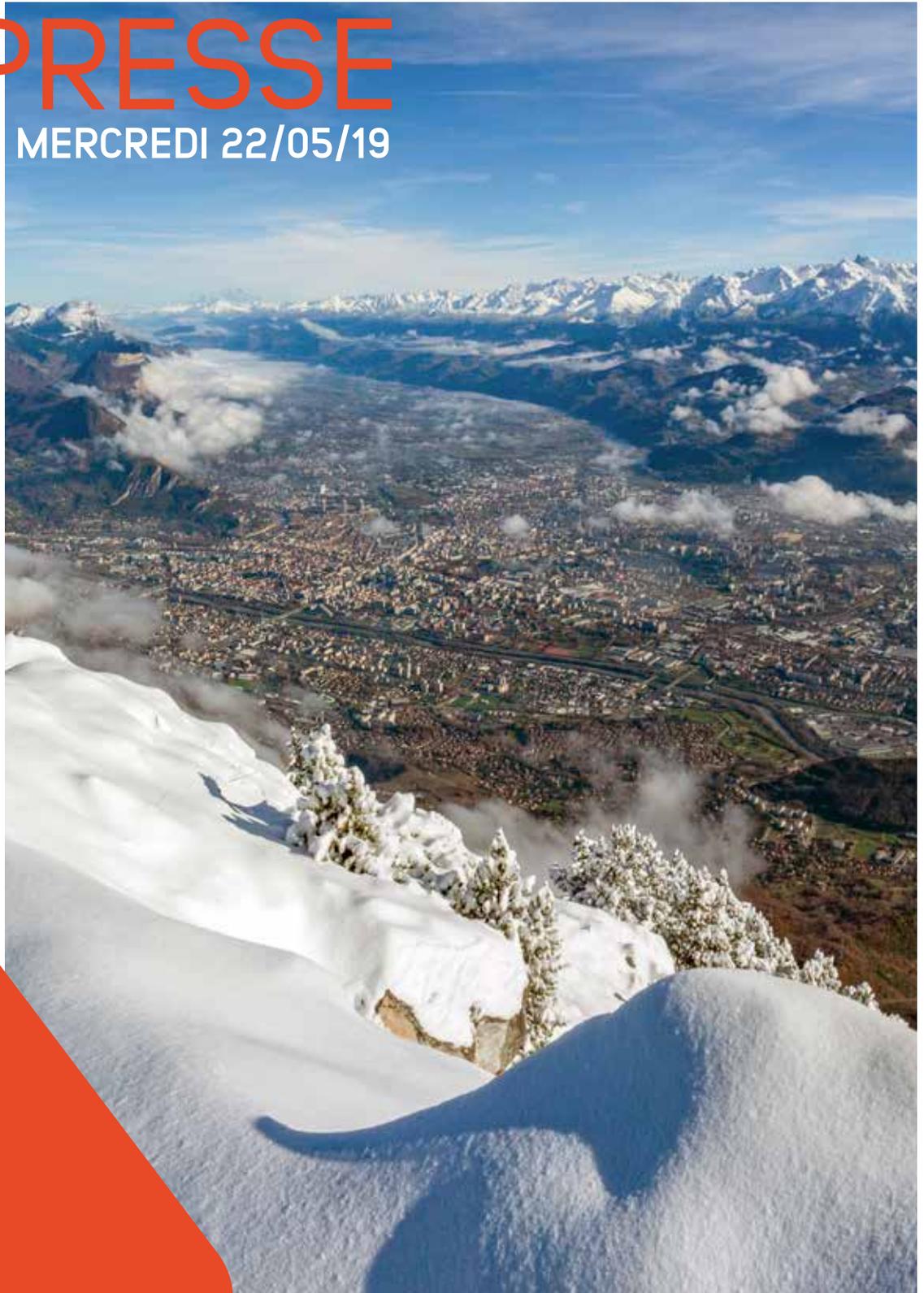




Grenoble
Alpes

DOSSIER DE PRESSE

MERCREDI 22/05/19





« GRENOBLE ALPES », UNE AMBITION PARTAGÉE

Grenoble, un écrin montagnard, le souvenir de Jeux Olympiques d'hiver, une métropole, et une réputation mondiale d'innovation sociale et technologique acquise tout au long du XX^e siècle.

