



***PLAN D'INFLUENCE ET DE COMMUNICATION  
EN RÉGIONS***

# PLAN D'INFLUENCE EN RÉGIONS

1

Activer la puissance des **relais de représentation de la filière** dans les **territoires** pour **renforcer nos messages**

2

Porter les **messages de la filière** dans les **territoires** par un **tour de France du GIFAS** en régions

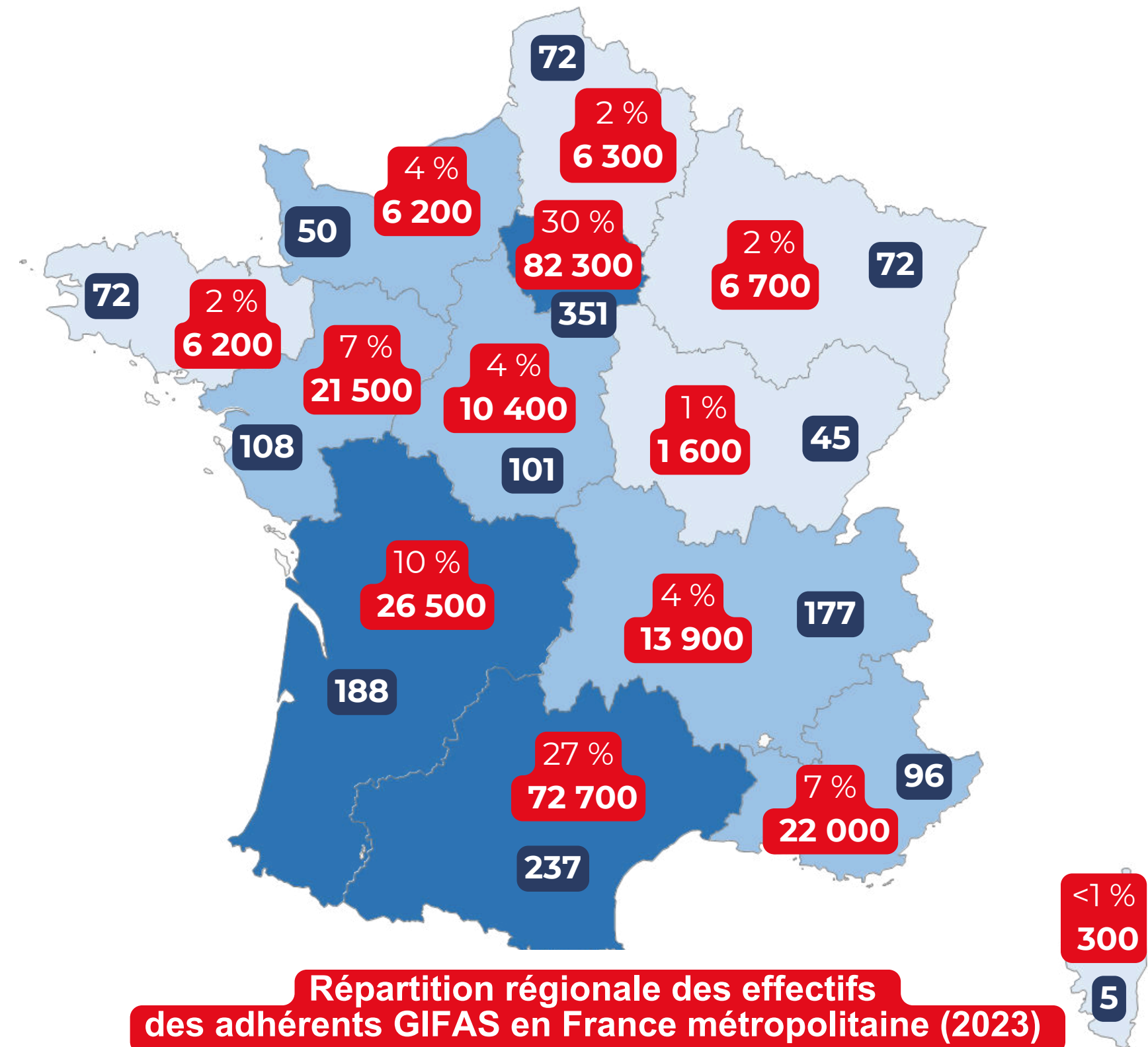
# POIDS SOCIAL DES ADHÉRENTS GIFAS EN RÉGIONS

**517** Entreprises adhérentes dans 13 régions

**2/3** Emplois de l'aérospatial en régions

**210k** Emplois dans toute la France

 Emplois en augmentation constante



Répartition régionale des effectifs des adhérents GIFAS en France métropolitaine (2023)

Nombre d'établissements par régions (2023)

Les territoires sont primordiaux pour la filière.



## Soutien des acteurs bancaires

Développer une relation de confiance avec les acteurs financiers en valorisant le potentiel d'innovation et de croissance de la filière et de ses entreprises régionales.



