



# Elaboration d'une stratégie globale d'attractivité territoriale

---

PAYS VESOUL – VAL DE SAÔNE  
Phase 2 - Rapport Stratégie d'attractivité  
Juin 2019



# Rappel des enjeux et objectifs de la démarche : élaboration d'une stratégie d'attractivité globale territoriale pour le Pays Vesoul – Val de Saône

## Les enjeux :

1. Asseoir le **positionnement** du Pays de Vesoul à l'échelle régionale, en complémentarité avec les territoires voisins.
2. **Attirer de nouvelles populations** en capacité d'améliorer la qualité de vie sur le territoire.
3. Proposer une **ingénierie de promotion / accueil** reposant sur un **réseau actif d'acteurs**.

## Les objectifs :

1. Identifier les **ressources disponibles** et nécessaires pour rendre le territoire plus attractif.
2. Faire des choix forts quant aux **cibles prioritaires**.
3. Croiser la vision des élus, l'offre territoriale et les ressources disponibles pour **faire émerger un positionnement naturel et différenciant**.
4. Proposer **une feuille de route opérationnelle** afin:
  - d'intéresser : susciter l'adhésion et l'enthousiasme
  - de capter : faire venir sur le territoire
  - de sédentariser sur le territoire les cibles choisies (acteurs économiques et sociaux, habitants, investissements, flux de connaissances, etc.).

## Rappel du déroulé de la démarche : Calendrier et livrables de la phase 2 stratégie d'attractivité

Février à novembre 2019



### OBJECTIFS PHASE 2

Identifier les cibles porteuses pour le territoire puis définir le cadre stratégique et le positionnement à développer

### ETAPES DE TRAVAIL

- Qualification des cibles
- Benchmark inspirant
- 1 atelier avec les acteurs locaux le 21 mai
- 1 atelier avec les élus le 22 mai
- Définition du positionnement concurrentiel

### LIVRABLES

- Rapport présentant la stratégie de positionnement et le cadre stratégique d'attractivité (positionnement)
- Benchmark de pratiques marketing territorial inspirantes

# Sommaire

- 1.** Le socle stratégique d'attractivité du territoire Vesoul – Val de Saône (ambition, positionnement, valeurs, cibles ...) *Page 5*

---

- 2.** Benchmark : 5 exemples de démarches marketing territorial inspirantes *Page 23*

---

- 3.** Stratégie opérationnelle : 4 axes de travail pour déployer le plan d'actions *Page 32*

---

# 1.

## **Un socle commun d'attractivité territoriale pour Vesoul – Val de Saône :** **Ambition, positionnement,** **valeurs, et cibles**



# VOS OBJECTIFS

---

## Pourquoi mettre en place une stratégie d'attractivité territoriale ?

### 4 grands enjeux d'attractivité pour le territoire :

- Equilibre des dynamiques territoriales Nord / Sud
- Déprise démographique et départ des jeunes
- Adaptabilité du territoire face au réchauffement climatique

Le Projet de territoire place l'attractivité comme fil conducteur de la stratégie développement territorial avec **4 ambitions stratégiques pour 2025** :

1. Etre un territoire ouvert et attractif
2. Valoriser les ressources et structurer le cadre de vie
3. Etre un lieu d'accueil vivant et dynamique
4. Favoriser un développement économique ambitieux et durable

Des ambitions déclinées dans le SCOT en **objectifs opérationnels** :

- Atteindre une **croissance de 9,96% entre 2012 et 2034 (7 350 habitants)**
- Mobiliser 3 600 logements pour accueillir de nouveaux ménages (6 000 logements d'ici 2034)

### Une démarche globale d'attractivité qui doit permettre de :

- > Construire une offre globale d'accueil
- > Agir sur la fierté d'appartenance pour donner envie de rester et de venir
- > Accompagner les porteurs de projets

# LES ENJEUX DE L'ATTRACTIVITE

## Des grands constats partagés issus des ateliers, sur lesquels fonder la stratégie

### Ce qui fait que le territoire est attractif aujourd'hui

La diversité de paysages et le patrimoine

La Saône : pour le cadre de vie et le tourisme

Les grands espaces : on respire et on voit loin vers l'avenir

La forêt : symbole du bien vivre et de la détente, mais aussi génératrice d'emplois (filière bois)

