

<b>Valorisation de l'image de marque de Neufchâteau</b> <b>(a) Commune : Neufchâteau</b> <b>(b) Nom du village ou de l'entité : /</b> <b>(c) Descriptif : Valorisation de l'image de marque de Neufchâteau</b>	Fiche n° IM-1.06
	Priorité : Lot 1
	Version initiale <input checked="" type="checkbox"/>
	Version actualisée ( / /20 ) <input type="checkbox"/>

## VALORISATION DE L'IMAGE DE MARQUE DE NEUFCHATEAU

### 1. Description du projet

Le projet consiste à travailler sur l'image de marque de Neufchâteau, tout en augmentant la visibilité et la communication de la part de la commune.

Une série d'actions seront mises en place dans ce sens :

- **Imaginer un nouveau slogan partagé et une stratégie de communication ;**
- **Veiller à la mise à jour des outils de communication de la Commune, pour centraliser les informations et intensifier leur visibilité.**

### 2. Justification du projet

D'après les habitants, Neufchâteau a souffert d'une mauvaise image médiatique. Afin de développer une image positive pour les habitants et pour les visiteurs, il est nécessaire de travailler sur une nouvelle identité et d'améliorer la communication communale. La communication est un point essentiel du développement d'un sentiment d'appartenance et d'une plus grande cohésion sociale.

Lors de la consultation citoyenne, malgré les différents canaux d'information déjà utilisés par la Commune (bulletin communal, site internet, Facebook), les habitants déplorent toujours ;

- Une mauvaise diffusion de l'information : il est difficile de trouver la bonne information(communale, associative, ...)
- Le site internet de la commune n'est pas mis à jour
- La diffusion des informations se fait trop via le support numérique, il y a un abandon progressif du support papier.

#### Effets directs et multiplicateurs

- Amélioration du sentiment d'appartenance et d'identité communale
- Renforcement de la visibilité des acteurs et des services communaux
- Renouvellement de la confiance des citoyens
- Participation des habitants aux activités accrue
- Accroissement de la visibilité des activités

#### Interaction avec d'autres fiches-projets du PCDR

- M-2.04 : Aménagement des entrées de village

### 3. Lien à la stratégie

Le projet contribuera à la réalisation des objectifs suivants :

<b>2. Développer la convivialité et la cohésion sociale sur le territoire communal</b>
2.2 En développant une image positive du territoire pour les habitants et les visiteurs

**Liens avec les autres politiques communales et supra-communales :**

<b>Plan Stratégique Transversal (PST) (2021-2024)</b>	OS1 : Réorganiser et développer le travail au sein de la commune ➤ OS1.2 Accroître la communication interne et externe
<b>Plan de Cohésion Sociale (2020-2025)</b>	Epanouissement culturel, familial et social
	Participation citoyenne et démocratique

**4. Impacts attendus du projet sur la résilience du territoire et de la société**

<b>SOCIAL</b>	★★★ Intégration des habitants à la vie locale
<b>ENVIRONNEMENTAL</b>	★ Traduction de l'image dans les aménagements publics
<b>ECONOMIE</b>	★ Dynamisme de la vie locale et attractivité de la commune

**Légende :** ★★★ Impact élevé ; ★★ Impact moyen ; ★ Impact faible ; ☹ Pas d'impact

**Liens avec la stratégie wallonne de développement durable :**

	<p><b>Objectif 11 – Villes et communautés durables</b></p> <p><b>Faire en sorte que les villes et les établissements humains soient ouverts à tous, sûrs, résilients et durables</b></p>
--	--

**5. Localisation et statut**

Sans objet.

**6. Parties prenantes et porteurs de projets**

- **Porteur de projet :** Commune de Neufchâteau
- **Partenaires :** associations, organismes communaux, service communal (communication)

**7. Programme de réalisation****Éléments dont il faut tenir compte pour définir la priorité de la fiche :**

Afin de redorer l'image de Neufchâteau et améliorer la communication communale déjà mise en place, il a été décidé en accord avec la CLDR que le projet était prioritaire, à réaliser dans les 3 ans, le plaçant ainsi en lot 1.

**État du dossier :**

- La société QUIDAM a réalisé une étude sur l'image de Neufchâteau et a fait des propositions (charte graphique, charte terrasses et devantures, entrées de village, etc.)
- Le site internet est en cours de transformation
- Remise en service de l'écran d'annonce des manifestations et des publicités sur la Grand'Place

- Mise en avant des commerces locaux, des activités et des métiers de la commune, des habitants et de l'histoire (capsules vidéo, etc.), via l'Agence de Développement Local (ADL)
- Liens avec les réflexions en cours : devenir la capitale des Neufchâteau (proposition que Neufchâteau rejoigne l'association des Newcastle of the world et en devienne la capitale) / adapter son nom en Neufchâteau-en-Ardenne / pacte d'amitié avec Sedan

### **Programme des travaux et/ou aménagements :**

Slogan :

- Définir les modalités de l'enquête (façons de collecter les données (en ligne, par téléphone, entretien personnalisé, support papier), définir le public-cible (l'enquête se mènera-t-elle aussi dans les homes, dans les écoles ?)).
- Interroger les habitants pour connaître leur perception de Neufchâteau, avec comme question principale « comment définir l'identité de la commune en trois mots ? »
- Définir un slogan pour renforcer le sentiment d'appartenance ainsi que pour refléter et véhiculer une image correspondant à la vision partagée de la ville par les habitants
- Travailler sur le « place branding » destiné à modeler l'image et la perception du territoire

Outils de communication :

- Disposer uniquement d'informations pertinentes qui sont à jour et d'actualité
- Centralisation et mise à jour régulière du site de la Commune et de la page Facebook afin de faciliter la recherche d'informations
- Travailler sur une meilleure diffusion et un meilleur référencement des événements afin de toucher un public plus large
- Communiquer sur les résultats de l'étude de QUIDAM
- Maintenir le « Oyez Citoyens » en version papier et y ajouter des photos locales

### **Planification :**

Sans objet

### **Démarches administratives à réaliser :**

Sans objet

### **Éléments à mettre en place pour assurer le bon usage et la pérennité de l'investissement réalisé :**

- Engagement d'une personne pour développer les outils numériques (étudiant,...)
- Formations régulières du chargé de communication communal (par des consultants spécialisés). A terme, il pourrait être envisagé de recruter un « Community Manager »

## **8. Estimation globale du coût**

Estimation globale du coût	Montant	Sources de financement
Moyen humain (0,1 ETP)	7.500 € /an	Commune
Enquête sur l'image de Neufchâteau	20.000 €	
Outils de communication	5.000 €/an	
<b>Total (TTC) - Hors moyens humains</b>	<b>25.000 €</b>	

Projet rémunérateur : Non

## 9. Évaluation (en relation avec les objectifs visés et les effets attendus)

### Indicateur de réalisation :

Intitulé de l'indicateur	Valeur cible	Source de vérification (document, rapport, carnet, registre...)
Mise à jour du site internet	1x/semaine	Commune
Enquête sur l'identité de la commune	1	Commune
Définition d'un slogan	1	Commune

### Indicateurs de résultat :

Intitulé de l'indicateur	Valeur cible	Source de vérification (document, rapport, carnet, registre...)
Proportion d'habitants qui trouvent que l'image de Neufchâteau s'est améliorée	50%	Sondage

## 10. Annexes

Sans objet