## Image auprès du grand public

Accroître la notoriété de la filière et renforcer l'attractivité de ses métiers à travers une communication tournée vers les territoires pour construire un récit positif autour de l'aérospatial.



## Soutien des acteurs institutionnels

Créer un dialogue structuré avec les décideurs publics autour des enjeux de la filière en montrant sa contribution à l'économie et à la souveraineté industrielle locales.

Renforcer la présence du GIFAS en régions et en faire des ambassadrices de la filière, en s'appuyant sur :



## Les éléments de langage (EDL)

Valoriser les adhérents, prioritairement les PME et ETI, leur impact local ainsi que la place des territoires dans le fonctionnement de la filière.



## Valoriser la filière via les médias

Accroître notre **visibilité** et celle des adhérents en régions par les médias régionaux via nos porte-paroles et développer un narratif localisé adapté aux territoires.



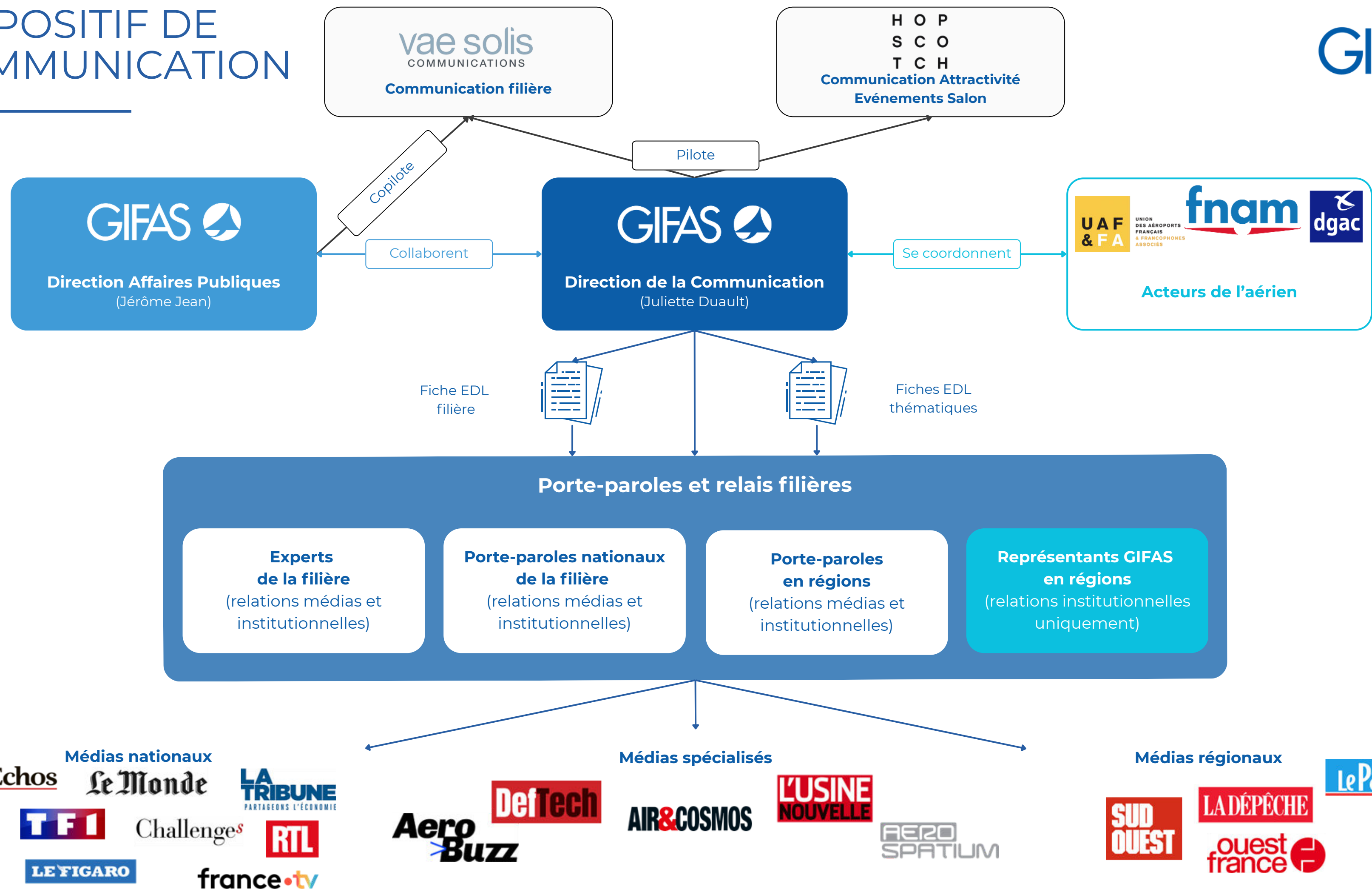
## Un lien renforcé avec les élus

Créer des relais d'influence sensibilisés aux enjeux de la filière afin de les mobiliser aussi bien localement que nationalement sur nos thématiques.