### Ce qui fait que le territoire sera encore plus attractif demain

L'écologie et l'économie circulaire : un territoire non pollué et équilibré

Une richesse culturelle et associative, avec une offre accessible à tous

Des atouts pour développer le tourisme d'itinérance autour de l'offre fluvestre

Un réseau d'acteurs et un accompagnement sur-mesure pour l'accompagnement au développement de projets

### Un discours essentiellement axé autour de :

- la qualité de vie
- le patrimoine naturel

On vient pour des opportunités professionnelles et on reste pour la qualité de vie.

### Un discours essentiellement axés autour de :

- l'animation du territoire
- des initiatives écologiques,
- et de l'ingénierie d'accueil et d'accompagnement aux projets.

# LES ENJEUX DE L'ATTRACTIVITE

---

## Des grands constats partagés issus des ateliers, sur lesquels fonder la stratégie

DES INGREDIENTS IDENTIFIES  
LORS DES ATELIERS POUR ASSEOIR  
VOTRE POSITIONNEMENT.



**Inattendu**

**Sérénité / se ressourcer**

**Retour aux sources**

**Opportunités**

**Vie locale**

**5 enjeux clés qui permettent d'orienter la stratégie d'attractivité et sa déclinaison opérationnelle :**

1. **Renforcer la communication et la promotion** du territoire, en valorisant son identité et son image
2. Motiver et **offrir de meilleures conditions d'accueil et de parcours à la jeunesse** (formation, emploi, mobilité, infrastructures et animations, services dédiés, etc.) pour maintenir sur le territoire et attirer
3. **Permettre la mobilité** (améliorer l'accessibilité) et la connectivité (le numérique)
4. **Développer l'emploi**, notamment en fidélisant et en assurant la pérennité des entreprises déjà présentes
5. **Renforcer le lien entre les acteurs** du territoire à travers des espaces de transversalité, de coopération et de rencontres.

# LA METHODE DE TRAVAIL

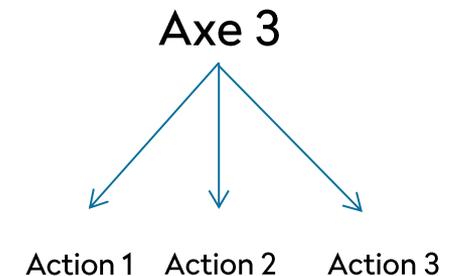
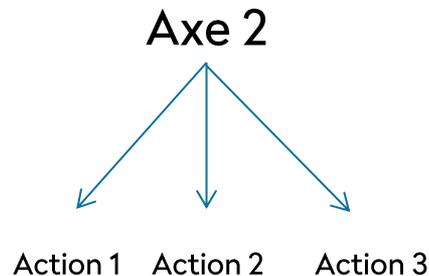
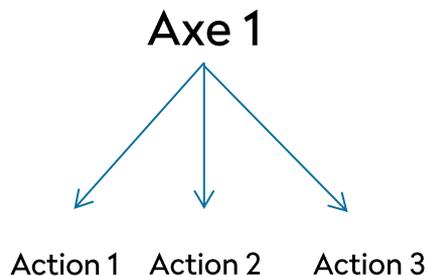
## Co-construire un socle stratégique d'attractivité

Développer un socle commun qui constituera le fil conducteur pour la mise en œuvre de la démarche d'attractivité globale par tous les acteurs, qui définit les éléments suivants :

- Une ambition** = la trajectoire pour votre territoire en matière d'attractivité
- + **Un positionnement** = une promesse + des atouts spécifiques
- + **Des valeurs partagées** = elles forgent l'identité du territoire, vecteur de sens collectif et source de personnalité
- + **Une mission** = les objectifs de la démarche collective
- + **Des cibles** = les publics que vous souhaitez attirer et/ou retenir en priorité



Puis décliner une stratégie opérationnelle



# LA METHODE DE TRAVAIL

---

## Co-construire un socle stratégique d'attractivité

### Qu'est-ce qu'un bon positionnement?

« C'est une proposition de valeur qui permet de donner à son offre une position crédible, attractive et différente sur son marché et dans l'esprit des clients ».

