



## OFFRE DE STAGE

« Marketing territorial et communication numérique »

### Eléments de contexte

Situées à 100 km de l'agglomération parisienne et à 1h de train du cœur de la capitale, la Ville de Sens et la Communauté d'agglomération du Grand sénonais ont entrepris ces dernières années un important travail de redynamisation de leur territoire. Ce travail se développe selon deux axes. Un axe interne de développement de l'attractivité économique de la région sénonaise, qui trouve une première concrétisation dans l'élection de la ville de Sens au dispositif « Action cœur de ville » prévoyant la mise en œuvre d'un plan de dépense publique de 5 milliards d'euros dans 222 villes moyennes. Un axe externe de promotion du territoire, qui passe par un renforcement de la communication de la ville et de l'agglomération à l'adresse des acteurs économiques, culturels et touristiques et par le développement d'une marque de territoire pour la Ville de Sens et dans un avenir proche du Grand Sénonais.

### Contenu du stage

Sous la conduite du directeur de la communication et de la directrice-adjointe pilotage et stratégies territoriales, et dans le cadre du lancement de la démarche de marketing territorial de la Ville, le stagiaire réalise les missions suivantes :

- 1/ **Etude différentielle des politiques de communication** mises en œuvre par des collectivités territoriales de strate et profil équivalents ou proches à la ville de Sens et à l'Agglomération du Grand Sénonais. L'étude présentera l'ensemble des outils de communication et d'interaction avec la population développés dans le cadre du projet de communication (selon un critère matériel : magazines, réseaux sociaux, outils type applications smartphone citoyennes, etc., mais également selon un critère organique : ville, agglomération, musée, office de tourisme, etc.) et analysera la stratégie adoptée pour chaque vecteur de communication. A l'issue de ce travail comparatif, l'étude établira une proposition de mise en œuvre locale. Cette partie des missions donne lieu à la réalisation d'une synthèse problématisée et argumentée pour la collectivité qui peut constituer le mémoire de fin de stage.
- 2/ **Déclinaison de la marque de territoire sur différents supports** dans le cadre du déploiement de la communication numérique de la Ville. Le stagiaire est invité à participer à la conception et à la mise en œuvre de la stratégie de marketing territorial, aux côtés des élus et des services de l'agglomération.
- 3/ **Participation à l'élaboration et à la mise en œuvre des grandes politiques d'attractivité** de la collectivité, aux côtés de membres du comité de direction.

**Profil recherché**

Ce stage est particulièrement adapté à des étudiants souhaitant aborder une carrière dans la communication et le marketing territorial, ou désirant travailler en cabinet de conseil ou au sein de collectivités territoriales.

Etudiant en M1/M2 en école de communication, de commerce ou suivant des études de sciences politiques, présentant les qualités suivantes :

- sens de l'initiative
- capacités d'analyse et esprit de synthèse
- goût pour le travail en équipe
- excellentes capacités rédactionnelles

**Conditions :**

- stage longue durée (4 à 6 mois)
- gratification réglementaire + complément (monétaire et/ou logement)
- arrivée souhaitée en septembre/octobre 2018