



DOSSIER SPÉCIAL - 3

TERRITOIRES, GESTION DE CRISE & RÉSILIENCE | COVID-19

Par la Chaire Attractivité et Nouveau Marketing Territorial

ÉDITO

La crise sanitaire semble maîtrisée dans la plupart des pays européens. Le déconfinement, souvent progressif, est en cours chez certains de nos voisins. La France s'y prépare, même si la reprise des activités ne sera que partielle et que de très nombreuses interrogations persistent quant à sa mise en œuvre.

Tout en gérant de manière opérationnelle la crise sanitaire, les collectivités, leurs agences et leurs réseaux se sont assurés de rétablir les services de base. Elles mobilisent des ressources et accompagnent les personnes, les entreprises, ou les secteurs fragilisés. Elles fournissent une information pertinente et actualisée pour les acteurs locaux et les citoyens. Elles commencent également à esquisser des réponses stratégiques, qui permettront aux territoires et aux organisations d'être plus résilients.

Ce troisième dossier spécial offre un dernier panorama (non exhaustif) des initiatives menées durant la période de confinement dans les divers champs de l'attractivité. En fin de dossier, vous trouverez des liens utiles pour vous informer et vous outiller, ainsi que quelques pistes pour alimenter vos réflexions.

(RE)LIRE

Le [NUMÉRO 1](#) - publié le 03 avril 2020

Le [NUMÉRO 2](#) - publié le 17 avril 2020

SOMMAIRE

BONNES PRATIQUES

Développement économique

Attractivité, hospitalité & solidarité

Tourisme

Culture - événementiel

S'INFORMER & S'OUTILLER

ANALYSER

LA CHAIRE A&NMT

3

3

3

4

5

6**7****8**

BONNES PRATIQUES

DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE

AIDE FINANCIÈRE ET ACCOMPAGNEMENT DES COMMERÇANTS À L'ADAPTATION NUMÉRIQUE

Montréal 

Porteur: Ville de Montréal

Afin de soutenir les commerçants lourdement impactés par la crise sanitaire, la ville de Montréal vient de voter des mesures de soutien : subventions et accompagnement pour aider les commerçants au virage numérique, report des cotisations aux Sociétés de développement commercial.

L'ÉCONOMIE CIRCULAIRE POUR RELANCER L'ÉCONOMIE



Porteur: Ville d'Amsterdam

Le plan de relance économique de la ville d'Amsterdam s'inspire des travaux de l'économiste Kate Raworth (Oxford), selon un modèle de développement «en donut» qui part des besoins essentiels de la population tout en les reliant aux enjeux écologiques mondiaux.

LA BANCO CIUDAD AU SECOURS DES PME



A partir de avril, más acciones de la Ciudad para el sector PyME

El Banco Ciudad habilita desde este 1° de abril nuevas líneas de crédito para asistir a los sectores productivos de Buenos Aires.

Porteur: Banco Ciudad - Buenos Aires

La banque publique de la ville, Banco Ciudad, a lancé un programme de prêts bonifiés pour permettre aux petites et moyennes entreprises de payer leurs salaires. Des mesures d'accompagnement sont prévues pour les aider à s'équiper pour le télétravail ainsi que le report des remboursements de prêts contractés par les travailleurs indépendants.

PLATEFORME D'INFORMATION POUR LES TPE, PME ET ETI EXPORTATRICES

TEAM FRANCE EXPORT

Porteur: Team France Export

La Team France Export rassemble toutes les solutions publiques proposées par les Régions, les services de l'Etat, Business France, les CCI et Bpifrance pour accompagner les entreprises françaises à l'export. La plateforme propose des informations sur les marchés d'exportation et 170 webinaires gratuits pour aider les entreprises face à la crise du Covid19.

MISE EN PLACE DU SERVICE «COACH DIGITAL» POUR LES TPE - PME



COACH DIGITAL

La situation de crise que nous traversons et ses applications peu adaptées à faire face aux plus urgences place la vente en ligne, travail à distance, etc.

Porteur: Région SUD

La Région Sud vient de lancer l'opération «coach digital» à destination des TPE et PME de moins de 20 salariés. Celles-ci pourront bénéficier d'appui et conseil d'experts sur l'utilisation du numérique pour faire face à la crise actuelle. Les thématiques concernent par exemple : la cybersécurité, les outils collaboratifs, le webmarketing/communication, etc.