› **Pour être fort et efficace, un positionnement ne peut pas tout dire, c'est un parti pris / un choix stratégique** : il permet de formaliser une « ligne de conduite », et par la suite de décliner un argumentaire plus global, qui lui pourra reprendre l'ensemble des éléments identitaires et de l'offre territoriale.

Pour cela, il doit :

- **Etre simple** : l'image doit être claire dans l'esprit du client et donc ne pas décliner toutes les qualités de l'offre.
- **Etre pertinent et attractif** : il doit correspondre aux attentes des clients, et être en symbiose avec l'image du territoire Vesoul – Val de Saône pour assurer la cohérence.
- **Etre crédible par rapport à la concurrence** : proposer des arguments différenciants et en apporter la preuve. Il faut créer de la valeur autour de votre offre.
- **Etre durable** : un engagement sur le long terme, et une offre à faire déployer progressivement dans une logique de développement territorial équilibré.
- **Etre rentable** : évaluer le potentiel des cibles les plus pertinentes, et personnaliser l'offre face à la concurrence, notamment dans une logique de coopération.

# LE SOCLE COMMUN D'ATTRACTIVITE

---

## Quelle ambition pour un territoire plus attractif ? (= quel territoire voulez-vous devenir ?)

Affirmer Vesoul – Val de Saône comme un territoire en mouvement entre ville et campagne active : à la fois rural mais convivial et animé, qui répond aux besoins de tous. Parce qu'ici chacun vit le territoire comme un moteur d'opportunités, il offre la possibilité de vous épanouir en concrétisant vos projets dans un environnement sain.

Qu'ils soient portés par des acteurs déjà présents ou de nouveaux arrivants, ceux-ci contribueront ainsi à l'épanouissement de tous les usagers (habitants, étudiants, entrepreneurs, visiteurs de passage, etc.), au développement durable et à la cohésion sociale sur le territoire.

culture  
Qualité de vie vert  
ouvert inattendu  
innovation se ressourcer  
sérénité épanouissement  
confort de vie industrie  
sain vie locale accueillant  
authenticité



1 objectif démographique qui fixe un cap en matière d'attractivité :  
+ 7 350 habitants  
à l'horizon 2034

# STRATEGIE DE POSITIONNEMENT

---

## Comment concrétiser votre ambition ?

### 1. Par un positionnement porteur de sens pour une politique d'accueil cohérente

#### > Affirmer votre positionnement :

Territoire offrant une qualité de vie durable, Vesoul – Val de Saône se positionne comme un activateur pour tous les projets engagés à impact positif sur le plan social et environnemental. C'est pourquoi il accueille toutes les personnes en quête de valeurs authentiques et humaines, à la recherche d'un nouvel équilibre de vie et souhaitant prendre part à une vraie dynamique collective. Véritable acteur d'une communauté de vie et de projets, chacun contribue à prendre soin des autres et donc du territoire pour un meilleur épanouissement personnel.

**VESOUL - VAL DE SAÔNE :**  
**Activateur de projets engagés à impact positif et collectif**



Un positionnement ouvert et fédérateur, articulé autour du « sens collectif » :  
qui permet à tous d'être acteur d'une qualité de vie plus durable et équilibrée  
ainsi que du rayonnement du territoire.

