournables*

# Sommaire

---

- p01 Introduction
- p04 Le mot du Maire
- p05 Notre identité
- p07 Méthode d'élaboration
- p08 Consolider et étoffer le tissu économique existant & soutenir les commerçants et artisans
- p22 Développer les infrastructures et les aménagements nécessaires à la création d'un environnement attractif, compétitif et accessible
- p38 Organiser le développement, l'accompagnement et l'animation économique en partenariat avec les acteurs du territoire
- p47 Mettre en œuvre une stratégie de marketing économique territoriale



**AXE 1**

***Consolider et étoffer le tissu  
économique existant & soutenir  
les commerçants et les artisans***



*Bien vivre dans son quartier, c'est bénéficier d'une offre de proximité par la présence de commerces et services auxquels les habitants peuvent accéder. Acteur incontournable du tissu économique local, le commerce de proximité constitue un facteur important d'aménagement, il apporte également une vitalité, une dimension sociale indispensable au maintien du tissu local urbain car la proximité crée du lien social et participe à l'accessibilité d'une ville.*

## **DÉFI N°1 Conforter et valoriser l'artisanat et le commerce**

Boucheries, boulangeries, mercerie, cordonnerie, boutiques de déco ou de vêtements... le commerce de la Ville est « abondant » ! Savoir-faire, service, écoute, originalité et qualité lui permettent de répondre aux attentes des habitants et des chaland.

**L'artisanat** est une composante essentielle de notre linéaire commercial : face à l'uniformisation des produits, les artisans indépendants apportent de la richesse, nos commerces de proximité représentent également l'objet singulier, le produit « unique » et la série limitée, le complément essentiel aux produits standardisés.



### **Créer des événements pour valoriser les commerçants/ artisans locaux**

Nos artisans et commerçants ont souvent des parcours remarquables et talentueux. Ils sont des acteurs de l'économie, créateurs d'emploi et de valeurs, facteurs d'attractivité, de lien social et sont donc au cœur de la vie de notre ville !

### **En Chiffres**

**7 400**

actifs viennent travailler chaque jour à Armentières

**65 000**

Une zone de chalandise actuelle de 65 000 habitants

**200 000**

Une zone d'influence économique potentielle de la ville de 200 000 habitants

**350**

commerçants à Armentières dont 175 en centre-ville

**27**

ouvertures de commerces en 2021

## **Ambitions :**

- ◇ Créer des événements et animations pérennes pour valoriser les commerçants et artisans locaux
- ◇ Susciter l'envie d'entreprendre à Armentières
- ◇ Dynamiser l'attractivité de la Ville en s'appuyant sur le tissu économique

L'attractivité commerciale du centre-ville se verra renforcée par l'organisation de rendez-vous réguliers pour les consommateurs de sa zone d'influence.

**La Métropole Européenne de Lille, dans le cadre de son « Appel à Projets Animations Commerciales » soutient les animations par le financement des animations commerciales organisées par les associations de commerçants. En 2021, l'union commerciale, Armentières Shopping a bénéficié de deux subventions.**



## **Actions :**

- ◇ Animations commerciales
- ◇ Cérémonie de remise de labels et autres distinctions
- ◇ Promotion sur les réseaux sociaux
- ◇ Événements ciblés sur l'initiative et l'inclusion (par exemple : la création au féminin, les jeunes entrepreneurs...)
- ◇ Réalisation de portraits de commerçants



## Créer un réseau de commerçants « ambassadeurs »

Les ambassadeurs sont le reflet d'un territoire et sont les piliers de son dynamisme. Les ambassadeurs sont au cœur de la stratégie d'attractivité. Leur mobilisation est la condition première de la réussite de l'action en faveur du développement et de l'attractivité du territoire.

### **Ambitions :**

- ◇ Mieux faire connaître le territoire, l'animer ou le promouvoir
- ◇ Participer concrètement au développement et améliorer l'attractivité du territoire
- ◇ Révéler et valoriser les talents, savoir-faire et meilleurs produits du territoire
- ◇ Valoriser des actualités de la ville
- ◇ Contribution au développement de la qualité de l'offre du territoire

### **Actions :**

- ◇ Définition du dispositif : Ambassadeur d'Armentières
- ◇ Création d'un kit de l'ambassadeur
- ◇ « Recrutement » des ambassadeurs commerçants et artisans
- ◇ Participation à des groupes de réflexion afin d'améliorer l'offre, faire avancer des projets ou des actions positives pour le territoire





### *Encourager les commerçants à ouvrir le midi et dimanches autorisés*

Les commerces peuvent profiter de la pause déjeuner pour rester ouverts et toucher une clientèle qui n'a que peu l'occasion de venir faire les boutiques. Toutefois, tous les commerçants ne sont pas égaux quand il s'agit d'étendre les horaires. L'affluence n'est pas non plus comparable d'un magasin à l'autre.

#### **Ambitions :**

- ◇ Améliorer l'offre commerciale, l'attractivité de la Ville pour les consommateurs
- ◇ Augmenter la fréquentation des commerces
- ◇ Favoriser l'achat local



#### **Actions :**

- ◇ Enquête auprès des salariés travaillant dans le centre-ville
- ◇ Témoignages de commerçants/artisans souhaitant partager leurs expériences d'ouvertures
- ◇ Recensement des commerces ouverts
- ◇ Identification des freins et recherche de solutions (par exemple : opération commerciale spécifique)
- ◇ Opérations des midis et dimanches « test »



## Présence du manager de centre-ville

Le manager de centre-ville a un rôle clef dans la dynamisation des villes. Il est un initiateur, un médiateur et un développeur pour impulser, orienter et conduire les stratégies de dynamisation du commerce.



### **Ambitions :**

- ◇ Mobiliser et animer le réseau des acteurs du centre-ville.
- ◇ Fédérer et impliquer le monde des commerçants comme levier du dynamisme du centre-ville
- ◇ Mobiliser les investisseurs
- ◇ Mettre en œuvre la stratégie de dynamisation de l'offre économique
- ◇ Promouvoir, valoriser et développer une communication et un marketing de centre-ville

### **Actions :**

- ◇ Accompagnement de l'union commerciale
- ◇ Relais entre les commerçants, la Ville et les partenaires
- ◇ Création d'animations commerciales



### *Prospecter les commerces dans les domaines carencés*

Un centre-ville attractif et dynamique se construit méthodiquement en réponse à l'identification des commerces qui vont créer les conditions les plus favorables d'attractivité commerciale. Face à un réel renouveau de la demande de proximité, le consommateur recherche une offre complète.