©Aubert et Duval

# DISPOSITIF DE COMMUNICATION





## Influence et Affaires publiques

Impliquer activement les entreprises, les élus et les institutions pour faire vivre un message collectif et renforcer le poids de la filière dans les dynamiques territoriales.

### Axe 1



## Stratégie de visibilité médias

Créer une relation durable avec les médias régionaux pour faire entendre la voix de la filière et valoriser ses acteurs locaux. C'est un écosystème qui fait vivre les territoires.

### Axe 2



## Communication adhérents

Développer des messages adaptés aux spécificités locales et valoriser les adhérents afin d'ancrer et renforcer le GIFAS dans chaque région.

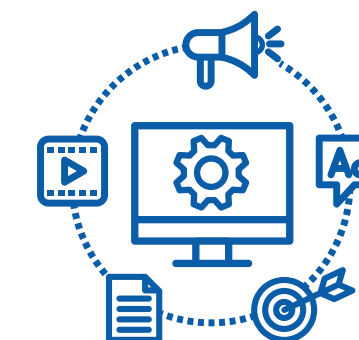
### Axe 3



## Événements en territoires

Participation et organisation d'événements visibles et mobilisateurs dans les territoires pour illustrer l'impact concret de la filière sur l'emploi, l'innovation et la vie locale.