ACCOMPAGNEMENT DU SECTEUR DU BTP DANS LA REPRISE DES CHANTIERS



Porteurs: Ville de Nice et la Métropole Nice Côte d'Azur

La Ville de Nice et la Métropole Nice Côte d'Azur, soutiennent le secteur du BTP à la reprise des chantiers dont elles assurent la maîtrise d'ouvrage. Un « label Métropole sécurité sanitaire » sera mis en place pour accompagner les entreprises du BTP dans l'appropriation des gestes barrière.

ATTRACTIVITÉ, HOSPITALITÉ & SOLIDARITÉ

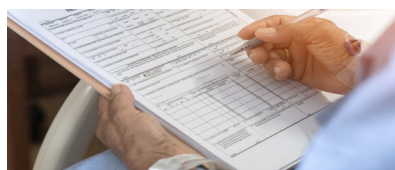
PLATEFORME NUMÉRIQUE D'ENTRAIDE



Porteur: Ville de Grenoble

Cette plateforme met en relation les habitants qui ont besoin d'aide avec les bénévoles et les associations qui souhaitent aider ou qui proposent leurs services.

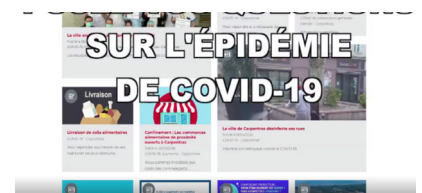
SOLIDARITÉ POUR LES PERSONNES ÂGÉES, FRAGILES ET ISOLÉES



Porteur: Mairie d'Alfortville

Toutes les personnes âgées, fragiles ou isolées, déjà inscrites sur le «registre canicule», ont reçu un appel des services de la mairie. Celles qui le souhaitent peuvent se faire connaître et seront contactées régulièrement.

COVID BOT : UN CHAT BOT POUR RÉPONDRE AUX QUESTIONS



Porteur: Mairie de Carpentras

La Mairie a mis en place un chat bot qui permet de répondre aux principales questions que se posent les citoyens ainsi qu'un test d'auto-diagnostic élaboré par l'Institut Pasteur.

LA CAMPAGNE DE CROWDFUNDING #CESTMATOURNÉE



Porteurs : Association des maires ruraux de France - Bouge ton coq

L'association des Maires de France et Bouge ton coq proposent un financement participatif pour collecter des fonds et soutenir commerçants et artisans des territoires ruraux mis en difficulté par la crise sanitaire.

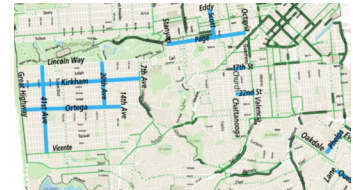
MESURES DÉPARTEMENTALES POUR PRÉPARER LE DÉCONFINEMENT



Porteur : Département de l'Aude

Le Département de l'Aude a pris différentes mesures pour préparer la phase de déconfinement : distribution de masques réutilisables, adaptation du laboratoire d'analyses vétérinaires et alimentaires aux tests PCR, soutien au monde associatif, cumul du RSA et des activités en maraîchage/vigne, etc.

"SLOW STREETS" PROGRAM



Porteur : San Francisco Municipal Transportation Agency

Le service municipal des transports, dont les dessertes sont réduites, va piétonner certains axes de San Francisco afin de faciliter les mobilités douces et la distanciation sociale pendant la pandémie.

DISPOSITIF «NANTES ENTRAÏDE»



Porteurs : Ville de Nantes et Métropole

Afin de rendre l'élan de solidarité encore plus efficace, la Ville de Nantes a mis en place une cellule d'entraide. Une plateforme et une page Facebook recensent et valorisent les initiatives solidaires sur le territoire. 10 agents coordonnent les actions, font remonter les besoins et mobilisent les volontaires.

PLATEFORME DE CONSULTATION CITOYENNE «VIVRE-ENSEMBLE-APRÈS.COM»



Porteur : Communauté urbaine de Dunkerque

La Communauté urbaine de Dunkerque lance une consultation citoyenne pour préparer «l'après Covid 19». Chaque habitant pourra proposer des initiatives, des solutions pour «penser la vie d'après». A l'issue de la mobilisation citoyenne, la Communauté urbaine de Dunkerque annoncera les nouvelles règles de vie collective.