#### **Ambitions :**

- ◇ Compléter l'offre commerciale existante
- ◇ Inciter les habitants à consommer intra muros

#### **Actions :**

- ◇ Participation à des salons (Franchises...)
- ◇ Développement des accompagnements propres à chaque partenaire (starter, booster, diagnostics)
- ◇ Sensibilisation des services « création » de la CCI, de la CMA, et de la BGE
- ◇ Dispositif « Ma boutique à l'Essai »





## *Mettre en place des actions en direction des commerçants / artisans des quartiers*

Depuis plusieurs années, le commerce physique doit faire face à la concurrence structurelle du e-commerce en plus de la concurrence des centres commerciaux de périphérie. Un pôle de proximité se caractérise par un ensemble de commerces et de services proches les uns des autres, répondant aux besoins de consommateurs proches. La taille de la zone de chalandise est de l'ordre de 500 mètres à pied au sein du quartier.

### **Ambitions :**

- ◇ Développer l'activité économique et l'emploi dans les quartiers
- ◇ Proposer des services de proximité aux habitants des quartiers
- ◇ Soutenir les actions au sein des quartiers prioritaires

### **Actions :**

- ◇ Rencontres au cœur des quartiers avec les habitants
- ◇ Valorisation des commerçants/artisans des quartiers dans la presse afin d'acculturer le public
- ◇ Proposition d'un accompagnement individualisé par les chambres consulaires
- ◇ Mise en place d'une signalétique commerciale adaptée



## DÉFI N°4

# Lutter contre la vacance commerciale

La vacance commerciale est une problématique récente. Jusque dans les années 2000, elle était considérée comme un simple fait du marché lié à une nécessité de rotation pour le bon fonctionnement des affaires économiques ou dû à un léger retard dans l'ajustement entre l'offre et la demande.

En effet, la vacance commerciale ressort comme un phénomène complexe relevant à la fois de facteurs locaux et globaux, conjoncturels et structurels. Elle constitue un marqueur des dynamiques locales des villes et de leurs commerces.

### En Chiffres

13 %

Taux de vacance commerciale sur les villes moyennes\*

7,4 %

Taux de vacance commerciale en hyper-centre-ville



### « L'Audacieuse » (Boutique à l'Essai et Pop-up)

Les destinations et expériences proposées aux consommateurs se multiplient : renouvellement des pôles commerciaux en périphérie, e-commerce... Le centre-ville doit cultiver sa singularité et se différencier par l'étendue et le caractère exclusif de son offre. C'est cette différenciation de l'offre commerciale qui lui permettra de rayonner et lutter contre la vacance commerciale.



La ville souhaite ainsi réhabiliter une cellule commerciale, située au 4 rue de Dunkerque, en une galerie commerciale appelée l'Audacieuse.

## **Ambitions :**

- ◇ Renforcer l'attractivité commerciale qualitative du centre-ville
- ◇ Lutter contre la vacance commerciale
- ◇ Créer un espace public de détente en cœur de ville, dans le cadre d'une balade urbaine
- ◇ Promouvoir l'action de la ville pour le développement économique

## **Actions :**

- ◇ Installation de 3 Boutiques à l'Essai et de 5 Pop'Up dans la galerie
- ◇ Mise place d'un programme d'animations spécifiques à cet espace commercial



## *Partager les informations sur les locaux vacants*

La vacance commerciale recouvre des réalités multiples. Le partage et la recherche des causes, le contexte local et l'identification des leviers de remobilisation des cellules permettent de la combattre.

## **Ambitions :**

- ◇ Partager la disponibilité et les informations des locaux commerciaux et professionnels de l'ensemble des acteurs favorisant l'installation des porteurs de projets.
- ◇ Accélérer et favoriser l'achat ou la location des biens disponibles.

## **Actions :**

- ◇ Outillage dans le repérage, la caractérisation et le suivi des cellules vacantes
- ◇ Recensement, valorisation et diffusion des informations des cellules vacantes ( mise en place d'une « plateforme » collaborative...)
- ◇ Échanges mensuels avec les commercialisateurs et les propriétaires





## Développer les relations avec les professionnels de l'immobilier

Les professionnels de l'immobilier, contact de proximité ont une connaissance approfondie du marché local. Spécialistes, ils sont en mesure de quantifier l'offre et la demande du marché et d'informer sur les coûts annexes. Ils sont souvent le premier contact des propriétaires.

### Ambitions :

- ◇ Recenser un maximum d'informations sur les cellules commerciales ou professionnelles disponibles ou mutables
- ◇ Diminuer le nombre de locaux vacants
- ◇ Mettre en relation l'offre et la demande

### Actions :

- ◇ Meilleure identification des professionnels
- ◇ Prise de contact, explication de la démarche
- ◇ Suivis et contacts réguliers avec les agences identifiées
- ◇ Orientation réciproque des porteurs de projets
- ◇ Interventions thématiques sur des sujets liés à l'immobilier





### *Accompagner les commerçants/ artisans à répondre aux marchés publics*

Les marchés publics représentent une réelle opportunité pour les TPE/PME d'élargir leur champ d'action, d'obtenir de nouvelles commandes et de développer leurs activités. Qui dit nouveaux marchés et nouveaux clients, dit également augmentation du chiffre d'affaires.

#### **En Chiffres**

**70**, c'est le nombre moyen de marchés publics passés par la Ville.

**1,7** Millions d'Euros, c'est le montant exécuté sur les marchés passés en 2021.

#### **Ambitions :**

- ◇ Permettre aux entreprises de rester à l'affût de nouvelles opportunités économiques
- ◇ Élaborer une stratégie de réponse aux marchés publics
- ◇ Déposer ou améliorer les candidatures futures
- ◇ Développer l'économie locale via la commande publique

#### **Actions :**

- ◇ Sensibilisation des TPE/PME aux marchés publics
- ◇ Instauration de temps d'informations et d'échanges par les partenaires sur la thématique des marchés publics (contenu et programmation)
- ◇ Création d'un guide pratique à destination des commerçants et artisans reprenant les aides et les accompagnements
- ◇ Sourcing des opportunités locales
- ◇ Accompagnement dans la réponse aux appels d'offres par les partenaires



## Conforter et développer l'union commerciale

Représentante des commerçants, l'union commerciale est une structure essentielle dans le maintien, le développement et l'animation du monde commerçant d'un territoire. Elle détient une dynamique et une force partenariale non négligeable lorsqu'elle représente la grande majorité des commerçants. L'association est actuellement composée d'une trentaine d'adhérents. Armentières Shopping, a besoin d'un accompagnement dans son développement.