### Axe 4



## Axes stratégiques

# INFLUENCE FILIÈRE EN RÉGIONS

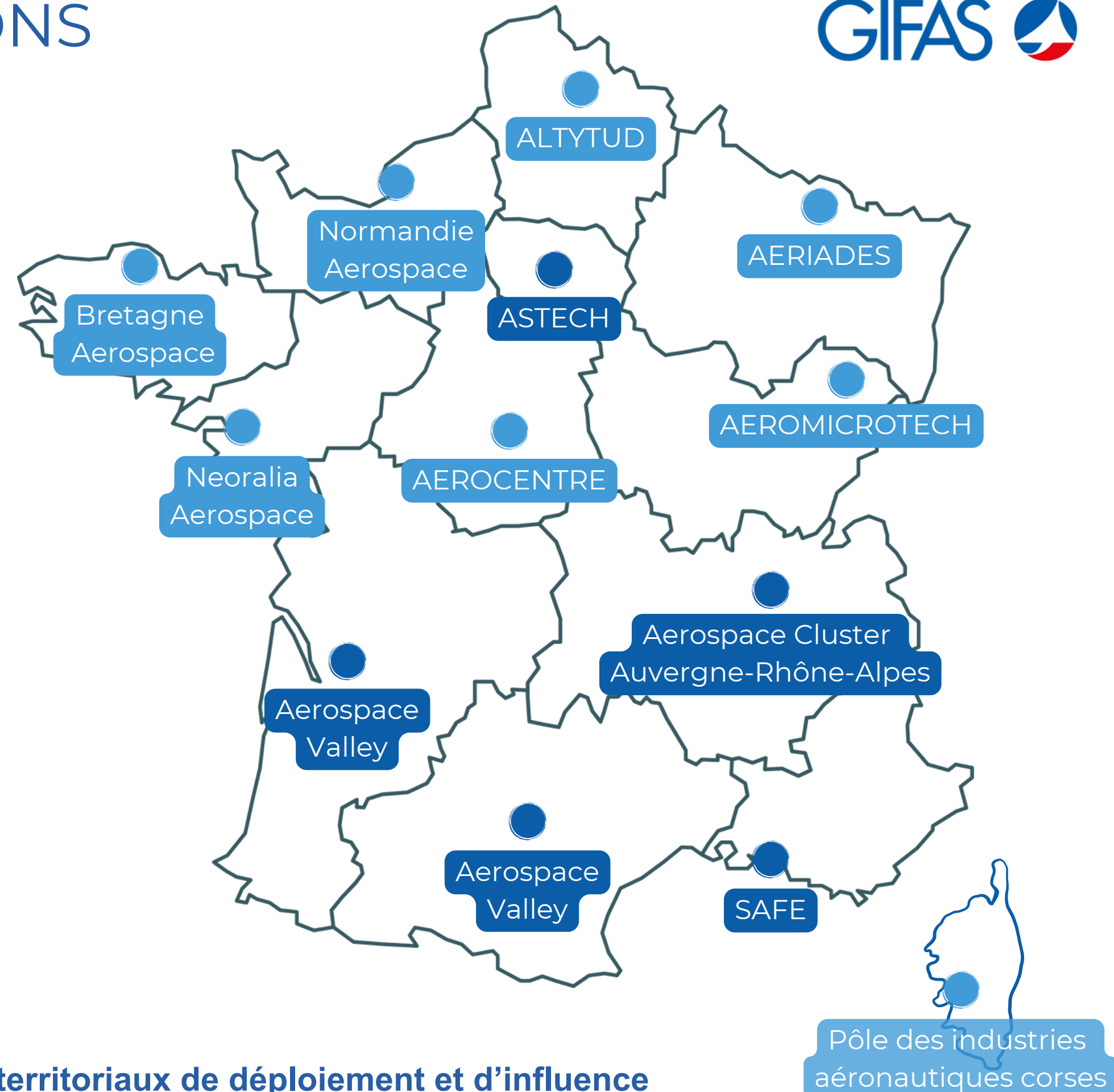
**13** Pôles & Clusters en régions

 Pôles aerospace

 Clusters aerospace

**800** Sociétés dans la filière

**13** régions avec 1 correspondant GIFAS



**Les Pôles et Clusters comme relais territoriaux de déploiement et d'influence**

Pôle des industries aéronautiques corses



# NOS PORTE-PAROLES



Porte-paroles nationaux de la filière



Porte-paroles en régions



Experts de la filière



Représentants GIFAS en régions

# AXE 1 – INFLUENCE ET AFFAIRES PUBLIQUES

## Nos relais d'influence :



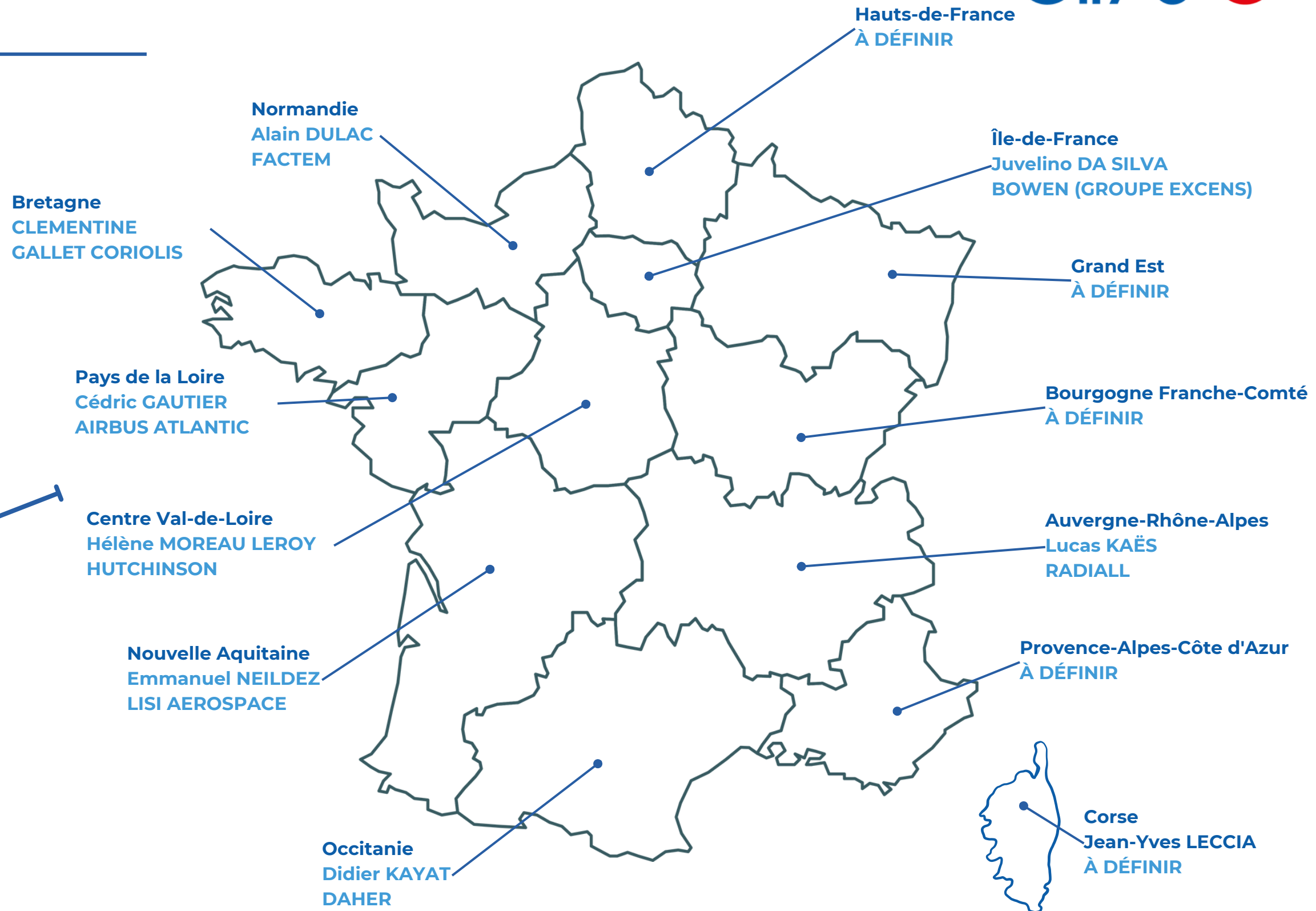
Adhérents, dont Pôles et Clusters en régions



Porte-paroles en régions  
→ Interviews médias nationaux et locaux



Représentants GIFAS en régions  
→ relations institutionnelles



**Missions : relayer les actions et les messages de la filière dans l'écosystème local, remonter les initiatives locales et répondre aux demandes médias**