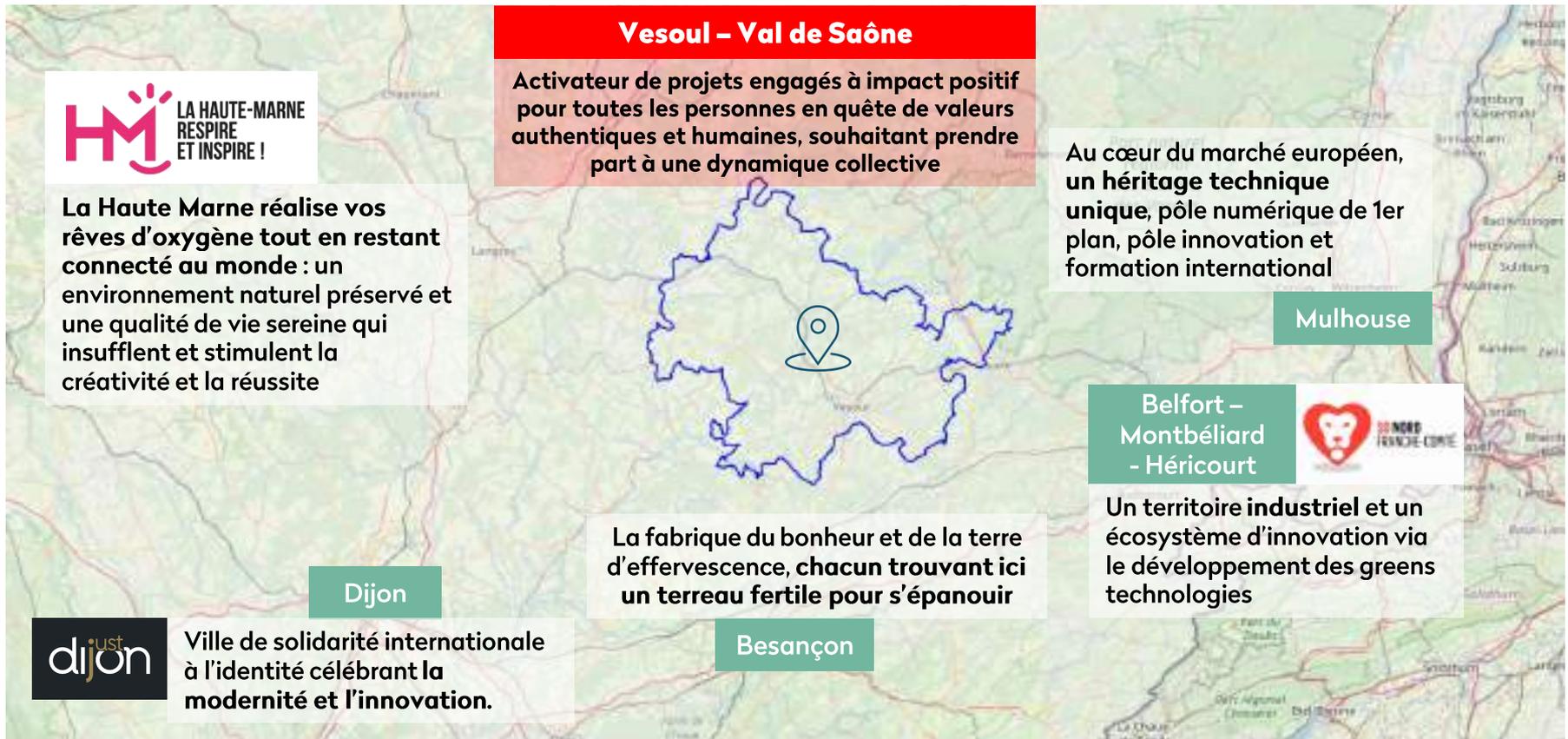
**Positionnement géographique :** territoire de la Haute-Saône, au croisement de pôles attractifs ouverts sur l'Europe (Besançon, Dijon, Belfort-Montbéliard), et porte d'entrée sur la destination touristique Bourgogne.

# STRATEGIE DE POSITIONNEMENT

## Comment concrétiser votre ambition ?

### 2. Par un positionnement qui se différencie de celui des territoires voisins

#### Le collectif comme moyen de différenciation par rapport aux territoires voisins



# STRATEGIE DE POSITIONNEMENT

## Comment concrétiser votre ambition ?

### 3. Par un positionnement décliné sur les différents champs de l'attractivité (résidentielle, économique, touristique)

Tous ces projets couvrent des champs très diversifiés, mais ils ont tous en commun de contribuer au bien-être des habitants du territoire (étudiants, actifs, seniors, etc.) et ainsi garantir un développement territorial équilibré :

- > Que ce soit d'une manière ou d'une autre / fortement ou plus faiblement / de façon permanente ou provisoire
  - > Que ce soit car ces projets animent le territoire, créent des emplois, renforcent sa notoriété, enrichissent son image, favorisent les rencontres et la coopération, etc.