### **Ambitions :**

- ◇ Porter les propositions sur l' environnement commercial : stationnement, circulation, accessibilité, aménagement urbain
- ◇ Concerner un nombre de commerçants plus important (ex. heures d'ouverture, fidélité, animations)
- ◇ Réaliser des actions marketing à moindre coût grâce à la mutualisation des moyens
- ◇ Accéder à des actions d'envergure et des services offerts à la clientèle
- ◇ Bénéficier de la force du réseau : facilité d'accès à l'information, échanges des bonnes pratiques
- ◇ Organiser et structurer l'équipe

### **Actions :**

- ◇ Appui du manager de centre-ville
- ◇ Prospection et accompagnement de nouveaux adhérents (kit de bienvenue, ...)
- ◇ Accompagnement de l'union commerciale sur la communication (gestion des réseaux sociaux, plaquette, identification visuelle des adhérents...)
- ◇ Définition d'une programmation annuelle des événements, actions menées
- ◇ Mise en relation avec les unions commerciales d'autres villes
- ◇ Renforcement de la direction de l'union commerciale



avec photo arrêt sur image vidéo ambitieuse

**AXE 2**

***Développer les infrastructures  
et les aménagements nécessaires  
à la création d'un environnement  
attractif, compétitif et accessible***





## *Dynamiser le quartier de la gare*

Le quartier du pôle d'échanges multimodal est un lieu de passage représentant une réelle porte d'entrée de la ville. Le quartier est doté de véritables atouts comme le complexe cinématographique, la médiathèque et l'office du tourisme intercommunal. L'urbanisation et l'occupation aux alentours méritent une attention particulière pour composer un réel trait d'union entre la gare et le centre commerçant.

### **En Chiffres**

**1,5 million**

de passagers empruntent le pôle multimodal chaque année

### **Ambitions :**

- ◇ Insuffler une nouvelle effervescence
- ◇ Améliorer le cadre physique et bâti
- ◇ Soutenir l'offre de services (loisirs, culture, commerces de proximité), tiers lieu
- ◇ Bonifier le nombre de logements tout en stimulant le sentiment d'appartenance

### **Actions :**

- ◇ Réhabilitation ou reconstruction d'immeubles mixtes pour dynamiser et moderniser l'image du secteur, via portage foncier, subventionnement ou simple sensibilisation
- ◇ Diagnostic des besoins de la population, des entrepreneurs, des travailleurs

et des commerçants présents sur le secteur

- ◇ Accompagnement des propriétaires de cellules commerciales vacantes
- ◇ Accompagnement des commerces de proximité et porteurs de projets vers ce quartier
- ◇ Occupation de la place Claude Hujeux et du parvis de la Gare
- ◇ Développement du marché de la gare
- ◇ Développement de l'offre de mobilité active (offre de vélos et trottinettes libre service, positionnement de bornes de recharge de véhicules électriques)
- ◇ Réalisation des travaux de voirie du boulevard Faidherbe.
- ◇ Renforcement des animations sur le quartier (marché ...) et association des acteurs lors d'événements communs.



## *Poursuivre l'aménagement de la zone d'activité et concrétiser Euraloisirs*

Le quartier Salengro – Prés du Hem est en pleine reconversion. L'arrivée du dôme de Loisirs (Euraloisirs) va prochainement impacter l'ensemble du quartier (renforcement de la visibilité du site et des flux). La transformation du secteur doit s'opérer également sur l'existant et les espaces attenants, en incluant une démarche de transition écologique et énergétique, pour un pôle d'excellence à rayonnement Euro-régional.

## **Ambitions :**

- ◇ Continuer les études urbaines et de mobilité
- ◇ Définir une identité à la zone d'activités : entrée dans une démarche d'Économie partenariale et à grande échelle
- ◇ Réaménager l'espace public pour favoriser la mobilité alternative sur le secteur.

## **Actions :**

- ◇ Accompagnement des entreprises existantes vers une productivité écologique (lors de la conception ou réhabilitation des bâtiments, sensibiliser aux PDE, favoriser la réalisation d'ombrières photovoltaïques, la phytoépuration...)
- ◇ Priorisation à la transparence et à la continuité végétale afin de renforcer l'aspect paysager et l'occupation mutualisée du parc d'activités.
- ◇ Aménagement des voiries comprenant des modes de déplacements actifs, et installation de mobilier urbain adapté.
- ◇ Impulsion d'une dynamique de zone d'activité avec les occupants par l'organisation de rencontres thématiques (type petits déjeuners entreprises), regroupant l'ensemble des acteurs clés (entreprises locataires, propriétaires, communes, MEL ...).





## *Favoriser le développement sécurisé des occupations du domaine public, dans un objectif de diversification de l'offre et de bien-être en ville*

L'espace public est une vitrine de la ville. Outre son usage fonctionnel de circulation, il permet d'accueillir des animations, terrasses, food-trucks, végétation... contribuant au dynamisme et à l'attractivité du territoire. Sa forme se doit de s'adapter aux différents usages.

### **Ambitions :**

- ◇ Adapter les usages du domaine public aux besoins écologiques et économiques du territoire
- ◇ Optimiser et harmoniser l'occupation du domaine public
- ◇ Mettre en adéquation les autorisations d'occupation et les besoins économiques

### **Actions :**

- ◇ Définition des zones d'installation de food-trucks, permettant l'animation de quartiers, tout en préservant la pérennité des restaurateurs sédentaires
- ◇ Évaluation et amélioration de la « charte terrasse »
- ◇ Suivi et contrôle des demandes d'occupation du domaine public pour les terrasses
- ◇ Réglementation du stationnement sur le quai de Beauvais et valorisation de l'occupation du parking en toiture du magasin Carrefour



## DÉFI N°2 Soutenir le développement numérique

### En Chiffres

78%

des internautes français achètent en ligne en 2020

+8,5%

de ventes sur internet en France entre 2019 et 2020  
(en valeur)

Le « phygital » est devenu la norme. Le parcours client est désormais omnicanal, de la prise d'information sur les produits en ligne à l'achat ou au retrait de produits en magasin physique en passant par la livraison.



### *Former les commerçants et artisans au numérique*

La crise sanitaire a bouleversé les modes de consommation. Le e-commerce est devenu un mode d'achat de plus en plus utilisé. Afin de répondre aux nouvelles habitudes de consommation et proposer une expérience en ligne, les commerçants doivent s'adapter.

