

Cadre général

Direction// service ou pôle d'affectation : Direction de la communication du Conseil général – mission observatoire départemental

Référence au programme, schéma, mission existant :

Mission assignée à la direction de la communication : la « promotion du territoire départemental » Observatoire départemental

Description de l'action actuelle : Inexistante ou non coordonnée au niveau du Conseil général (le Conseil général, financeur d'études sectorielles).

Axe(s) stratégique(s) de référence : **Axe 15, Renforcer l'image du Finistère**

Objectif(s) de référence : Agir pour un département attractif en oeuvrant sur le terrain de la promotion économique, touristique, culturelle et de la qualité de vie en Finistère.

Description du projet

Contexte

Aujourd'hui, peu de données sont disponibles pour mesurer réellement la représentation que les Finistériens ont de leur département et en contrepoint celle qu'en ont les publics extérieurs. Des études et des enquêtes d'image ou de notoriété existent, dont la plupart s'avèrent soit anciennes soit sans liens entre elles : c'est le cas notamment de la dernière enquête Ipsos sur les moteurs de l'attractivité touristique, de l'enquête « Morgoat tourisme » sur les habitudes de fréquentation touristique ou d'une plus récente enquête de l'association « Investir en Finistère » sur l'image économique du département. Une première étape serait de pouvoir disposer de données fiables et à jour sur les images ou représentations associées au département, par ses habitants et des publics externes, d'identifier les facteurs d'attractivité ou handicapant dans ces images, et de construire des indicateurs de suivi pour rendre compte de leur évolution.

Objectifs : - Disposer d'outils fiables de mesure et de suivi des facteurs d'attractivité du département et des représentations qui lui sont associées (images négatives et positives)

- Intégrer dans le corpus d' »indicateurs d'image » à constituer des indicateurs de « durabilité » du département.
- Diffuser et partager les résultats de l'observatoire

Modalités et calendrier

- étudier les conditions d'un état zéro : on parle de renforcer l'image, mais de quoi parlons-nous ? de quoi partons-nous ? : évaluation des modalités et des coûts d'une première étude sur l'image globale du département (2^e semestre 2006), consultation instituts d'étude (1^e trimestre 2007), conduite étude et rendu des résultats (2^e trimestre 2007).
- Travail sur un corpus d'indicateurs dans tous les domaines (enseignement, santé, emploi, patrimoine, culture, environnement, déplacement...) et les contours du baromètre d'image (2^e semestre 2006) : tous les services en charge des politiques pouvant influencer positivement ou négativement sur ces indicateurs sont concernés (Ex. Le dispositif de desserte maritime sur la perception « atout du littoral et des îles »).

Modifications proposées par rapport à l'existant :

- Pas de démarche portée par le CG à l'exception du baromètre de l'opinion des Finistériens
- aides ponctuelles du Conseil général à des études conduites par ses partenaires (à envisager)

Coûts supplémentaires/existant

- Coût d'une étude de notoriété et d'un baromètre sur représentations associées (assistée ou spontanée), menée tous les deux ans à évaluer. Evaluation : 30-000 à 40 000 €.
- Coût d'un abonnement mutualisé à un outil de retombées médias type « argus de la presse » (10-15 000€).

Indicateurs de suivis :

- Productions de l'observatoire (études, restitution, diffusion presse...)

Acteurs

Elu référent : Pierre Maille, Président du Conseil général

Chef de projet/Référent : Geneviève Vincent, chargée de communication et Jacques Brulard, observatoire départemental.