



## DOSSIER SPÉCIAL - 4

# TERRITOIRES, GESTION DE CRISE & RÉSILIENCE | COVID-19

Par la Chaire Attractivité et Nouveau Marketing Territorial

# ÉDITO

## « Quand souffle le vent du changement, certains construisent des murs, d'autres des moulins »

En raison de la nouvelle flambée du coronavirus en Europe et dans le monde, un second confinement a été instauré en France pour éviter la saturation de nos services de santé. Cette crise sanitaire, avec son corollaire d'autres crises (économique, sociale, politique), questionne notre société, nos modèles de développement comme nos modes de gouvernance. Elle engendre une accélération de tendances déjà perceptibles, qui sont sources de dangers comme d'opportunités. Les réponses politiques oscillent entre un impératif sanitaire et un impératif économique qui permettent parfois de faire émerger des pratiques de démocratie participative afin de relever les défis accentués par cette crise.

Tandis qu'un vaccin laisse présager d'une reprise des activités et des déplacements à l'horizon 2021, le « 2ème monde d'après » sera-t-il différent ? Les français vont-ils changer leurs modes de vie et de consommation ? Feront-ils plus confiance à leurs institutions et à leurs élus ? Si les mesures de soutien à notre économie ont permis d'amortir le choc pour une majorité de français salariés, que va-t-il se passer pour [les plus fragiles d'entre nous ?](#) Pour les entreprises des secteurs les plus fortement impactés, en particulier le tourisme, l'événementiel ou la culture ? [La relance sera-t-elle « verte » ou « grise »](#) ? Autant d'enjeux qui ne pourront être surmontés que collectivement.

Face à la pandémie globale comme aux crises consécutives, les réponses sont en effet collectives – comme en témoignent [le plan de relance européen](#) ou [la coopération européenne pour lutter contre la pandémie](#). La crise a également eu des effets positifs : en encourageant les collaborations entre différentes échelles territoriales, en stimulant les innovations (sociales, technologiques et organisationnelles), en mettant en lumière l'agilité du niveau local pour pallier les difficultés, en réaffirmant l'importance de notre système de santé, de l'éducation, de la solidarité et de l'intelligence collective pour trouver des solutions adaptées.

Les collectivités territoriales, leurs agences et leurs réseaux ont ainsi su orchestrer leurs stratégies de relance tout en soutenant les initiatives locales et citoyennes. En ces temps de crise, elles sont un relais indispensable pour répondre aux besoins des habitants, des commerçants, des entreprises, des visiteurs, etc., qu'ils soient d'ordre sanitaires, sociaux ou économiques.

Dans la lignée des trois dossiers rédigés lors du premier confinement, ce quatrième dossier spécial offre un panorama (*non exhaustif*) des initiatives menées durant la seconde 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.

## SOMMAIRE

### BONNES PRATIQUES

Développement économique

Attractivité, hospitalité & solidarité

Tourisme

Culture - événementiel

Communication - sensibilisation

### S'INFORMER & S'OUTILLER

### ANALYSER

### LA CHAIRE A&NMT

3

3

3

4

5

6

7

8

9

# BONNES PRATIQUES

## DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE

### VIRÉES GOURMANDES



Porteurs : Expansion PME - Québec et Collectivités

Des «boîtes augmentées» pour découvrir les produits locaux, mais également les artisans et producteurs grâce à des vidéos et du contenu exclusif. Une façon originale de valoriser le potentiel alimentaire de la Montégrie.

### CHALLENGES INNOVATION



Porteur : Toulouse Métropole

Toulouse Métropole lance une démarche d'innovation ouverte pour répondre aux nouveaux besoins identifiés pendant la crise sanitaire. Les entreprises, associations ou consortium lauréats pourront tester leurs solutions en matière de transition sur le territoire.

### PASS MOBILITÉ-TÉLÉTRAVAIL



Porteur : Seine-et-Marne Attractivité

Seine-et-Marne Attractivité participe aux réflexions pour faire évoluer la loi d'orientation des mobilités (LOM) en y intégrant un ticket «télétravail» pour encourager son développement dans les tiers-lieux ou les espaces de travail partagés professionnels.