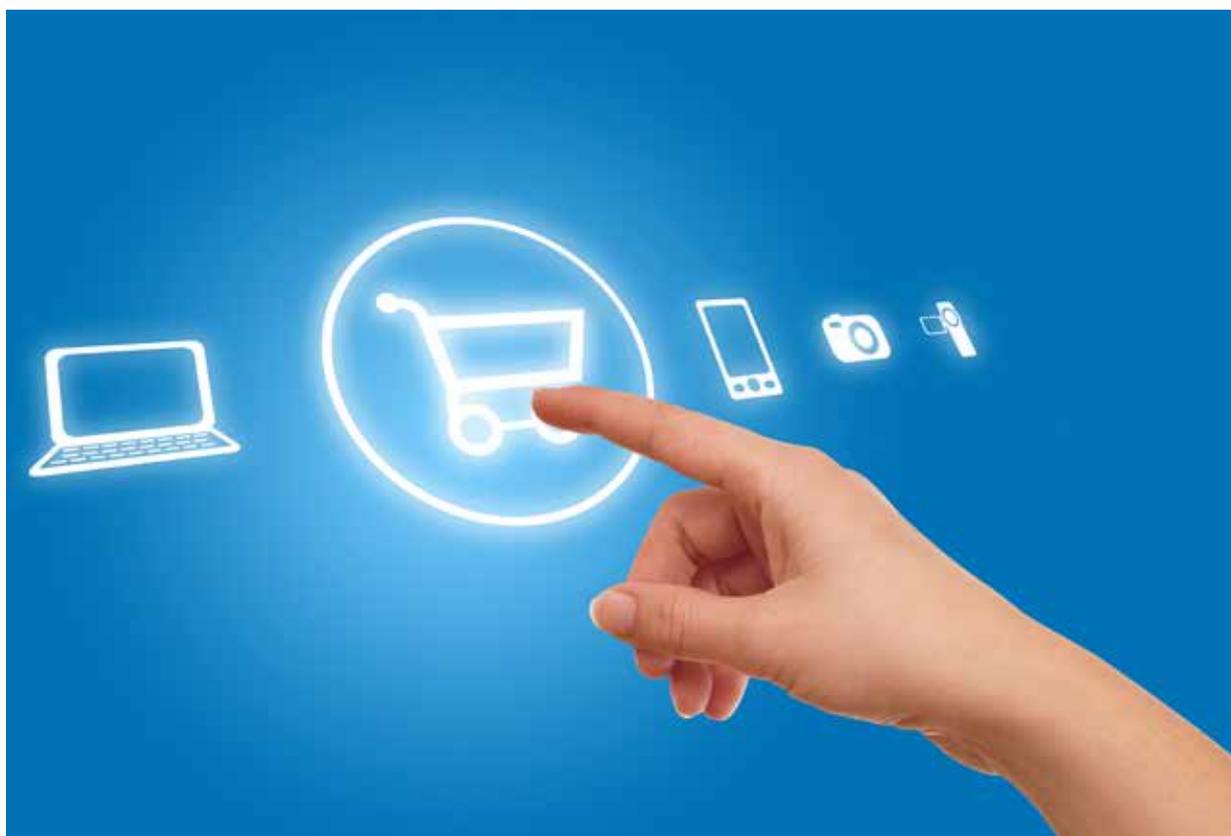
#### **Ambitions :**

- ◇ Développer la visibilité numérique des commerçants
- ◇ Encourager les commerçants à développer leur stratégie de communication numérique et/ou de vente en ligne en s'appuyant sur les magasins physiques
- ◇ Soutenir la transition numérique des commerçants
- ◇ S'appuyer sur le numérique pour gagner en efficacité dans la gestion quotidienne de son commerce ( paiement, stock, commandes, livraisons, tableau de suivi ...)

- ◇ Permettre aux commerçants de mieux connaître leur clientèle en ligne et physique pour adapter leur offre et améliorer leur attractivité
- ◇ Créer des synergies dans les pratiques numériques à l'échelle du territoire
- ◇ Sensibiliser les commerçants aux obligations légales numériques en vigueur
- ◇ Sensibiliser les commerçants aux risques numériques et faire connaître les leviers pour les maîtriser

### **Actions :**

- ◇ Enquête sur les pratiques et besoins numériques des commerçants
- ◇ Communications sur les dispositifs d'accompagnement numérique & aides proposées par les partenaires du territoire
- ◇ Propositions d'ateliers de découverte du numérique ou du matériel informatique sous forme de petit groupe ou en individuel
- ◇ Orientations vers les chambres consulaires afin de bénéficier d'une formation adaptée aux besoins de l'entreprise
- ◇ Communication auprès de la population sur la digitalisation des commerçants





## DÉFI N°3 Améliorer l'accessibilité du territoire

Toutes les villes font face à des problématiques complexes de structuration de leurs territoires. Parmi les enjeux sensibles auxquels se trouvent confrontées les villes figurent l'accessibilité au territoire et l'accessibilité du territoire. Quelles perspectives pour nos déplacements de demain ?



### *Travailler le cadencement de la desserte ferroviaire*

A l'heure de l'urgence climatique, le train est économique et écologique. Les usagers entre Lille et Armentières sont nombreux, les horaires et fréquences ne correspondent pas toujours aux besoins du territoire.

## **Ambitions :**

- ◇ Une volonté d'améliorer et d'homogénéiser la qualité TER à destination d'Armentières
- ◇ Apporter une meilleure réponse aux besoins, une lisibilité des horaires
- ◇ Favoriser l'utilisation du train en lien avec la citadine

## **Actions :**

- ◇ Participation aux réflexions sur les mobilités métropolitaines
- ◇ Coordination et adaptation des flux, horaires de bus et de train en fonction du rythme de vie des habitants (scolarité, activité, gabarit des bus)
- ◇ Développement des « garages à vélos »



## *Réamorcer le projet du diffuseur autoroutier*

L'accessibilité de la Ville est un sujet depuis de nombreuses années. Les bouchons de l'A25 compliquent l'accès à Armentières. Des actions ont été mises en place (modulation de la vitesse, interdiction de doubler pour les poids lourds, installation des feux aux entrées d'autoroute). afin de résoudre cette problématique.

## **Ambitions :**

- ◇ Désengorger l'A25
- ◇ Fluidifier la circulation vers Euraloisirs

## Actions :

- ◇ Participation et impulsion avec la MEL aux études d'opportunités (études mobilités, opérations de comptage, études prospectives : perspectives de développement urbain).
- ◇ Portage de la volonté d'accueillir le nouveau diffuseur sur le territoire, auprès des instances décisionnelles (conseil municipal, conseil métropolitain, État).
- ◇ Collaboration active à la phase de concertation publique : présentations publiques, recueil des avis, observations et suggestions.



## Développer les mobilités intra et extra communales

La Ville souhaite favoriser le développement des mobilités en particulier “actives” afin de lutter contre la sédentarité et la pollution, proposer une augmentation de l'activité physique afin d'être en meilleure santé, mais aussi d'améliorer la qualité de vie et des conditions de transports.

AU SEIN  
DES FOYERS

C'EST LA  
VOITURE  
LA GRANDE  
CHAMPIONNE !



44%  
DES SONDES

Possèdent une ou  
plusieurs voitures



40%  
DES SONDES

Possèdent un ou  
plusieurs vélos



7%  
DES SONDES

Possèdent une ou  
plusieurs trottinettes



5%  
DES SONDES

N'ont aucun moyen  
de locomotion



3%  
DES SONDES

Possèdent un ou plusieurs  
2 roues motorisés

## **Ambitions :**

- ◇ Encourager les mobilités autres que la voiture
- ◇ Développer les infrastructures ad hoc

## **Actions :**

- ◇ Déploiement des trottinettes électriques en libre service
- ◇ Soutien du projet « Armentières Pass O vert » : locations de vélos, vélos à assistance électrique, rosalie
- ◇ Encouragements à la livraison dernier kilomètre
- ◇ Renforcement du schéma cyclable métropolitain (aménagement des pistes, développer les voies vertes...)
- ◇ Structuration et connexion d'une boucle piétonne sur la Ville (balade urbaine)
- ◇ Identification de l'existant par un plan vélo
- ◇ Développement des garages à vélos sécurisés et d'aménagement (Station de réparation et bornes de réparation)
- ◇ Amélioration du parcours de la Citadine
- ◇ Développement des bornes électriques
- ◇ Actions de sensibilisation (journées vélo, balades, vidéos, llévia...)