SUPER CC - L'HÉROÏNE DU CONFINEMENT



Super CC, l'héroïne confinée de Croissy-sur-Seine

Porteur : Mairie de Croissy-sur-Seine

Le service communication de la mairie de Croissy-sur-Seine a créé un avatar de super héroïne pour accompagner les habitants pendant le confinement : informations pratiques, suggestions d'activités, etc. Super CC permet une communication de crise décalée, moins anxiogène et plus engageante.

TOURISME

DES MESURES POUR RELANCER ET «RÉANIMER» L'ACTIVITÉ TOURISTIQUE EN PAYS ARTOIS



Porteur : Ville et l'Office de tourisme Arras Pays d'Artois

La ville et l'Office de tourisme Arras Pays d'Artois ont décidé de mettre en place un PASS Citoyen. Ce pass est destiné aux habitants de la région, dans un rayon de 200 kms autour d'Arras, pour découvrir ou redécouvrir le territoire, ses atouts, ses charmes.

CAMPAGNE #LESPAGNEVOUSATTEND



Porteur : Office Espagnol du Tourisme en France

L'Office espagnol du tourisme en France a lancé une campagne de promotion sur les réseaux sociaux afin d'inciter les touristes français à revenir séjourner en Espagne après la crise. #LEspagnevousattend valorise le patrimoine, les paysages et engage à partager ses photos souvenirs sur les réseaux sociaux.

ENQUÊTE SUR L'IMPACT DE LA CRISE SUR LES HABITUDES DE VOYAGE

IMPACTS DU CORONAVIRUS SUR LA DEMANDE TOURISTIQUE FUTURE

Retour



Porteur : Observatoire Valaisan du Tourisme

L'Observatoire du Tourisme du canton du Valais (Suisse) a mené une enquête auprès d'un échantillon représentatif de ses clientèles afin de mieux cerner leur perception du risque lié à la pandémie, anticiper leur comportement et leur désir de voyager après la crise. Un tableau de bord interactif ainsi que l'étude sont consultables sur leur site.

CAMPAGNE #DINESTOCKTON



Porteur : Visit Stockton

Pour soutenir les restaurants durant la période de confinement, l'agence touristique Visit Stockton lance une campagne de communication pour inciter les habitants à emporter ou se faire livrer leur repas. Un kit de communication à destination des établissements est téléchargeable sur leur site.

GUIDE TO OSLO IN CORONA TIMES



Guide to Oslo in corona times

Porteur : Visit Oslo

Visit Oslo édite un guide touristique «au temps du Coronavirus» avec des propositions de visites virtuelles, d'événements en streaming, de restaurants qui font de la vente à emporter ou encore d'activités de pleine nature à proximité de la capitale «pour respecter la distanciation sociale».

DES CHÈQUES CADEAUX POUR RELANCER L'ACTIVITÉ TOURISTIQUE



Porteurs : Conseil départemental - Latitude Manche - Intercommunalités manchoises

Le Département de la Manche, l'agence d'attractivité Latitude Manche et les 8 intercommunalités vont offrir des chèques cadeaux aux vacanciers pour relancer l'activité touristique. 80.000 chèques seront édités, utilisables auprès des partenaires : restaurateurs, producteurs locaux, prestataires de loisirs, etc.

CANADA : PLAN DE REPRISÉ POUR LE SECTEUR DU TOURISME



Porteur : Destination Canada

Consciente que pour orienter leurs décisions, les acteurs du tourisme ont besoin de s'appuyer sur des données probantes, Destination Canada met à disposition ses travaux de recherche de l'impact de la pandémie sur le secteur. L'organisme présente son plan en trois phases : réponse, reprise et résilience.