### MONNAIE LOCALE



Porteur : SEVE - Grand Avignon

Pendant le mois de novembre, le Grand Avignon soutient la monnaie locale. La collectivité finance une bonification de 20% et une campagne d'information afin d'encourager l'utilisation de la Roue qui bénéficie à l'économie de proximité et finance des projets solidaires.

### E-COMMERCE SOLIDAIRE



Porteur : Agence d'Attractivité Alsace

L'Agence d'Attractivité Alsace s'associe au collectif Friends of Presta pour accompagner les petites entreprises souhaitant créer un site de e-commerce. L'AAA offre le nom de domaine .alsace afin de renforcer leur visibilité sur internet. L'initiative est relayée par l'eurométropole de Strasbourg.

### SOUTENIR LES COMMERCES LOCAUX



Porteurs : Grand Besançon

Pour encourager l'achat local, le Grand Besançon et ses partenaires proposent un jeu et 3 «boutons» sur le site institutionnel: informations concernant les commerces («le clic info»), acheter des bons d'achats et gagner des lots («le clic utile et citoyen»), et gagner des chèques cadeaux («le clic gagnant»).

## ATTRACTIVITÉ, HOSPITALITÉ & SOLIDARITÉ

### COVID - 19 RESPONSE HUB



Porteur : Kampala Capital City Authority

En collectant des données à l'échelle de la ville pour une action ciblée, la municipalité de Kampala a évalué la sensibilité des quartiers à l'impact de la COVID-19. Ces données lui ont permis de calculer un indicateur de vulnérabilité qui a guidé la prise de décision.

### OPORTUNIDADE MULHER



Porteur : District Fédéral Brasília

Partant du constat que les femmes ont été plus durement touchées par la crise économique, le gouvernement fédéral de Brasília a organisé des cours et ateliers en ligne gratuits afin de les encourager à entreprendre. Dans une logique d'empowerment, 1800 femmes ont bénéficié de 46 formations théoriques et pratiques depuis mai dernier.

### L'HÔTEL COMME ON M



Porteur : Département de la Mayenne

Pour tout achat de plus de 53€ sur la marketplace locale «Ma ville - Mon shopping», le Département finance une nuit d'hôtel pour héberger des proches durant les fêtes de fin d'année.

## DISPOSITIF LIBRE SAVOIRS



Porteur : Région Centre - Val-de-Loire

Un dispositif de formation avec des cours en ligne (Libre Savoirs) a été mis en place par la Région afin de former les salariés en chômage partiel, les commerçants, artisans, producteurs et restaurateurs à des compétences clés (numérique, langues, environnement, etc.).

## AGENT.E.S SOLIDAIRES



Porteur : Département de la Seine Saint Denis

Le Conseil départemental a mis en place un dispositif de mécénat de compétences permettant aux agents de la collectivité de s'investir dans une association. Ils pourront aider jusqu'à deux jours par mois, avec maintien de leur salaire.

## COVID19 : MESURES D'URGENCE



Porteur : Grand Lyon

Pour soutenir les publics fragilisés par la crise sanitaire, la Métropole du Grand Lyon déploie une série d'aides et de mesures destinées à lutter contre la précarité, soutenir les commerces de proximité et le secteur culturel. Près de 2,2 millions d'euros seront consacrés à ces mesures de cohésion sociale.

## TOURISME

### PLAN DE RELANCE POST-COVID19



Porteur : Yucatan Travel

Le plan de relance post Covid-19 du Yucatán réoriente la chaîne de valeur en fonction des nouvelles attentes de la clientèle (politiques d'annulation, hygiène, tourisme durable, recherche d'émotions) et l'économie du bien-être.

### PLAN DE SOUTIEN ACT



Porteur : Charentes Tourisme

L'agence de développement économique et touristique s'associe à KPMG Avocats pour un plan de soutien innovant aux acteurs du tourisme. L'objectif est d'anticiper les risques de faillites et de proposer un accompagnement au cas par cas.

### OCCITANIE BY DECATHLON



Porteur : CRTL Occitanie

Dans le cadre de son plan de relance touristique Covid-19, le CRTL Occitanie a initié un partenariat avec Decathlon pour la diffusion de plusieurs cartes touristiques dédiées aux sports de pleine nature : randonnée, vélo, eaux vives et VTT.