## *Étudier la circulation et la reprise des espaces publics (rues de Lille et de Dunkerque)*

Les rues de Lille et de Dunkerque sont les deux portes d'entrée de la Ville. Leur consolidation ou requalification urbaines sont des opportunités d'embellir, d'assurer la pérennité et la prospérité des lieux.

### **Ambitions :**

- ◇ Intégrer une zone de circulation apaisée
- ◇ Dynamiser le centre-ville
- ◇ Restructurer l'axe commerçant
- ◇ Réaliser un aménagement homogène, durable et sobre
- ◇ Intégrer du mobilier urbain
- ◇ Développer des zones de rencontre
- ◇ Améliorer le cheminement piéton

### **Actions :**

- ◇ Inscription au plan pluriannuel d'investissement de la réalisation d'une étude sur la reprise des rues de Lille, de Dunkerque et du quai de Beauvais.
- ◇ Recueil des avis des usagers (sondage dématérialisé, rencontres commerçants...)
- ◇ Élaboration de l'étude par la Métropole Européenne de Lille, en lien avec la Ville, assurant la prise en compte de l'intermodalité et de la végétalisation des voies.
- ◇ Réalisation d'une présentation publique

## DÉFI N°4 Valoriser les sites d'accueil des entreprises

Dans le contexte actuel, le développement local s'accroît de plus en plus et s'étend. En effet, les modes de consommation et d'utilisation évoluent et tendent vers un développement local, indispensable aujourd'hui à la pérennisation des entreprises. Il est nécessaire de les valoriser et ainsi de les promouvoir.



### Valoriser la Ruche d'entreprises

Les ruches de la MEL ont pour mission d'héberger et d'accompagner les jeunes entreprises en leur proposant des locaux adaptés au développement de leur activité et en leur permettant d'inscrire leur projet dans un cycle pérenne. Elles favorisent ainsi l'émergence des projets d'entreprises et contribuent à la densification du tissu économique et à la création d'emplois.

#### Ambitions :

- ◇ Valoriser le site composé de 19 bureaux et de 20 ateliers
- ◇ Promouvoir l'entrepreneuriat sur le territoire
- ◇ Rendre visible les initiatives économiques
- ◇ Favoriser le parcours entreprise au sein de la collectivité

#### Actions :

- ◇ Organisation de visites de la ruche à destination des professionnels et des porteurs de projets
- ◇ Organisation d'événements sur le site

#### En Chiffres 94,87%

Taux d'occupation de la Ruche d'Armentières.

#### Nombre d'entreprises

26 hébergées  
7 domiciliées

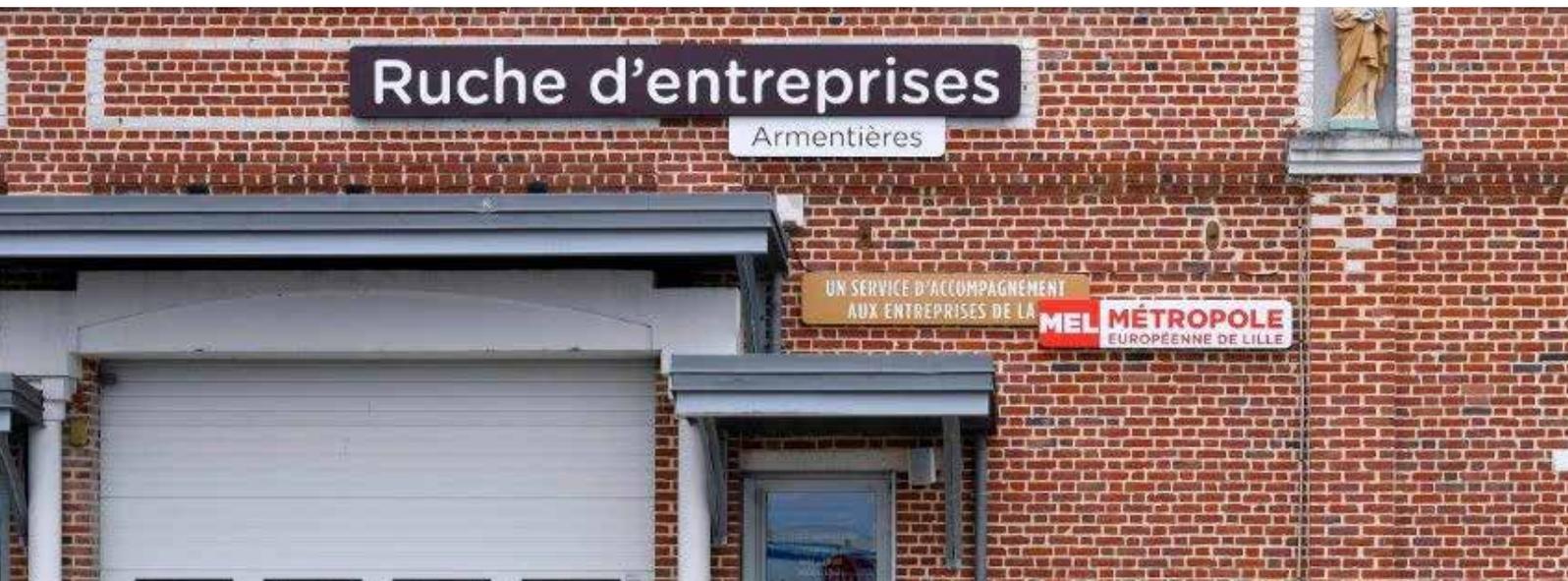
#### Nombre d'emplois

85

#### Surfaces louables

6 056 m<sup>2</sup>

- ◇ Communication sur la ruche d'Armentières (différents canaux et méthodes, réseaux ville et spécialisés)
- ◇ Valorisation des entreprises hébergées au sein de la ruche
- ◇ Collaboration avec la Ruche pour accompagner les entreprises résidentes dans le cadre de leurs projets d'implantation sur le territoire communal
- ◇ Intégration de la ruche dans la démarche éconologique et dans la logique de définition identitaire de la zone d'activités.



## Végétaliser les façades et l'espace public

L'écosystème urbain recèle de nombreuses contraintes : îlot de chaleur urbain, pollutions, imperméabilisation des sols, ruissellements, émissions de CO2... Ces caractéristiques ne permettent pas d'offrir des conditions idéales de vie aux habitants et à la biodiversité.

### **Ambitions :**

- ◇ Créer de nombreux micro-habitats pouvant servir de refuge à la faune et la flore urbaine
- ◇ Rafraîchir l'air en ville (lutte contre les îlots de chaleur) et filtration des microparticules volatiles.

