

PILIER 6 : BÂTIR LE TERRITOIRE DE DEMAIN

- DURÉE : 4 HEURES
- PUBLIC CIBLE : MAIRES, PRÉSIDENTS DE CONSEILS RÉGIONAUX, DIRECTEURS DE CABINET
- LIEU : EN PRÉSENTIEL (SÉMINAIRE INTERACTIF ET ATELIERS PRATIQUES)
- ASSISTANCE : 45 JOURS POST-FORMATION
- TARIF INDIVIDUEL : **1 000 000 FCFA**

OBJECTIFS

L'objectif général est de permettre aux décideurs de passer d'une posture de gestionnaire administratif à celle de stratège de territoire

- Comprendre l'Économie de l'Immatériel (Le "Pourquoi")
- Concevoir une Stratégie de Marque Territoriale (Le "Quoi")
- Optimiser l'Impact Local & le "Local Content" (Le "Comment")
- Piloter la Gouvernance et la Réputation (Le "Qui & Combien")

Module 1 : Soft Power & Nation Branding (1h)

- L'immatériel au service de la puissance territoriale.
- L'Éveil du Soft Power : Pourquoi l'image d'un territoire est devenue son premier actif financier.
- Le Modèle de l'Hexagone d'Anholt : Analyser son territoire selon 6 dimensions (Tourisme, Investissement, Culture, Population, Gouvernance, Export).
- De l'Identité à la Marque : Comment transformer le patrimoine (ex: architecture de Bassam) en levier d'influence moderne.
- Atelier Pratique : Diagnostic flash – Quelle est la "promesse" actuelle de votre territoire ?

SYNTHÈSE DES COMPÉTENCES ACQUISES

À l'issue de cette session, l'élu sera capable de :

1. Pitcher son territoire en moins de 60 secondes de manière percutante.
2. Arbitrer ses investissements budgétaires en faveur de l'attractivité.
3. Exiger des retombées concrètes pour ses administrés lors de chaque signature de contrat.

Module 2 : Marketing Territorial & Stratégie de Conquête (1h)

Passer de la gestion administrative à la stratégie de marché.

- Le Marketing Mix Territorial (4P) : Infrastructures (Produit), Fiscalité (Prix), Accessibilité (Place), Image (Promotion).
- Segmentation des Cibles : Comment parler aux investisseurs, aux talents (nomades numériques) et aux touristes.
- Benchmark Concurrentiel : Analyser les stratégies de succès des territoires leaders (Maroc, Estonie, Rwanda).
- Atelier Pratique : Le "Elevator Pitch" du territoire – Convaincre un investisseur en 60 secondes.

Méthodologie Pédagogique

- **40% Théorie** : Concepts stratégiques et benchmarks internationaux.
- **60% Pratique** : Ateliers de co-construction, études de cas réels et simulations de crise.
- **Livrable Final** : Chaque élu repart avec le "Canvas d'Attractivité" de son territoire complété durant la journée.

Module 3 : Local Content & Impact Économique (1h)

Transformer l'investissement étranger en prospérité durable.

- **Cadre Légal & Enjeux** : Comprendre la loi sur le contenu local en Côte d'Ivoire (Hydrocarbures, Mines, Infrastructures).
- **Négocier l'Impact** : Comment imposer des clauses de transfert de technologie et d'emploi local sans faire fuir les investisseurs.
- **Développer l'Écosystème** : Connecter les PME locales aux grands projets structurants.
- **Atelier Pratique** : Simulation de négociation – "La Clause de Proximité" face à une multinationale.

Module 4 : Gouvernance & Résilience Numérique (1h)

Piloter l'attractivité et protéger la réputation.

- **L'Agence d'Attractivité** : Pourquoi et comment créer une structure agile hors des schémas administratifs classiques.
- **Pilotage par la Preuve** : Définir ses indicateurs de succès (KPI) et mesurer le Retour sur Investissement (ROI).
- **Gestion de Crise & Riposte Narrative** : Maîtriser son image sur les réseaux sociaux et répondre aux attaques médiatiques.
- **Atelier Pratique** : Le Dashboard de l'Élu – Choisir ses 5 indicateurs clés pour les 100 prochains jours

MODALITÉS D'ÉVALUATION & CERTIFICATION

- **Évaluation** : Quiz de validation des connaissances en fin de parcours.
- **Certification** : Remise du Certificat de Compétences "**Bâtir le territoire de demain**" aux participants ayant complété les modules.