# AXE 1 – INFLUENCE ET AFFAIRES PUBLIQUES

## Nos relais d'influence :



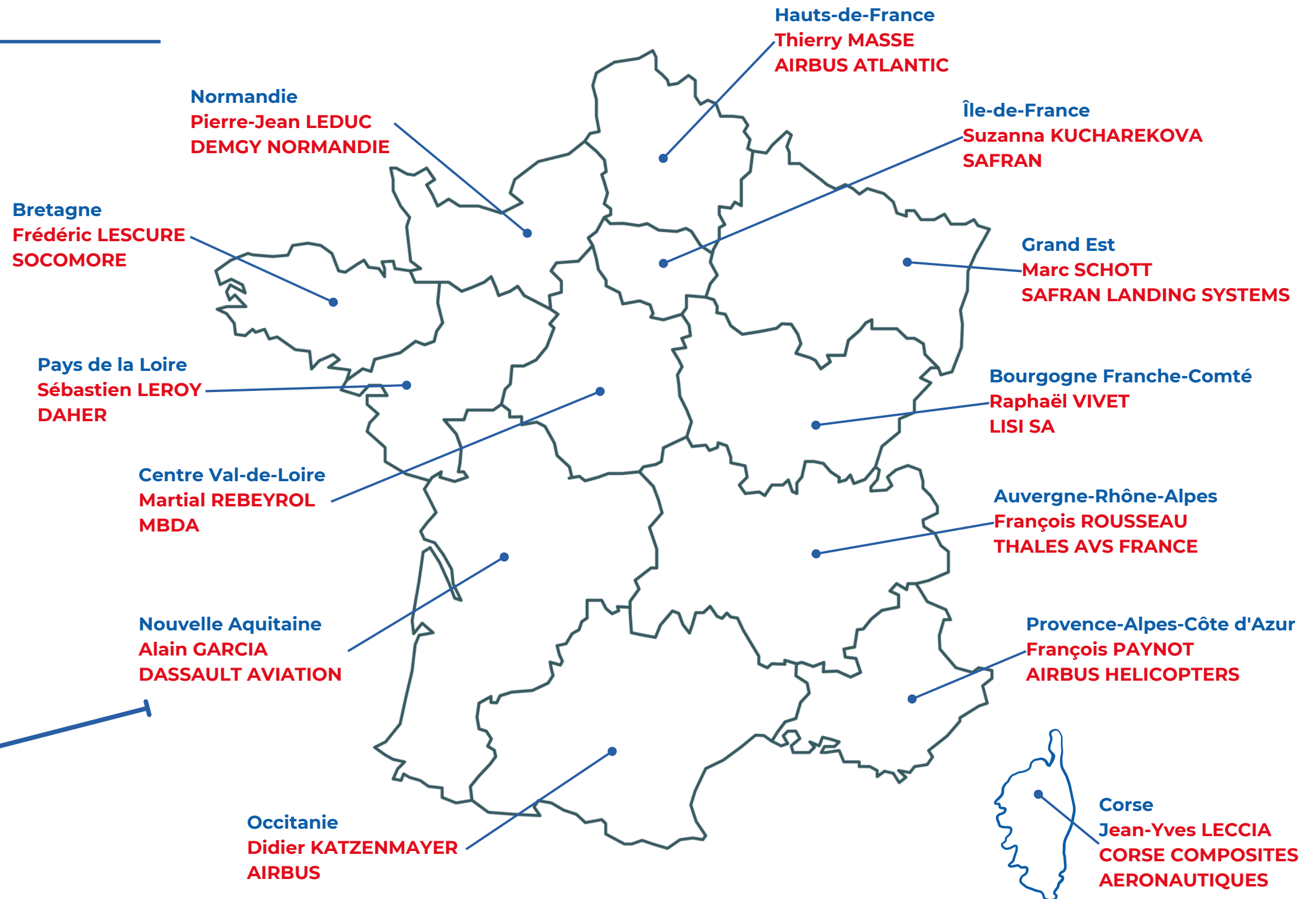
Adhérents, dont Pôles et Clusters en régions