# LE SOCLE COMMUN D'ATTRACTIVITE

---

## Comment concrétiser votre ambition ? 4. Par des valeurs et une mission collective

### › Véhiculer des valeurs partagées sur le territoire :

**TRAVAIL & SAVOIR-FAIRE** : une terre d'industrie avec une main d'œuvre sérieuse, des entreprises leaders, des secteurs d'activité diversifiés, les savoir-faire Haut-Saônois, etc.

**SINCÉRITÉ** : des habitants accueillants et une simplicité de l'accueil, des atouts simples à valoriser, etc.

**PROXIMITÉ** : un territoire où tout le monde se connaît, où il est facile de partager et de travailler ensemble.

**DURABILITE** : territoire à haute qualité environnementale, sociale et économique, particulièrement recherché dans le contexte de réchauffement climatique.

**OUVERTURE** : des initiatives innovantes, des entreprises industrielles fortement tournées vers l'international, un territoire accessible et connecté à ses voisins, etc.

### › Définir une mission collective pour les acteurs qui portent cette stratégie :

**Mettre en place un cercle vertueux de l'attractivité** (envie de rester > envie d'y venir) qui permettra à tous de s'épanouir collectivement sur un territoire équilibré :

- › **En développant une culture de l'accueil et de l'accompagnement** des différents porteurs de projets avec le développement d'habitudes de travail, d'actions et d'outils communs. Cet accompagnement mettra un point d'honneur à la proximité et à la mise en réseau de ces projets.
- › **En fédérant tous les acteurs qui font le territoire** de manière participative, pour augmenter la fierté d'appartenance.

# VOS CIBLES

## Quels leviers actionner pour adresser les cibles prioritaires ?



Soutenir des projets diversifiés au service de l'attractivité résidentielle, économique et touristique ...

Economie circulaire

Tissu associatif

Des services et commerces

Eco-construction

**Des projets à impact social et environnemental  
comme levier d'attractivité**

Maraîchage  
Production  
énergie locale

Economie sociale  
et solidaire

Professionnels de santé

Economie touristique



... des profils prioritaires à adresser : des personnes porteuses de projets à impact positif et collectif ...

### Les jeunes générations

- > Jeunes qui restent sur le territoire
- > Jeunes qui ont gardé un lien affectif avec le territoire et souhaitent revenir, ou qui ne sont pas originaires du territoire

### Les professionnels expérimentés

- > Entrepreneurs en quête d'un équilibre familial
- > Cadres de passage, attirés par des opportunités professionnelles dans des secteurs industriels de pointe



... avec l'objectif final d'une meilleure qualité de vie pour tous

Pérenniser et renforcer l'offre en services de proximité dans un équilibre territorial

Assurer la reprise d'entreprises suite aux départs en retraite

Développer l'emploi local

**Améliorer la qualité de vie de tous  
et notamment des seniors**

Renforcer la notoriété et améliorer l'image du territoire

# VOS CIBLES

## Quels leviers actionner pour adresser les cibles prioritaires ?



### CIBLE 1 : LES JEUNES GÉNÉRATIONS

Parcours de vie / Profils	Objectifs stratégiques
Je vis ici avec mes parents, j'y reste pour ma formation professionnelle et mon premier emploi (15-25 ans)	<p><b>Améliorer la vie des jeunes :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Les accompagner dans leur insertion économique et sociale</li> <li>• Développer l'offre de services et culturelle pour les jeunes                             <ul style="list-style-type: none"> <li>• Les faire participer au développement du territoire</li> </ul> </li> </ul>
Ma famille vit ici mais je souhaite partir pour les études supérieures (18-25 ans)	<p><b>Maintenir le lien avec les jeunes qui quittent le territoire :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Les accompagner dans leur projet en dehors du territoire</li> <li>• Développer les liens avec leur territoire d'origine (ambassadeurs/réseau d'anciens)</li> </ul>
Je viens ou reviens pour monter un projet professionnel / fonder une famille (25-35 ans)	<p><b>Faire revenir les jeunes qui sont partis et attirer des jeunes qui ne sont pas originaires du territoire :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Faire revenir ceux qui ont gardé un lien avec le territoire</li> <li>• Prospector et accompagner des jeunes en dehors du territoire notamment pour les faire venir pour leur formation professionnelle                             <ul style="list-style-type: none"> <li>• Les faire devenir acteurs du territoire</li> </ul> </li> </ul>