- ◇ Réguler l'énergie thermique du bâtiment, protection de la structure lors d'intempéries, écran au vent et au bruit
- ◇ Participer à l'embellissement et à l'amélioration du cadre de vie, changer le regard sur la ville (intégration du mobilier urbain, zone de rencontre...)
- ◇ Améliorer le cheminement piéton

### **Actions :**

- ◇ Recueil des demandes citoyennes
- ◇ Promotion de la végétalisation citoyenne en impliquant les habitants
- ◇ Création de cheminements agréables et encouragements aux déplacements doux (Plan de déplacement piéton, lien entre les espaces)
- ◇ Mise en place d'un permis de végétaliser (façades, pas-de-porte, murs de clôture, pieds d'arbres, petits délaissés, jardinières...)
- ◇ Élaboration d'une boîte à outils à destination des candidats (guide pour l'habitant, les essences à privilégier...)
- ◇ Proposition d'une action spécifique à destination des commerçants
- ◇ Création d'une identité florale et d'une cohérence dans les aménagements.





**AXE 3**

***Organiser le développement,  
l'accompagnement et l'animation  
économique en partenariat avec  
les acteurs du territoire***



Se réinventer, s'ancrer, booster l'attractivité du territoire, le rendre plus durable sont des leviers de développement économique incontournables. Mais la dimension sociale du développement local est également primordiale. Créer et vivifier les partenariats avec les acteurs du territoire est l'une des composantes des projets à venir.

## DÉFI N°1 Faciliter l'accès à l'emploi

Les politiques de l'emploi ont pour objectif d'accroître et de préserver l'emploi. De nombreux acteurs œuvrent sur cette thématique avec pour souhait commun de réduire le chômage, les discriminations à l'embauche...



### Multiplier les événements locaux liés à l'emploi

Près de 2500 demandeurs d'emplois sur la commune. De nombreux acteurs œuvrent pour les accompagner vers l'emploi. La Ville souhaite instaurer des « temps forts » afin de créer des opportunités, de s'informer, se préparer, se former et d'être recruté.

#### Ambitions :

- ◇ Faciliter l'accès à l'emploi
- ◇ Permettre à tous les candidats et partenaires de l'emploi d'accéder à l'ensemble des événements organisés
- ◇ Faciliter les rencontres de recrutement adaptées au profil des demandeurs d'emplois
- ◇ Permettre aux entreprises du territoire de rencontrer des candidats locaux
- ◇ Favoriser la culture « ressources humaines des entreprises »

#### En Chiffres

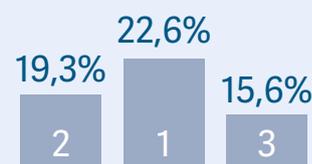
- 8%

du nombre de demandeurs d'emploi catégorie ABC entre 2020 et 2021  
(Source Pôle Emploi)

1 340 jeunes

armantiérois suivis en 2021 par la Mission Locale

#### TOP 3 DES PROFILS :

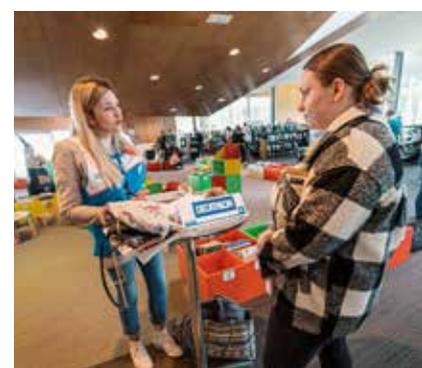


1 - Services à la Personne et à la Collectivité

2 - Transport et Logistique

3 - Commerce, Vente et Grande Distribution

(source Pôle Emploi)



## Actions :

- ◇ Planification d'événements de recrutement sur l'année en collaboration avec les partenaires
- ◇ Développement de concepts innovants
- ◇ Lancement d'un marketing de recrutement par événement



## Promouvoir l'apprentissage sur le territoire



L'apprentissage est une filière d'excellence qui prépare à de nombreux métiers. Quand on pense apprentissage, on imagine souvent des métiers traditionnels ou artisanaux - comme ceux du BTP, des services ou de l'hôtellerie-restauration ; des secteurs qui offrent de nombreuses opportunités.

Pour autant, il y a aussi des métiers moins demandés qui peuvent se préparer par apprentissage et qui peinent à trouver des candidats. C'est le cas des métiers de l'industrie : chaudronnerie, mécatronique, maintenance industrielle ou de l'agriculture... autant de filières de pointe dans notre région.

L'apprentissage prépare aussi aux métiers de demain. Ce sont ceux de l'énergie, de l'habitat intelligent, du numérique et des services à la personne.

Le contrat d'apprentissage présente de nombreux avantages pour l'entreprise qui fait face à des difficultés de recrutement ou cherche à transmettre ses savoir-faire et pérenniser ses métiers.

En région Hauts-de-France, le nombre d'apprentis a augmenté de 42 % en trois ans.

**Dans le cadre du plan 1 jeune, 1 solution, le gouvernement met en place une aide exceptionnelle au recrutement des apprentis, pour tous les contrats conclus entre le 1er juillet 2020 et le 31 décembre 2022, jusqu'au niveau master et pour toutes les entreprises.**

## **Ambitions :**

- ◇ Réduire les inégalités d'accès à l'apprentissage
- ◇ Augmenter le nombre de jeunes en apprentissage
- ◇ Diminuer le taux de rupture des contrats d'alternance et sécuriser les parcours

## **Actions :**

- ◇ Identification des besoins au sein des entreprises
- ◇ Diffusion des guides d'accompagnement des jeunes vers et dans l'apprentissage réalisés par les partenaires ou institutions
- ◇ Lancement d'une campagne de communication collective auprès du grand public
- ◇ Valorisation des sites proposant une formation en apprentissage
- ◇ Relais des informations auprès des entreprises du territoire
- ◇ Renforcement des liens entre les CFA et les entreprises afin de favoriser l'apprentissage
- ◇ Soutien aux événements autour de l'apprentissage (Portes Ouvertes...)

## **DÉFI N°2 Structurer une offre d'accueil des entreprises**

Les Villes repensent leur développement en attirant et maintenant des ressources humaines, financières ou technologiques... La venue de nouvelles entreprises et de porteurs de projets offre de opportunités pour le développement économique. Afin de le rendre plus efficient, une politique d'accueil doit être mise en place pour favoriser l'ancrage territorial des nouveaux arrivants.



### *Accueil des porteurs de projets, entrepreneurs, créateurs d'entreprises sur le territoire par les chambres consulaires*

Les chambres consulaires mettent en œuvre des missions d'accompagnement, couvrant toutes les étapes de la vie de l'entreprise . Elles jouent également un rôle déterminant en matière d'apprentissage et de formation continue.