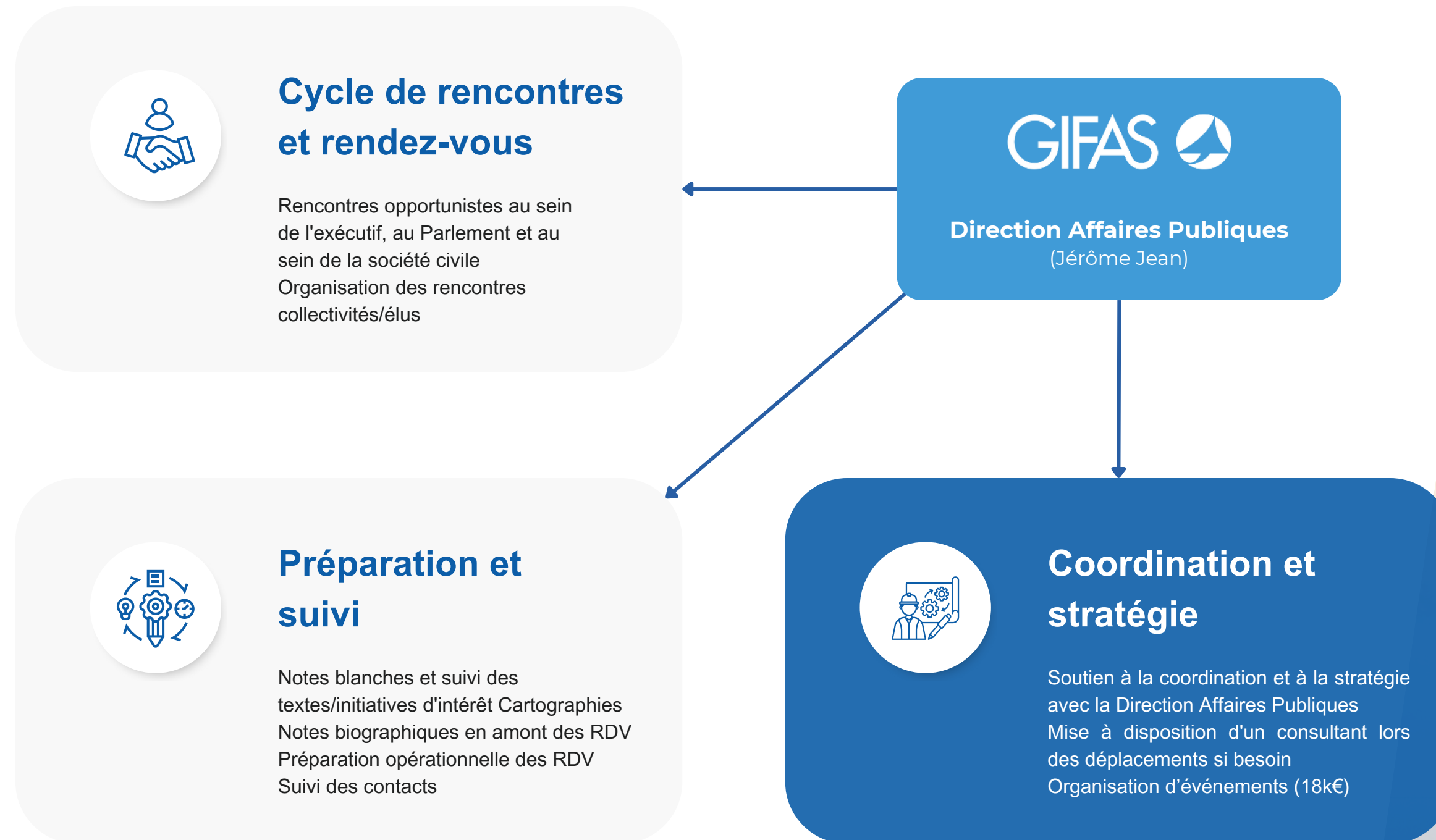
Porte-paroles en régions  
→ Interviews médias nationaux et locaux



Représentants GIFAS en régions  
→ relations institutionnelles



**Missions : relayer les actions et les messages de la filière dans l'écosystème local, remonter les initiatives locales et répondre aux demandes médias**



# AXE 2 – STRATÉGIE DE VISIBILITÉ MÉDIAS

## Objectif

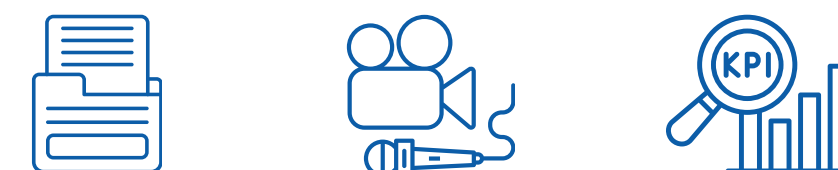
Positionner le GIFAS et ses adhérents comme acteurs clés de l'économie locale et de l'innovation

## Cibles

PQR / PQN  
Écosystème audiovisuel local, régional et national (TV et radio)

## Méthodologie

Production de kits EDL  
Media training des porte-paroles  
Prise de rdv médias + suivi KPI



**En s'appuyant sur les médias régionaux, le GIFAS donne une voix aux territoires et valorise l'écosystème aérospatial dans son ancrage local**