### UN PASSEPORT SANTÉ EN TEST



Porteur : Aeroport d'Heathrow

L'application «CommonPass» permet de télécharger sur son smartphone un test Covid. Un QR-code est généré. Il est scanné par les autorités aéroportuaires et les personnels à l'embarquement.

### L'IRLANDE DEPUIS CHEZ SOI



Porteur : Office de Tourisme de l'Irlande

La campagne #JeVoyageDepuisMonCanapé permet de (re)découvrir l'Irlande de chez soi. Exemple de visite virtuelle : la tapisserie du récit de Games of Thrones, qui valorise les savoir-faire traditionnels.

### UNE CHARTE SANTÉ EN STATION DE SKI

SIMPLE GUIDELINES SET OUT BY THE PROVINCE OF BC TO KEEP EVERYONE SAFE AND HEALTHY.



Porteur : Office de Tourisme de Revelstoke

La station de ski canadienne Revelstoke a mis en place une charte santé spéciale «Covid» à destination des visiteurs et des locaux. Elle communique également en amont du séjour sur l'expérience à attendre sur place cet hiver.

### UN VISA POUR LES DIGITAL NOMADES



Porteur : Mauritius Tourism Promotion Authority

L'île Maurice propose un visa «Premium» aux visiteurs qui souhaitent s'installer durablement sur l'île (retraités ou travailleurs «nomades»). La Barbade, les Bermudes et l'Islande ont aussi mis en place ce type de visa.

### GUIDE PRATIQUE POUR RÉTABLIR LA CONFIANCE



Porteur : Destination Canada

Ce guide rassemble des conseils dans le contexte de la pandémie et des exemples d'initiatives et d'adaptations des activités par les différents acteurs du tourisme.

### DÉCONFINEMENT EN MODE MICRO-AVENTURES



Porteur : Office de Tourisme du Grand Reims

La destination propose un catalogue d'expériences touristiques sous forme de micro-aventures. La démarche s'appuie sur un partenariat rédactionnel avec Oui.snaf afin de toucher des clientèles de proximité.

## CULTURE - ÉVÉNEMENTIEL

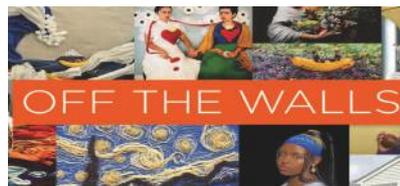
### «OASIS IMMERSION»



Porteur : Palais des Congrès de Montréal

Pour accompagner la tendance à la phygitalisation des événements, le Palais inaugure un nouvel espace immersif et se positionne comme le premier centre des congrès à proposer des studios immersifs permanents. Cet espace de 2 000 m<sup>2</sup> accueillera également des expositions grand public.

### #ARTENQUARANTAINE



Porteur : Getty Museum

L'incroyable succès Getty Museum Challenge se prolonge avec la sortie d'un livre dont les bénéfices seront reversés à une association de soutien aux artistes américains.

### FESTIVAL DES SOLUTIONS ÉCOLOGIQUES



Porteur : Région Bourgogne Franche Comté

Ce festival annulé en présentiel a choisi de valoriser les 200 porteurs de projets innovants sous forme d'une plateforme participative pour découvrir ou proposer une solution écologique sur le territoire.

### GAMIFICATION DES CHÂTEAUX DE LA LOIRE



Porteurs : Région Centre-Val de Loire - Epic Games

Le 4 décembre, les 350 millions de joueurs de Fortnite pourront explorer cinq châteaux de la Loire et s'affronter sur un parcours de vitesse. Finale en janvier 2021 dans le décors du Clos-Lucé.

### RÉVEILLON DIGITAL



Porteur : Festival Tomorrow Land

Le célèbre festival de musique électronique (200 000 festivaliers hors Covid) propose un réveillon virtuel adapté à tous les fuseaux horaires. Il s'appuie sur la plateforme virtuelle «NAOZ» accessible depuis tous les supports digitaux.

### PREMIER MUSÉE GIGAPIXEL AU MONDE



Porteur : Mauritshuis Museum

Le musée a profité du premier confinement pour photographier et numériser l'ensemble de ses œuvres au format gigapixel, en partenariat avec MadPixel. Une expérience virtuelle de très haute qualité.