## **Ambitions :**

- ◇ Faciliter l'accès à l'information
- ◇ Simplifier les démarches des entreprises et artisans du territoire
- ◇ Identifier des contacts privilégiés
- ◇ Personnaliser l'accompagnement en proposant l'offre de services des chambres consulaires

## **Actions :**

- ◇ Création d'un guichet unique de proximité
- ◇ Intégration des partenaires « experts » des chambres consulaires
- ◇ Élaboration d'un plan de communication



## *Valoriser, promouvoir la présence de la MEL avec une Délégation Territoriale*

La délégation Territoriale de la MEL , ouverte depuis 2019 sur le territoire de l'armentierois et de la vallée de la Lys, vise à se rapprocher du territoire et de ses habitants en proposant une ingénierie de proximité (parcours entreprises, voirie et assainissement, planification et aménagement, habitat, foncier)

## **Ambitions :**

- ◇ Développer la présence de la MEL sur le territoire afin d'accompagner les entreprises dans leurs projets (de la création au choix d'un site immobilier, projet de développement et l'aide à l'innovation)
- ◇ Favoriser le maintien et la création d'emplois
- ◇ Adapter la réponse des institutions publiques aux besoins des entreprises, favorisant le maintien des forces vives sur le territoire

## **Actions :**

- ◇ Communication sur les services de la MEL auprès des entreprises
- ◇ Création d'un partenariat Ville-MEL sur l'implantation des entreprises et l'accompagnement des prospects
- ◇ Accompagnement des entreprises afin de booster l'activité
- ◇ Appui auprès des entreprises afin de développer leur réseau et gagner en compétitivité

- ◇ Amélioration de l'environnement physique des entreprises.
- ◇ Proposition de services mutualisés entre entreprises



## DÉFI N°3 Renforcer l'animation territoriale



### *Initier et créer des temps de rencontres des entreprises, commerces & acteurs*

Être chef d'entreprise nécessite des connaissances multiples sur tous les sujets de la vie et du développement d'une entreprise. Être bien accompagné, développer ses compétences permettent aux entreprises de poursuivre leur développement.

#### **Ambitions :**

- ◇ Réunir les acteurs économiques de la Ville et renforcer les liens entre acteurs, entreprises...
- ◇ Proposer des « focus » sur des thématiques spécifiques correspondant aux préoccupations de porteur de projet ou de chef d'entreprise : financement, gestion, numérique, développement commercial...
- ◇ Apporter une opérationnalité immédiate sur une thématique ciblée
- ◇ Favoriser l'échange de points de vue au cœur du territoire

## **Actions :**

- ◇ Diagnostic sur les attentes des entreprises, commerces du territoire
- ◇ Création d'un programme d'ateliers thématiques « à la carte » pour booster un projet, répondre à une problématique...
- ◇ Intervention d'experts sur les thématiques choisies par les entreprises
- ◇ Initier des moments d'échanges entre les participants et les institutions
- ◇ Organisation d'un événement fédérateur annuel en présence de l'ensemble des acteurs économiques (chefs d'entreprises, professions libérales, commerçants, artisans...)



## *Lancer un concours de l'entrepreneuriat armentierois*

Véritable enjeu pour l'attractivité des territoires, facteur de vitalité des centres-villes, les commerces, entreprises et artisans et futurs entrepreneurs sont aujourd'hui des acteurs économiques et sociaux à valoriser

## **Ambitions :**

- ◇ Repérer les entrepreneurs en devenir
- ◇ Valoriser l'entrepreneuriat armentierois
- ◇ Récompenser les réussites entrepreneuriales
- ◇ Accroître la notoriété des entreprises
- ◇ Accompagner au développement du réseau des entreprises

## **Actions :**

- ◇ Définition du concours (finalité, thématique, critères, modalités, récompenses, dotations, sponsoring...)
- ◇ Lancement de la 1<sup>ère</sup> édition
- ◇ Salon de l'entrepreneuriat 2022 sur Armentières



### *Créer un livret d'accueil de la ville*

La communication fait partie intégrante d'une politique de ville. Elle représente une mission essentielle au fonctionnement d'une mairie, dont l'un des rôles est d'expliquer les actions à mener et de fédérer les citoyens autour des projets réalisés ou à venir.

#### **Ambitions :**

- ◇ Présenter le territoire : situation, démographie et le marché (zone de chalandise, marché potentiel, flux, ...)
- ◇ Présenter le cadre de vie et annoncer les grands projets structurants
- ◇ Renforcer l'image positive et ambitieuse de la Ville
- ◇ Valoriser les atouts de la Ville
- ◇ Attirer de nouveaux porteurs de projets, entreprises

#### **Actions :**

- ◇ Création de nouveaux supports de communication, dépliant ou fascicule afin de présenter la ville à destination des porteurs de projets, entreprises
- ◇ Description de l'offre économique (nombre d'entreprises, secteurs représentés, marchés...)
- ◇ Mise en lumière des opportunités d'implantations.
- ◇ Reprise des témoignages d'entrepreneurs de la cité de la toile



**AXE 4**

***Mettre en œuvre  
une stratégie de marketing  
économique territoriale***



## **DÉFI N°1** **Mettre en œuvre une stratégie de marketing économique territoriale**

Face à un environnement de plus en plus concurrentiel, les villes n'ont plus d'autre choix que de « vendre ». Pour se faire connaître, fidéliser, conquérir, il est nécessaire de communiquer avec des messages forts et différents, et adapter sa stratégie de communication. Le bouche à oreille ne suffit plus.



## Réflexion globale sur les réseaux sociaux

Les réseaux sociaux prennent de l'importance et permettent de toucher des cibles très variées. Ils donnent davantage de visibilité et ils contribuent à améliorer les services aux usagers et les relations avec eux. Chaque réseau social doit correspondre à une stratégie, sous peine de se disperser, sans aucun résultat à la clé.

### Ambitions :

- ◇ Assurer une présence ciblée sur les réseaux sociaux pour se montrer, générer de l'engagement chez les abonnés et mettre la Ville au cœur de la conversation.
- ◇ Développer des canaux de relations entre les habitants et leur ville.

### Actions :

- ◇ Mesure des résultats et l'efficacité des actions actuelles
- ◇ Définition des plateformes les plus appropriées pour la distribution de contenus spécifiques
- ◇ Adaptation de la communication au profil des abonnés sur chaque plateforme
- ◇ Utilisation d'outils pour renforcer la stratégie sur les réseaux sociaux
- ◇ Recherche du développement des relations (milieu des influenceurs territoriaux « Nano Influenceurs – communauté de territoire »)
- ◇ Étude d'un référencement ciblé et/ou sponsorisé
- ◇ Partage du contenu visuel de qualité sur les réseaux sociaux

## Quelques chiffres

66,9 % de mobinautes dans le monde contre 60,9 % d'internautes

Temps passé sur les réseaux sociaux en 2021 : 2h24 par jour en moyenne dans le monde.

En moyenne, les utilisateurs des réseaux sociaux possèdent 6,6 comptes sur les différentes plateformes à l'échelle mondiale.