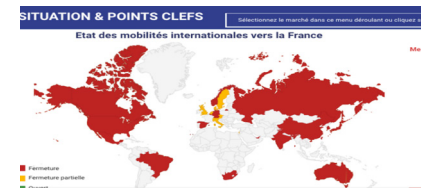
CRÉATION D'UN LABEL «CLEAN & SAFE»



Porteur : Turismo de Portugal

Pour rassurer les touristes, le Portugal lance un label «Clean & Safe» utilisable par les professionnels du secteur. Disponible gratuitement pendant 1 an, ils devront s'engager à respecter un ensemble de consignes sanitaires strictes en conformité avec les recommandations de la Direction générale de la santé du Portugal.

OUTIL D'OBSERVATION DE L'IMPACT DE LA PANDÉMIE SUR LE TOURISME MONDIAL



Porteur : Atout France

Afin de suivre l'impact du Covid-19 et anticiper les réouvertures de marchés, Atout France propose un outil d'observation de la situation touristique mondiale et de son évolution en temps réel.

CULTURE - ÉVÉNEMENTIEL

EN TÊTE À TÊTE AVEC L'ORCHESTRE !



Porteur : Orchestre régional d'Avignon Provence

L'Orchestre Régional Avignon-Provence propose au public, au travers du dispositif 'En tête à tête avec l'Orchestre' de nombreux contenus et interactions pendant le confinement et ce, jusqu'à la reprise des concerts.

COACHELLA: 20 YEARS IN THE DESERT



Porteur : Coachella Valley Music & Arts Festival

Initialement prévu mi-avril, le Festival de musique Coachella est reporté en octobre. Pour faire patienter les fans, un documentaire sur les 20 ans du Festival est visible gratuitement en streaming sur YouTube.

LAVAL VIRTUAL WORLD



Porteur : Laval Virtual

L'événement professionnel Laval Virtual s'est déroulé entièrement dans un univers virtuel, le Laval Virtual World, du 22 au 24 avril. Une solution déjà envisagée depuis trois ou quatre ans par les organisateurs que la crise du Covid19 a concrétisé.

UN FESTIVAL DE CINÉMA EN MODE «DRIVE-IN»



Porteur : Festival du Film de Cabourg

Les organisateurs du Festival du Film de Cabourg, initialement programmé en juin, réfléchissent à présenter les films primés par le comité de sélection en «drive-in» afin de respecter les consignes sanitaires.

UN PROGRAMME DE SOUTIEN À LA CRÉATION ARTISTIQUE RÉORIENTÉ POUR AIDER LES ARTISTES



Porteur : Arts and Cultural Affairs - City of Newark

Le Creative Catalyst Fund de la ville de Newark a été réorienté pour répondre aux besoins de la communauté artistique locale pendant la pandémie. Via une plateforme, les associations culturelles et les artistes peuvent demander des subventions pour leurs frais généraux ou mener à bien leurs projets.

«WE ARE ONE : A GLOBAL FILM FESTIVAL»



Porteurs : 20 Festivals du Film

Une vingtaine de festivals de cinéma (Berlin, Cannes, Toronto, Venise, etc.) s'associent pour organiser un événement mondial virtuel célébrant le 7ème Art. Du 29 mai au 7 juin, des films et des courts métrages seront visionnables gratuitement sur YouTube.

S'INFORMER ET S'OUTILLER



OCDE

[Lutte contre le coronavirus \(COVID-19\) - Pour un effort mondial](#)



INSEE

[Note de conjoncture du 23 avril 2020](#)



Ministère de la cohésion des territoires et des relations avec les collectivités territoriales

[Covid 19 : Renforcer la continuité éducative dans les quartiers prioritaires - 20 avril 2020](#)



Ministère du travail

[Fiches conseils métiers et guides pour les salariés et les employeurs](#)



ADN Tourisme

[Les 15 propositions d'ADN tourisme pour relancer l'activité touristique des territoires](#)



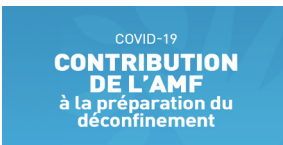
Assemblée des Départements de France

[Lettre d'information pendant la crise sanitaire Covid 19](#)



France Urbaine

[Contribution de France Urbaine à la préparation du déconfinement](#)



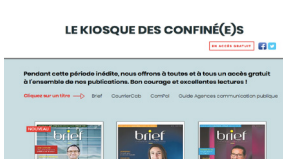
Association des Maires de France

[COVID19: Contribution de l'AMF à la préparation du déconfinement](#)