## COMMUNICATION - SENSIBILISATION

### COMMUNICATION INCLUSIVE



Porteurs : Audition Québec - divers partenaires

Le port du masque obligatoire dans les lieux publics est source de stress pour les personnes ayant des problèmes d'audition car elles lisent souvent sur les lèvres. L'association Audition Québec propose une «trousse» qui permet aux commerçants, aux employeurs, aux services de soin ou au grand public de mieux communiquer avec elles.

### #VOUSNOUSAVEZMANQUÉ



Porteur : Ville de Valence

La ville Valence poursuit ses actions de communication en faveur des commerçants et mise sur l'humour pour inciter ses habitants à consommer localement. Sur le thème de l'anti-morosité avec le hastag #vousnousavezmanqué, la campagne s'appuie sur la plateforme «Mon Coeur Valence».

### #CORONAFACTS



Porteurs : Prime Minister's Office - PING Helsinki - Finnish Media Pool

Pour lutter efficacement contre l'épidémie et éviter la propagation des fake news, le gouvernement finlandais s'est associé à PING Helsinki pour identifier et contacter 1 800 influenceurs sur les réseaux sociaux. Ces derniers ont été formés et invités à faire preuve de responsabilité dans la (re) diffusion de leurs messages.

### « AUX MASQUES CITOYENS, GARDEZ VOS POSTILLONS ! »



Porteur : Hospices Civils de Lyon

Avec le soutien de la métropole, les Hospices Civils de Lyon ont lancé une campagne au ton humoristique pour sensibiliser aux gestes barrières et protéger le personnel hospitalier dans le cadre de la deuxième vague de l'épidémie.

### HOMMAGE AU PERSONNEL SOIGNANT



Porteur : Ville de Bruxelles

Cette fresque de 22 mètres de haut est un hommage aux personnels en première ligne dans la crise de Covid-19. Elle vient s'ajouter au parcours «Street Art» de la ville de Bruxelles.

### 5 BONNES RAISONS DE TÉLÉTRAVAILLER À CAEN-NORMANDIE



Porteurs : Paris Je te Quitte - Caen Normandie Développement

En partenariat avec Paris Je te Quitte, Caen Normandie a conçu une campagne de communication sur les réseaux sociaux pour inciter les télétravailleurs à s'installer à Caen pendant le confinement.

# S'INFORMER ET S'OUTILLER



## Gouvernement français

[France relance : écologie, compétitivité, cohésion](#)



## Ministères de la transition écologique / de la cohésion des territoires

[Boîte à outil des aides aux territoires](#)



## ADEME

[Portail à destination des collectivités - Agir pour la transition écologique](#)



## I4CE

[Evaluation climat des budgets locaux - novembre 2020](#)



## Ministère de la Cohésion des Territoires et des Relations avec les collectivités territoriales

[Inclusion numérique dans les territoires](#)



## Agence Nationale de la Cohésion des Territoires

[Incubateur des Territoires](#)



## AMF - ANSSI

[Guide - "Cybersécurité : toutes les communes et intercommunalités sont concernées" - Novembre 2020](#)



## Atout France

[Notes de conjoncture de l'économie touristique](#)



## ADEME

[Forum Résilience des Territoires](#)



## Assemblée des Départements de France

[Mesures mises en place par les Départements dans le cadre de la nouvelle vague de l'épidémie de Covid19 - 3 déc. 2020](#)



## Union Européenne

[Ouverture des frontières](#)

# ANALYSE & PROSPECTIVE

## DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE

- **EY - LES ENTREPRISES POUR LA CITÉ** - [Panorama 2020 - Vers des entreprises plus engagées : quel rôle pour les fondations dans ce nouveau monde ?](#) - Octobre 2020
- **WE DEMAIN** - [Face à Amazon, ces villes lancent leurs sites de e-commerce](#) - 17 novembre 2020
- **ACTEURS PUBLICS** - [Ce que prépare le gouvernement pour la "relance" numérique des collectivités locales](#) - 1er décembre 2020
- **LOCALTIS - BANQUE DES TERRITOIRES** - [Relocalisations : faire des villes moyennes le réceptacle de nouvelles usines](#) - 5 novembre 2020
- **THE CONVERSATION** - [Industrie : un plan de relance beaucoup moins ambitieux qu'il n'y paraît](#) - 7 décembre 2020
- **SYNTEC NUMÉRIQUE** - [Bilan 2020 et perspectives 2021 du secteur numérique](#) - 3 décembre 2020