Source : We Are Social et Hootsuite





## Concevoir le label « Made in Armentières »

Une démarche labellisante locale, est un gage de qualité et un indicateur de confiance de plus en plus regardé. La délivrance du label récompense également la réussite du commerçant ou d'un artisan.

### Ambitions :

- ◇ Promouvoir la diversité et la richesse de la fabrication armentièreoise.
- ◇ Récompenser et labelliser des artisans/commerçants et des produits armentièreois.
- ◇ Promouvoir la Ville dans le domaine économique et par l'adoption d'une identité spécifique et distinctive et ainsi encourager les initiatives.

### Actions :

- ◇ Création d'un outil de visibilité pour le produit et son fabricant. Ce label doit être une marque de reconnaissance et un gage de qualité pour les consommateurs
- ◇ Réflexion sur un premier label « Restauration » puis évolution et diversification.
- ◇ Définition de cette reconnaissance, modalités de candidature, charte...
- ◇ Promotion du label
- ◇ Sollicitation des commerçants et artisans du territoire
- ◇ Valorisation du label lors des événements





## *Rayonner vers la MEL, la Flandre et en région avec des événements forts*

Le rayonnement des territoires est un défi stratégique afin de pérenniser le développement local. Un événement organisé par une collectivité est l'outil indispensable à l'animation du territoire, à son dynamisme et à son rayonnement.

### **Ambitions :**

- ◇ Attirer les populations, les capitaux et les entreprises
- ◇ Consolider le territoire multifonctionnel
- ◇ Répondre aux besoins des habitants
- ◇ Participer à la notoriété et au rayonnement de la MEL

### **Actions :**

- ◇ Définition des cibles, des objectifs et des outils de communication des événements
- ◇ Conception et planification des événements
- ◇ Renforcement des initiatives locales (par exemple : fête de la musique, nuit du Jazz...)
- ◇ Concertation et implication des acteurs économiques en amont afin de susciter des partenariats valorisables
- ◇ Étude des opportunités de sponsoring
- ◇ Programmation et mise en place d'un plan de communication

## DÉFI N°2

## Prospecter et accompagner de nouvelles entreprises

Les villes sont confrontées à une rude concurrence pour attirer les entreprises. Captiver les entreprises reste un axe central de développement économique. Les travailleurs et les entreprises veulent simplement aller dans un endroit qui leur semble pertinent et dynamique. Il est important de prospecter mais aussi d'aider les entreprises déjà présentes à croître, à s'inscrire dans un écosystème économique territorial et à travailler en réseau.



### *Participer à des salons & des événements pour promouvoir le territoire et attirer des entrepreneurs*

Ces manifestations réunissent offre et demande sur un même événement, elles sont de formidables opportunités à saisir !

#### **Ambitions :**

- ◇ S'informer sur l'état du marché et des nouvelles tendances & nouveaux concepts
- ◇ Développer un réseau
- ◇ Présenter la Ville et tisser de nouvelles synergies
- ◇ Faire rayonner la Ville à travers les réussites entrepreneuriales
- ◇ Réaliser un benchmarking des territoires

#### **Actions :**

- ◇ Identification et préparation des échanges sur les salons pour la ville et pour les entreprises (veille)
- ◇ Création d'un Kit de présentation de la Ville
- ◇ Prospection des entreprises ciblées

### **Franchise Expo Paris 2021,**

c'est **513** exposants

**25 000** visiteurs

La 40<sup>e</sup> édition en 2022



## Développer les visites de territoire pour les journalistes et les investisseurs

Attirer des entreprises sur un territoire c'est aussi attirer des habitants, des étudiants, des touristes, des investisseurs, des événements culturels, sportifs, festifs...



### **Ambitions :**

- ◇ Aider à l'investissement lié à la création, au développement économique
- ◇ Améliorer la visibilité de l'offre
- ◇ Coordonner et globaliser les actions de promotion, favoriser la mise en réseau

### **Actions :**

- ◇ Analyse du potentiel économique du territoire
- ◇ Construction et cadrage d'une offre territoriale basée sur les points forts
- ◇ Création d'un programme de visite original à thématique (exemple : lancement des travaux Euraloisirs)
- ◇ Conception d'un parcours découverte économique
- ◇ Création d'un Kit « presse et visiteur »
- ◇ Identification des interlocuteurs adaptée aux événements
- ◇ Association aux événements entreprises
- ◇ Structuration des acteurs et création d'outils de communication communs
- ◇ Analyse et communication sur ses expériences

Les villes peuvent veiller au renforcement de l'ancrage territorial de chaque acteur. Pour être efficace, il est devenu indispensable de développer cette démarche de « marketing territorial ». La mise en place d'une stratégie de diffusion finalise cette démarche, elle rend effective l'attractivité du territoire.



### *Mobiliser les partenaires du territoire et l'Office de Tourisme Intercommunal*

Le développement économique est une responsabilité partagée. Les territoires doivent mettre en œuvre une véritable démarche de marketing territorial pour faire du développement économique exogène. Le tourisme est l'un des piliers dans la valorisation des territoires. Et ce, dans plusieurs domaines

#### **Ambitions :**

- ◇ Questionner, associer et impliquer les partenaires et l'office de tourisme
- ◇ Maîtriser l'offre territoriale de la Ville
- ◇ Création et/ou renforcement des relais d'informations

#### **Actions :**

- ◇ Développement de la notoriété de notre ville grâce à une sélection des meilleures offres de notre territoire
- ◇ Développement de la mise en relation des visiteurs, des socio-professionnels du tourisme et des habitants
- ◇ Valorisation des atouts patrimoniaux et touristiques
- ◇ Développement des échanges et d'un programme partagé avec les partenaires
- ◇ Utilisation de leurs réseaux de communication
- ◇ Proposition d'un parcours « tourisme économique »





## *Développer des « spots publicitaires » valorisant la Ville et ses actions*

Idéal pour communiquer sur les réseaux sociaux, le marketing vidéo est un format plébiscité par les habitants. Il est plus engageant qu'un texte explicatif et plus viral qu'un communiqué de presse dans les journaux locaux.

### **Ambitions :**

- ◇ Valoriser l'action publique, l'économie locale et ses acteurs auprès des citoyens
- ◇ Créer d'un sentiment d'appartenance
- ◇ Propager les informations afin de découvrir les projets Ville

### **Actions :**

- ◇ Ciblage des différentes actions sur lesquelles mettre en place un marketing vidéo
- ◇ Réalisation d'un audit sur les besoins des entreprises sur le territoire
- ◇ Diversification du format et du contenu ( par exemple à destination des investisseurs...)
- ◇ Mise en lumière des acteurs locaux et personnalités publiques





# **PÔLE LA VILLE DURABLE SERVICE DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE, EMPLOI ET INSERTION PROFESSIONNELLE**

*Un service à l'écoute  
des porteurs de projets & des entreprises.*

03 61 76 03 98

[ddeu@ville-armentieres.fr](mailto:ddeu@ville-armentieres.fr)