#### Objectifs pour le territoire :

1. Diminuer le taux de chômage des jeunes.
2. Les attirer sur des projets professionnels engagés et à forte utilité pour la vie locale, qui améliorent la qualité de vie sur le territoire.
3. Par leur épanouissement, les ancrer durablement sur le territoire.

# VOS CIBLES

---

## Quels leviers actionner pour adresser les cibles prioritaires ?



### CIBLE 1 : LES JEUNES GÉNÉRATIONS



#### Profil n°1

« Je vis ici avec mes parents, j'y reste pour ma formation professionnelle et mon premier emploi (15-25 ans)»

#### Bénéfices et promesse du territoire

- › Des acteurs locaux mobilisés pour l'avenir des jeunes sur le territoire : une vie associative riche et une offre d'animation culturelle accessible.
- › Des opportunités pour monter des projets à impact positif collectifs, qui donnent du sens aux projets professionnels et ouvrent des opportunités pour les jeunes sur des secteurs d'avenir (formations adaptées).
- › Des formations professionnalisantes et des opportunités professionnelles sur des métiers en tension, pour ceux qui souhaitent une insertion professionnelle rapide.

#### Manques et leviers à activer

##### Renforcer l'offre locale :

- Culture : renforcer l'offre pour les jeunes avec eux
- Projets professionnels : accompagner les projets de création / reprise d'entreprises
- Formation professionnelle : renforcer l'offre sur des secteurs d'avenir (santé, ESS, économie circulaire, services...) / sur des métiers en tension (industrie dans une démarche d'attractivité de ces métiers)
- Mobilité et habitat : des solutions adaptées pour les stagiaires / alternants

##### Promouvoir et communiquer :

- Rendre plus visible et accessible l'offre locale auprès des jeunes
- Mobiliser les jeunes comme ambassadeurs de leur territoire, par leur mobilisation sur les réseaux sociaux.

# VOS CIBLES

---

## Quels leviers actionner pour adresser les cibles prioritaires ?



### CIBLE 1 : LES JEUNES GÉNÉRATIONS



#### Profil n°2

« Je viens ou reviens pour monter un projet professionnel, fonder une famille ... »

#### Bénéfices et promesse du territoire

- › Un territoire où l'on s'attache, avec des valeurs humaines très fortes, un sens du collectif qu'on ne retrouve pas autant ailleurs.
- › Pour ceux qui souhaitent fonder une famille, toutes les conditions d'accueil des enfants sont assurées (crèches, écoles, transports scolaires, activités culturelles et sportives).
- › Pour les jeunes en quête d'un métier porteur de valeurs authentiques et humaines, le territoire offre de nombreuses opportunités professionnelles grâce à son écosystème riche d'acteurs à impact positif.

#### Manques et leviers à activer :

##### Renforcer l'offre locale :

- Culture : renforcer l'offre pour les jeunes avec eux
- Projets professionnels : accompagner les projets de création / reprise d'entreprises et les filières santé / services / ESS / économie circulaire / maraîchage

##### Prospecter :

- Maintenir le lien avec les jeunes qui ont quitté le territoire
- Attirer des jeunes qui ne sont pas originaires du territoire, notamment dès la formation professionnelle via des dispositifs dédiés

##### Promouvoir et communiquer :

- Rendre plus visible et mieux coordonnée l'offre d'accompagnement à l'implantation (guichet unique d'accueil informant sur tous les sujets – emploi, immobilier, enfance, fibre optique, culture, transports etc.)