## TOURISME

- **FUTUROSCOPIE - TOURMAG** - [La quadruple peine du tourisme urbain post Covid](#) - 14 novembre 2020
- **WELCOME CITY LAB** - [Cahier de Tendances Tourisme 2021](#) - Juillet 2020
- **ATOUT FRANCE/ OTCP** - [Baromètre des intentions de voyages dans les 6 prochains mois](#)
- **VVF INGÉNIERIE** - [Étude d'impact du 2ème confinement sur les vacances des Français](#) - 23 novembre 2020
- **ATS ET ALLIANCE** - [Rapport de recherche | Les impacts de la crise de la COVID sur l'expérience visiteur](#) - 24 novembre 2020
- **THE CONVERSATION** - [« Apocalypse snow » : la délicate équation de l'ouverture des stations de ski en 2020-2021](#) - 20 novembre 2020

## MANAGEMENT

- **UCLG - METROPOLIS - LSE** - [The Covid-19 response : governance challenges and innovations by cities and regions](#) - juillet 2020
- **LA 27E RÉGION** - [Le nouveau contrat écologique et social, une boussole pour l'avenir de la transformation publique ?](#) - 24 novembre 2020
- **THE CONVERSATION** - [État-plateforme : quand fonctionnaires et usagers deviennent entrepreneurs des services publics](#) - 12 juillet 2020
- **THE CONVERSATION** - [Pourquoi les organisations industrielles d'aujourd'hui ne sauveront pas la planète](#) - 13 octobre 2020

## PROSPECTIVE

- **SOCIÉTÉ FRANÇAISE DE PROSPECTIVE** - [A quoi peut ressembler le monde d'après ?](#) - 8 octobre 2020
- **FNAU** - [Traits d'agences n°37 - Explorons nos futurs \(heureux\)](#) - Automne 2020
- **MILLÉNAIRE 3** - [#Covid-19 : pour une prospective en temps de crise](#) - 13 novembre 2020
- **RÉGIONS DE FRANCE** - [L'intelligence économique territoriale](#) - Avril 2020

## RÉSILIENCE

- **OCDE** - [Securing natural capital : Resilience, risk management and COVID19](#) - Novembre 2020
- **CEREMA** - [La boussole de la résilience](#) - 14 septembre 2020
- **OCDE** - [Tackling Coronavirus \(COVID19\) | Cities policy responses](#) - 23 juillet 2020
- **GREEN ECONOMY COALITION** - [The Covid recovery offers the chance to build a new global social contract](#) - 28 septembre 2020

## CULTURE / ÉVÉNEMENTIEL

- **START-UP GUESTVIEWS** - [Baromètre sur les visites culturelles pendant la crise](#)
- **USINE DIGITALE** - [Concerts virtuels : La start-up Wave s'allie à Tencent, qui y prend une participation minoritaire](#) - 20 novembre 2020
- **THE CONVERSATION** - [Les Musées post-confinement : vers de nouvelles pratiques ?](#) - 13 mai 2020
- **ATOUT FRANCE / EY** - [Étude d'impact de la crise COVID-19 sur la filière MICE](#) - 16 novembre 2020

## URBANISME

- **LA FABRIQUE DE LA CITÉ** - [Des villes productrices de santé?](#) - Octobre 2020
- **PUCA** - [Le logement face à la crise sanitaire](#) - Octobre 2020

## AUTRES

- **AMF - CEVIPOF** - [Enquête | Municipales 2020 : une élection si particulière](#) - Novembre 2020
- **INSTITUT PARIS RÉGION** - [Le confinement : qui l'a mal vécu et pourquoi ?](#) - 7 octobre 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>

## (RE)LIRE LES ANCIENS NUMÉROS

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

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

Le [NUMÉRO 3](#) - publié le 07 mai 2020