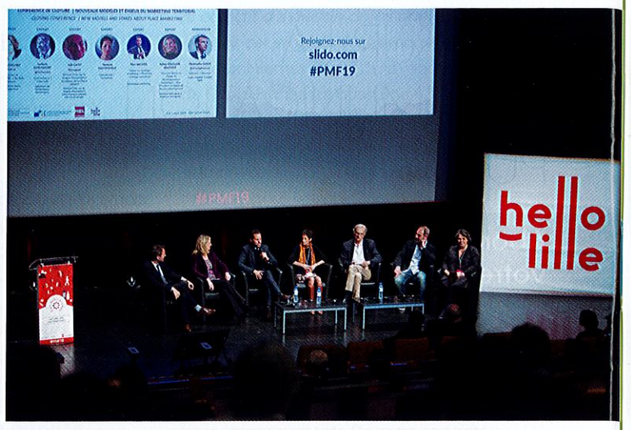
PHOTOS : QUENTIN PRUVOST

Sophie Terris, de l'agence aveyronnaise Laëtis, en atelier le 4 avril.



Les différentes tendances à la loupe, le 5 avril, en conclusion du PMF.

MARKETING TERRITORIAL : « L'HUMAIN REPREND LA MAIN »

C'est l'une des grandes tendances relevées lors du Place Marketing Forum, organisé par la chaire Attractivité & nouveau marketing territorial les 4 et 5 avril, à Lille : le qualitatif, l'hospitalité, bref l'humain, reviennent plus que jamais au cœur des politiques d'attractivité.

PAR **ANTOINE GAZEAU**

Ce fut donc la séquence « émotion » du Place Marketing Forum 2019. La touche fraîcheur, aussi, celle qui fait du bien. Sur la scène du Grand Palais, ce 4 avril, Gilles Bounhol, maire d'Avrieux, dans l'Aveyron, et Sophie Terris, chargée de projet Smart Village de Laëtis, une agence spécialisée dans le conseil en stratégie digitale multicanale, viennent de raconter leur épopée. Celle d'un village de 800 âmes qui se retrousse les manches pour attirer de nouveaux habitants et de nouvelles activités via un plan d'action 2020 co-construit avec plus d'une centaine de bonnes volontés réunies en conseil villageois. Celle d'une Scop de 17 collaborateurs, Laëtis, et de collectivités locales qui misent sur une zone d'activité numérique et un tiers lieu, le Jardin d'Arvieu, sis au milieu de nulle part… et qui gagnent leur pari (+ 4,4 % d'augmentation de population en quatre ans)! Celle d'une vie associative locale qui s'étoffe et se dynamise autour de cet outil prospectif !

De l'avis des différents experts chargés de conclure le Place Marketing Forum, le lendemain, Arvieux serait symbolique d'une tendance lourde : l'humain revient au cœur des stratégies de marketing territorial. « *L'expérientiel se développe spectaculairement, d'une part,* relève, Sylvie Rouillon-Valdiguié, vice-présidente de Toulouse Métropole en charge du développement touristique et adjointe au maire de Toulouse en charge de la coordination de la politique touristique. *Surtout, on se tourne de plus en plus vers le citoyen. Ce qui permet à des villages de quelques habitants de s'adonner à des expérimentations exemplaires, par exemple.* »

Ludovic Dublanchet, cofondateur des Agitateurs de destinations numériques, abonde en son sens : « *L'humain reprend la main.* » Et dans ce contexte nouveau, ce sont « *l'hospitalité et la convivialité* » qui deviennent centrales, selon Sandra Chalinet, directrice de portefeuille chez Constructa Asset Management, qui observe en outre que les pratiques collaboratives remettent les gens au cœur du projet. L'hospitalité ? « *Accueillir les visiteurs comme des amis* », tente un intervenant dans la salle, en guise de définition.

Comme dans ce village VVF d'Auvergne donné en exemple auparavant par Jean Pinard, directeur du comité régional du tourisme d'Occitanie, où les voisins organisent des « afterworks » avec les estivants… dont certains décident ensuite de rester !

À une autre échelle, la ville d'Amsterdam, aux Pays-Bas, qui avait intensifié sa politique d'attractivité depuis plusieurs années, notamment via la marque I Amsterdam, a posé le pied sur le frein : « *Il ne s'agit plus d'y accueillir plus, mais bien d'y accueillir mieux* », résume Nico Mulder, l'une des têtes pensantes du programme chez Amsterdam Marketing. « *Partout, un vrai travail de fond est lancé sur cette notion d'hospitalité, de qualité de l'accueil,* confirme la consultante Vanessa Hautefeuille. *La tendance est à la recherche de point d'équilibre entre bien-vivre et attractivité.* »

Et si elle participait d'un phénomène en fait bien plus large ? « *On ressent une extraordinaire augmentation du besoin de sens* », constate de son côté Joël Gayet, le fondateur de la chaire Attractivité & nouveau marketing territorial. Le concept trop restrictif de « *développement durable* » serait derrière nous, auquel il s'agirait désormais d'ajouter « l'altruisme » et « la transmission » : « *Les marques, privées comme territoriales, sont amenées à mettre beaucoup plus de sens dans leur proposition.* » Après des années pendant lesquelles l'outil était placé au cœur des dispositifs de marketing territorial, le retour vers l'humain semble être en tout cas une tendance solide. Les participants aux 6e Rencontres nationales du marketing territorial, organisées par Cap'Com les 11 et 12 février à Annecy, l'avaient déjà identifiée. Sans doute la thématique du prochain Forum du réseau des communicants publics, programmé en décembre prochain à Bordeaux, leur sera t-elle alors apparu comme une évidence.

VANESSA HAUTEFEUILLE
Consultante

> **« Partout, un travail de fond est lancé sur l'hospitalité »**