Aujourd'hui, des habitants, des acteurs économiques, politiques, culturels, sportifs, associatifs... s'engagent pour donner une nouvelle impulsion à son image et parler d'une même voix pour être mieux entendus et porter un message commun.

Chacun à sa façon, chacun avec ses moyens, mais tous ensemble avec une bannière partagée.

Nous nous sommes rassemblés pour créer une marque forte que nous souhaitons désormais faire vivre.

La marque « Grenoble Alpes », c'est une ambition partagée par tous les acteurs du territoire. Qu'ils soient touristiques, économiques, culturels, institutionnels ou sportifs, son but est de les aider à se positionner avec plus d'impact à l'échelle nationale et internationale, parce que le territoire peut devenir une valeur ajoutée pour les usages professionnels ou personnels.

« Grenoble Alpes », c'est aussi un symbole d'unité et de fierté d'appartenir à ce territoire. Il a tissé des liens étroits entre tous, construit un positionnement pour avancer ensemble, pour le bien de tous ; avec l'idée simple qu'un message porté par la fierté locale est plus efficace.

Le collectif Grenoble Alpes



UNE DÉMARCHE COLLECTIVE DE VALORISATION DU TERRITOIRE

AMÉLIORER L'IMAGE ET LA NOTORIÉTÉ

Pour répondre à la « concurrence » entre les régions françaises et étrangères, attirer investisseurs, promoteurs, entreprises, universitaires, salariés, chercheurs, étudiants, touristes, porteurs de projets, etc., les acteurs publics et privés du territoire mènent des actions de promotion, notamment sur des manifestations professionnelles généralistes ou thématiques.

Pour être plus efficace dans la mise en récit du territoire et à la demande de nombreux acteurs locaux, la Métropole a initié démarche de marketing pour agir favorablement sur la valeur perçue de la région grenobloise et améliorer sa notoriété.

« Grenoble Alpes », c'est donc une stratégie d'attractivité globale (économique, académique, touristique...) pour et avec tous les habitants et partenaires publics et privés impliqués dans la compétitivité nationale et internationale du territoire, afin de rayonner, de progresser en termes de notoriété, d'image et de visibilité.

Cette stratégie se développe selon deux axes :

- **La valorisation de l'identité et de l'image interne** : affirmation de l'excellence du territoire en termes de qualité de vie et d'accueil, son hospitalité, sa capacité à garder des talents, des entreprises, etc.
- **Le rayonnement du territoire et son attractivité** : sa capacité à promouvoir son offre et à attirer, d'une manière ponctuelle ou permanente, des personnes, des événements, des entreprises ou des capitaux.

« Grenoble Alpes » est un moyen, un outil, pour faire partager une culture, un récit, une identité collective.

« Nous avons l'expérience de la compétition sportive, scientifique et entrepreneuriale mais nos réussites sectorielles ne suffisent pas à faire la réputation du territoire, longtemps cantonnée aux Jeux Olympiques. Ce qui m'a séduit dans l'initiative de la Métropole, c'est l'ambition de fédérer les acteurs d'horizons divers, afin de construire une fierté collective. C'est cet engagement privé, public, associatif et des habitants qui nous rendra encore plus performant. »

Jacques Reboh, Président de « Grenoble Alpes »



LA NÉCESSITÉ D'UNE DÉMARCHE PARTENARIALE

Des échanges d'expériences avec les agglomérations françaises comparables à Grenoble-Alpes Métropole (Strasbourg, Lyon, Toulouse, Montpellier, Le Mans, etc.) ont permis de constater la nécessité de partager cette stratégie et fédérer les acteurs de l'ensemble des secteurs concernés participant à l'attractivité de la métropole (secteur économique, public, touristique, universitaire, culturel, sportif...). La marque créée doit être acceptée et portée par l'ensemble des acteurs publics et privés jouant un rôle dans l'attractivité du territoire.



« GRENOBLE ALPES » : VOIR PLUS LOIN



Grenoble et sa région sont intimement liées aux montagnes qui l'entourent.

Les Alpes ont forgé le caractère de la région, de ses habitants, entre modestie et persévérance, admiration et créativité.