CNER

[\[Coronavirus\] Les collectivités territoriales et leurs agences mobilisées aux côtés des producteurs, artisans et commerçants locaux - 16 avril 2020](#)



Brief - Le Mag

[Le kiosque des confinés](#)

ANALYSE & PROSPECTIVE

DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE

- **FDI INTELLIGENCE** - [How will Covid-19 affect corporate location decisions?](#) - 22 avril 2020
- **CNER ET EURADA** - [Coronavirus : quelles actions des agences de développement européennes ?](#) - 23 avril 2020
- **LE MONDE - LES DÉCODEURS** - [Coronavirus : d'où viennent tous ces milliards des plans de relance ?](#) - 23 avril 2020
- **LA TRIBUNE** - [Les cœurs de ville doivent battre plus fort que le Covid](#) - 20 avril 2020

TOURISME

- **E-TOURISME INFO** - [Une certaine idée de la France, une certaine idée du tourisme](#) - 20 avril 2020
- **ADT** - [Manifeste pour un plan de transformation du tourisme](#) - 28 avril 2020
- **TENDANCE HÔTELLERIE** - [Vacances d'été : 46 % des français qui souhaitent partir à l'étranger cet été ont déjà décidé de rester en France selon un sondage OpinionWay pour B&B HOTELS](#) - 21 avril 2020
- **HAUTES-ALPES DÉPARTEMENT** - [Tribune : Tourisme & confinement : de l'art de surmonter une saison d'hiver tronquée, un printemps escamoté et un été pour le moins incertain](#) - 21 avril 2020

MANAGEMENT

- **DIRECCTE PACA & ARACT PACA** - [Télétravail et Coronavirus \(COVID-19\) : Comment le vivez-vous ?](#) - avril 2020
- **NOVETHIC** - [Le jour d'après se fera avec les objectifs de développement durable \(ODD\)](#) - 02 avril 2020
- **ICMA** - [Key Local Government Personnel You Need on Your Crisis Communications Team](#)
- **MEDIUM** - [Mapping « The future of Work » Startup & Investor ecosystem](#) - 15 avril 2020
- **FRANCE STRATÉGIE** - [Les métiers au temps du corona](#) - 29 avril 2020

PROSPECTIVE

- **FUTURIBLES INTERNATIONAL** - [Crise du Covid-19 : scénarios à l'horizon fin 2021](#) - 20 avril 2020
- **FORUM VIES MOBILES - OBSOCO** - [Enquête sur les impacts du confinement sur la mobilité et les modes de vie des Français](#) - avril 2020
- **CESE** - [Contribution de la convention citoyenne pour le climat post crise](#)
- **THE CONVERSATION** - [La crise du Covid-19, l'aube d'une nouvelle ère pour les territoires ?](#) - 23 avril 2020

RÉSILIENCE

- **LA GAZETTE DES COMMUNES** - [Quand L'Etat gère la crise, les collectivités doivent assurer la résilience](#) - 20 avril 2020
- **L'OBS** - [Les enjeux climatiques doivent être au cœur de la relance, avertit le Haut Conseil pour le Climat](#) - 21 avril 2020
- **THE CONVERSATION** - [L'urgence de systèmes alimentaires territorialisés](#) - 22 avril 2020
- **THE CONVERSATION** - [Penser l'après: La reconstruction plutôt que la reprise](#) - 24 avril 2020

AUTRES

- **LE MONDE** - [Coronavirus : quels pays ont commencé à assouplir les mesures de confinement, et comment ?](#) - 20 avril 2020
- **FRANCE INTER** - [Que dit le rapport du Conseil national du numérique, favorable à l'application StopCovid ?](#) - 24 avril 2020
- **SLATE** - [La crise du Covid-19 coûte très cher au sport mondial](#) - 2 avril 2020
- **MEDIUM** - [#StopCovid : une efficacité incertaine pour des risques réels](#) - 18 avril 2020
- **L'USINE DIGITALE** - [Covid-19 : En Allemagne, des hackers détournent des dizaines de millions d'euros dédiés aux entreprises](#) - 21 avril 2020
- **INRIA - CNRS** - [Le traçage anonyme, dangereux oxymore - Analyse de risques à destination des non-spécialistes](#) - 27 avril 2020
- **THE GUARDIAN** - [How a small Indian state flattened the coronavirus curve](#) - 21 avril 2020
- **THE CONVERSATION** - [Quel est le meilleur message pour inciter les Français à se protéger du Covid-19 ?](#) - 5 mai 2020

