



JEUDI 9 NOVEMBRE 2017 • 18H30
Stade des Alpes • Grenoble

LANCEMENT D'UNE DÉMARCHE DE MARKETING TERRITORIAL

« Nous rendre plus attractifs vis-à-vis de l'extérieur et plus fiers de notre territoire grâce aux forces partagées de tous les acteurs. »

 GRENOBLE ALPES MÉTROPOLE

Vos contacts

François PEYRONNET
*Directeur Général Adjoint du
Développement et de l'attractivité*
francois.peyronnet@lametro.fr
Tél. 06 09 43 63 54

Fabienne TURPIN
Directrice Promotion Tourisme
fabienne.turpin@lametro.fr
Tél. 06 09 52 08 13

Gaëlle POUESSEL
*Responsable Marketing territorial
et promotion*
gaelle.pouessel@lametro.fr
Tél. 06 43 20 35 49

Programme

18H30

Accueil

› François CONSTANTIN, animateur

18H35

Introduction

› Christophe FERRARI, président de Grenoble-Alpes Métropole

18H45

Présentation des enjeux du marketing territorial et calendrier de la démarche

› Jean PINARD, cabinet Futourism

19H15

Table ronde sur l'attractivité de la région grenobloise avec :

- › Jean VAYLET, président de la CCI Grenoble
- › Yassine LAKHNECH, directeur exécutif de l'IDEX en charge de la valorisation de la recherche
- › Jacques REBOH, président des Brûleurs de Loups
- › MInge LINDER-GAILLARD, responsable des études et de la recherche de l'Ecole supérieure d'Art et Design de Grenoble
- › Éric PIOLLE, maire de Grenoble

19H40

Échanges avec la salle

20H

Conclusion

› Christophe FERRARI, président de Grenoble-Alpes Métropole

Apéritif

« L'attractivité d'un territoire commence par le courage qu'il a de se positionner de façon non consensuelle, en assumant une image juste, forte et particulière. »

LES ÉTAPES DE NOTRE DÉMARCHE

1

**Mobiliser
les acteurs**

2

**Établir
le diagnostic**

3

**Définir les choix
et objectifs**

4

**Dresser le plan
d'actions**

Prochains rendez-vous

DU 15 NOVEMBRE AU 15 DÉCEMBRE 2017

Quatre enquêtes en ligne à destination :

- › des entrepreneurs sur www.grenoble.cci.fr
- › des habitants sur www.lametro.fr
- › des étudiants sur www.univ-grenoble-alpes.fr
- › des touristes sur www.grenoble-tourisme.com

DE FIN NOVEMBRE 2017 À FIN JANVIER 2018,

des fabriques thématiques pour élaborer collectivement des briques de notre positionnement :

- › Attractivité économique
- › Attractivité touristique
- › Attractivité universitaire
- › Attractivité résidentielle
- › Événementiel, culture, sport
- › Innovation sociale, transport

EN AVRIL 2018, présentation des résultats des enquêtes et du diagnostic, ébauches du positionnement

EN SEPTEMBRE 2018, structuration du cadre d'organisation et de gouvernance, plateforme de marque et plan d'action.

« Une démarche ouverte, dans laquelle la marque est un moyen, où la finalité est de faire partager une culture et une identité collective et de permettre à chacun d'inventer sa propre pratique de la marque. »

Le territoire grenoblois en chiffres

**2^e ville française la plus attractive
pour les étudiants** - *L'étudiant Mag, 2017*

2^e métropole la plus attractive de France
dans la catégorie 500 000 à 1 million d'habitants

Baromètre Arthur Lloyd, 2017

3^e ville européenne de sa catégorie pour sa
stratégie d'attractivité vis-à-vis des investisseurs étrangers

Financial Times, 2016

23 500 chercheurs publics et privés

**5 grands instruments européens et 8 organismes de recherche nationaux
dont le CEA**, organisme de recherche le plus innovant - *Classement Reuters 2016*

5 pôles de compétitivité : Minalogic, Tenerrdis, LyonBiopole, Axelera, ViaMeca

2 scènes nationales : la MC2 et l'Hexagone

20 stations dans les massifs alpins à proximité immédiate
(dont 4 stations olympiques en 1968)

1 113 100 de nuitées touristiques marchandes en 2016