# EDL & PORTE-PAROLES



vae solis  
COMMUNICATIONS

Communication filière

H O P  
S C O  
T C H

Communication Attractivité



Kits territorialisés (fiches EDL filière et thématiques) + briefings réguliers



Media training de porte-paroles

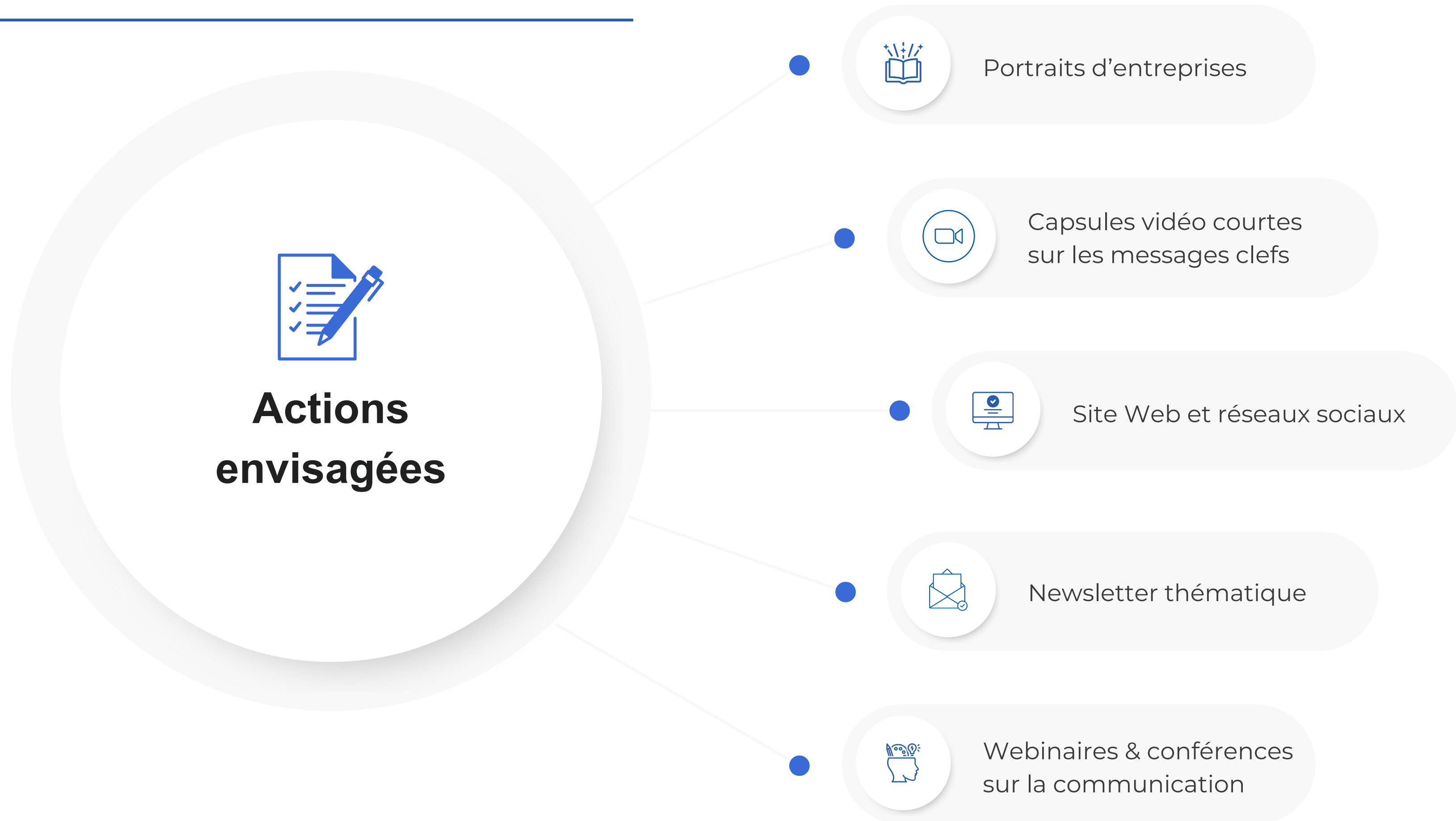


Interviews des porte-paroles en régions avec les médias nationaux et régionaux



Remontées terrain et suivi KPI par les dir. Communication et AP du GIFAS





Organisation et participation à des **événements clé**.