# VOS CIBLES

## Quels leviers actionner pour adresser les cibles prioritaires ?



### CIBLE 2 : LES PROFESSIONNELS EXPERIMENTES

Parcours de vie / Profils	Objectifs stratégiques
Je viens ou reviens pour rééquilibrer mon mode de vie et consacrer plus de temps à mon épanouissement personnel et familial (30-60 ans)	<b>Attirer des professionnels expérimentés et leurs familles</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Les accompagner dans leur implantation et favoriser leur épanouissement.</li><li>• Les accompagner dans leur recherche d'emploi, sur le territoire ou à proximité.</li></ul>
Je viens pour des opportunités professionnelles uniques et des conditions de travail sereines mais je réside dans une métropole (30-60 ans)	<b>Attirer des cadres de passage</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Leur faire découvrir les opportunités professionnelles sur le territoire (spécialistes dans le domaine médical, cadres dans le secteur de l'industrie, etc.).</li><li>• Leur offrir un accueil dédié.</li></ul>



### Objectifs pour le territoire :

1. Renforcer la qualité des services, par le recrutement de professionnels expérimentés.
2. Maintenir les entreprises sur le territoire par l'excellence et le haut niveau de qualification des profils recrutés.
3. Attirer des familles qui font vivre la vie locale du territoire.

# VOS CIBLES

---

## Quels leviers actionner pour adresser les cibles prioritaires ?



### CIBLE 2 : LES PROFESSIONNELS EXPERIMENTES



#### Profil n°1

« Je viens ou reviens pour rééquilibrer mon mode de vie et consacrer plus de temps à mon épanouissement personnel et familial »

#### Bénéfices et promesse du territoire

- › Le territoire garantit un équilibre de vie entre la ville et la campagne : cadre de vie naturel et préservé, coût du foncier avantageux, accessibilité de Besançon (emploi du conjoint par exemple).
- › La qualité de l'accueil et la proximité des gens rend aisée la construction sur-mesure des projets de vie.

#### Manques et leviers à activer :

- › Renforcer l'offre locale :
  - Projets professionnels : accompagner les projets de création / reprise d'entreprises et les filières santé / services / ESS / économie circulaire / maraîchage
  - Mobilité : renforcer les liaisons en bus entre Vesoul et Besançon et développer les espaces de coworking (notamment aussi pour palier aux problématiques de manque d'emploi du conjoint)
- › Prospecter :
  - Développer des partenariats avec des formations supérieures dans les territoires voisins (cadres dans l'industrie, spécialistes de la santé)
  - Renforcer la politique de prospection envers les professionnels de santé en Europe
- › Promouvoir et communiquer :
  - Rendre plus visible et mieux coordonnée l'offre d'accompagnement à l'implantation (guichet unique d'accueil informant sur tous les sujets – emploi, immobilier, enfance, fibre optique, culture, transports etc.)

# VOS CIBLES

---

## Quels leviers actionner pour adresser les cibles prioritaires ?



### CIBLE 2 : LES PROFESSIONNELS EXPERIMENTES



#### Profil n°2

« Je viens pour des opportunités professionnelles uniques et des conditions de travail sereines, mais je préfère résider dans une métropole »

#### Bénéfices et promesse du territoire

- › Les entreprises industrielles du territoire sont internationales et recrutent des cadres sur des postes très attractifs.
- › Le territoire présente un cadre de travail serein et vert, sans stress.
- › Le territoire est tourné vers l'international et vers l'Europe, bien connecté (routes nationales au trafic fluide, aéroports internationaux de Dôle et de Mulhouse à 1h-1h30).

#### Manques et leviers à activer :

- › Renforcer l'offre locale :
  - Habitat : des solutions adaptées
  - Mobilité : renforcer les liaisons en bus entre Vesoul et Besançon et développer les espaces de coworking
- › Prospecter
  - Rendre plus visibles les opportunités de recrutement des entreprises internationales (aujourd'hui du bouche à oreille) par une meilleure coordination avec les acteurs économiques
- › Promouvoir et communiquer :
  - Dédier un accompagnement spécifique aux cibles de passage (guichet unique d'accueil informant sur tous les sujets – emploi, immobilier, enfance, fibre optique, culture, transports etc.)