LA CHAIRE ATTRACTIVITÉ ET NOUVEAU MARKETING TERRITORIAL



Fondée en 2013, la Chaire Attractivité et Nouveau Marketing Territorial est la première « Chaire de Territoire » dédiée à l'attractivité et aux nouvelles pratiques du marketing territorial dans le monde, des plus performantes aux plus innovantes. Aujourd'hui hébergée par l'Institut de Management Public et Gouvernance Territoriale (IMPGT), d'Aix-Marseille Université, elle est dirigée par Christophe ALAUX, Professeur des Universités et directeur de l'IMPGT.

L'équipe de la chaire A&NMT remplit au quotidien 4 missions principales :

VEILLE & RECHERCHE

sur les meilleures pratiques d'attractivité et de marketing territorial, avec des fiches de veille – outils et de synthèses mises à disposition sur une plateforme web à destination des fondateurs et partenaires.

EXPERTISE

scientifique en marketing territorial pour enrichir la veille grâce à des publications universitaires, programmes de recherche spécifiques sur des thématiques proposées par les fondateurs et partenaires > e-réputation des territoires, IMAGETERR etc.

RENCONTRES

organisation de plusieurs rencontres autour du marketing territorial, mais aussi, participation à des conférences et colloques scientifiques > Place Marketing Forum, Automne School, MIPIM, AIRMAP etc.

FORMATIONS

des formations diplômantes (Master 2), non diplômantes et à la carte sont proposées aux professionnels et aux élus chaque année, avec l'intervention d'experts sur les thématiques centrales du marketing territorial et de l'attractivité.

PLUS D'INFORMATIONS :

<https://anmt.univ-amu.fr>

SE FORMER ET/OU RECRUTER EN MARKETING TERRITORIAL & ATTRACTIVITÉ

MASTER 2

MANAGEMENT PUBLIC PARCOURS « ATTRACTIVITÉ ET NOUVEAU MARKETING TERRITORIAL »

Année universitaire 2020-2021

Par la Chaire A&NMT
de l'Institut de Management
Public et Gouvernance
Territoriale

[TÉLÉCHARGER LA PLAQUETTE](#)

Ce Master 2 s'inscrit dans une logique de **montée en compétences professionnelles** avec l'acquisition des **fondamentaux et des concepts** nécessaires à la mise en œuvre de **démarches d'attractivité territoriale et de marketing territorial**.

Code RNCP > 34046 | Code CPF > 317409

COUP D'OEIL SUR LA FORMATION

> POUR QUI ?

FORMATION INITIALE

Étudiant(e) avec niveau Master 1
en contrat apprentissage ou convention de stage

FORMATION CONTINUE

Salarié(e) ou en reconversion professionnelle
en contrat de travail ou contrat de
professionnalisation ou convention de stage

> RYTHME EN ALTERNANCE

1 semaine de cours par mois
de septembre 2020 à septembre 2021

> ENSEIGNEMENT PLURIDISCIPLINAIRE

15 intervenants universitaires & professionnels

SE FORMER ET OBTENIR UN DIPLÔME MASTER 2

Conçue pour les professionnels et les étudiants, cette formation de niveau Master 2 vise à acquérir des compétences en opérationnalité, réflexivité et transversalité, qui seront mises en pratique sur le terrain grâce au rythme en alternance.

[CANDIDATER](#)

RECRUTER UN(E) APPRENTI(E) OU UN(E) STAGIAIRE

Les candidats de ce Master peuvent être à la recherche d'un stage (4 à 6 mois) ou d'un contrat d'apprentissage ou de professionnalisation. Il s'agit d'une véritable aubaine pour renforcer votre équipe et trouver LE candidat spécialisé en #markterr et #attractivité des territoires !

[PROPOSER UNE OFFRE](#)

Plus d'informations : Annie DELANGHE, chargée de mission Chaire A&NMT | annie.delanghe@univ-amu.fr | +33(0)4 13 94 21 73