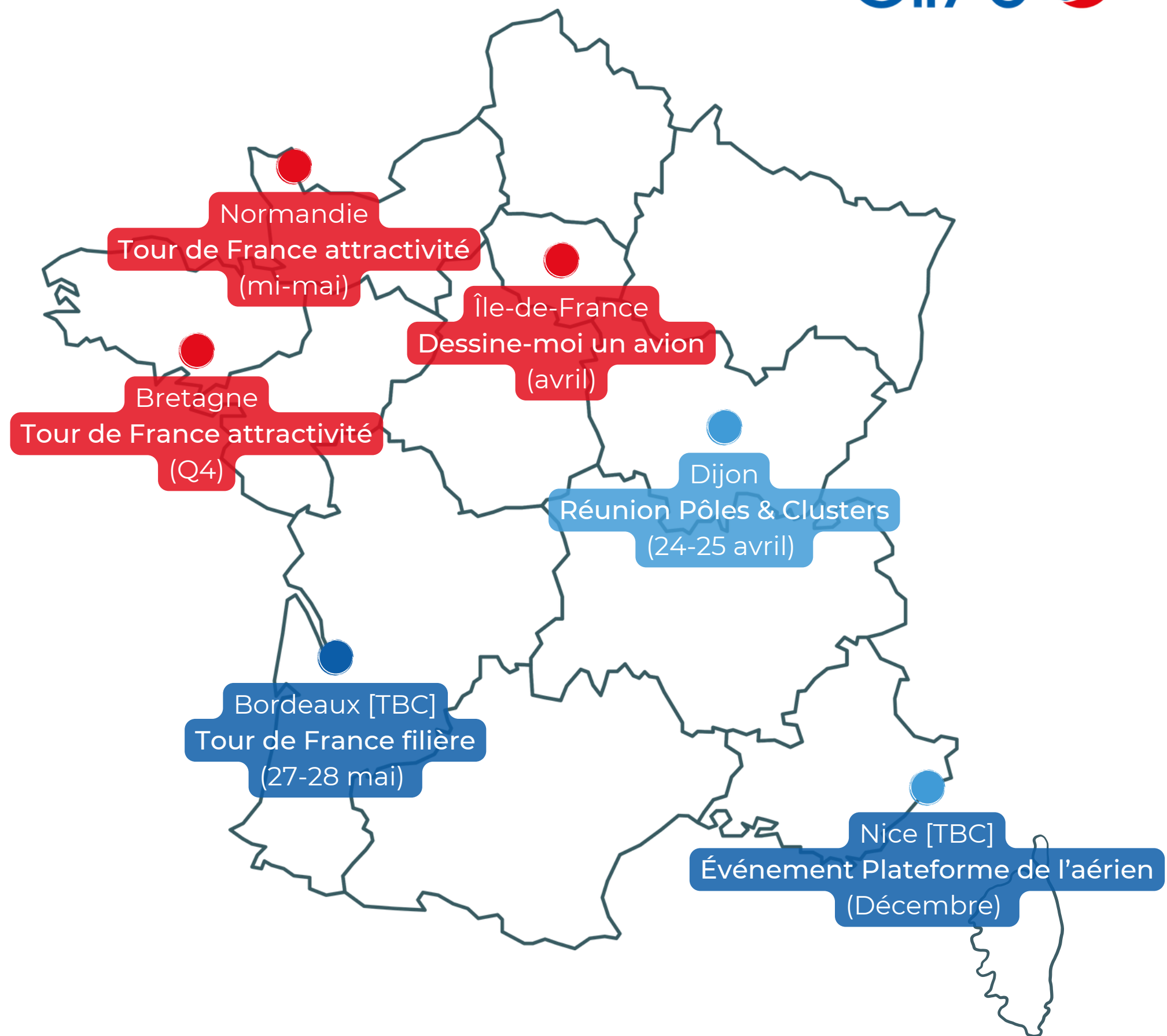
## ● Événements Filière :

- Tour de France en régions (banques et institutionnels : format dîner-VIP, demi-journée de conférence + visite en option)
- Salon du Bourget et ses initiatives (Avion des métiers...)
- Événements des Pôles et Clusters

## ● Recrutement et attractivité :

- Tour de France L'Aéro Recrute x 3
- Salons en régions, conférences et autres formats avec des médias comme La Tribune - Ex : Aéroforum Toulouse.

## ● Événements des Pôles et Clusters



# 4 FACTEURS CLÉ DE RÉUSSITE



## UN RÉSEAU DE PORTE-PAROLÉS ENGAGÉS

Identifier, outiller et animer un réseau d'ambassadeurs régionaux capables de porter la voix de la filière au plus près des territoires pour une stratégie AP et médias efficace.



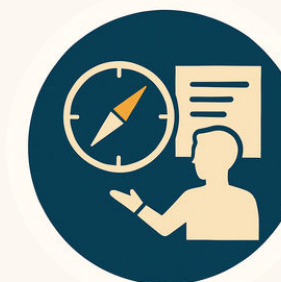
## FLUX STRATÉGIQUE LOCAL → NATIONAL EFFICACE

Organiser un circuit structuré et continu d'informations afin de nourrir la communication et valoriser la filière partout en France.



## VALORISATION 360 GIFAS ET MÉDIAS

Déployer une stratégie éditoriale intégrée GIFAS / médias. Chaque prise de parole s'inscrit dans une narration collective, cohérente et multi-supports.



## COHÉRENCE & SOUTIEN STRATÉGIQUE

Garantir l'alignement des messages avec l'appui des directions, prestataires et relais pour incarner une vision commune de l'industrie aéronautique et spatiale en régions.

# CONCLUSION

- UNE STRATÉGIE 360 DE TERRAIN ET ADAPTATIVE
- INCARNER & VALORISER LA FILIÈRE DANS CHAQUE RÉGION
- AFFIRMER LE RÔLE DE LA FILIÈRE POUR :
  - LA SOUVERAINETÉ INDUSTRIELLE
  - LA RECHERCHE ET L'INNOVATION
  - LA VIE LOCALE DANS LES TERRITOIRES

# QUESTIONS & RÉPONSES

GIFAS 