Cet environnement particulier a fait naître un esprit pionnier, à l'origine des valeurs que met en avant aujourd'hui Grenoble Alpes : **le progrès, le bien-vivre, le courage et l'ouverture.**

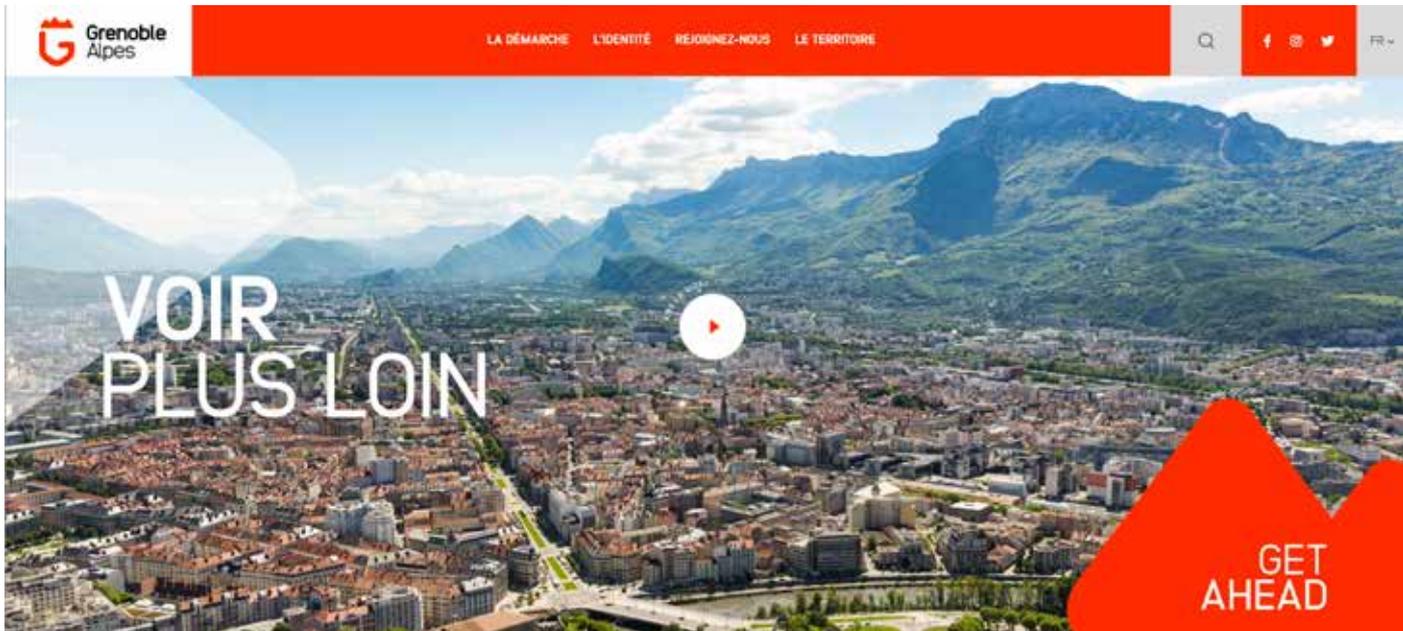
Ce caractère d'ambition, de dépassement, d'innovation dans tous les domaines a permis d'aboutir à « Voir plus loin » qui se peut se décliner dans différentes thématiques, et qui complète donc la définition du territoire « Grenoble Alpes ».

Sa traduction anglaise « Get Ahead » qui pourra être utilisée en dehors des frontières françaises reprend les initiales de « Grenoble Alpes ».

Le logo symbolisant un blason coiffé des massifs environnants, une charte graphique, des films, des visuels, des chiffres clés, un site web... donnent à Grenoble Alpes une identité, un style reconnaissable, des messages simples et mobilisateurs.

Ce positionnement partagé de l'esprit pionnier est un bien commun auquel chacun peut contribuer et dont chacun profite.





D'ABORD FAIRE CONNAÎTRE « GRENOBLE ALPES » SUR LE TERRITOIRE : CAMPAGNE DE LANCEMENT

Pour travailler sur l'image positive de Grenoble et faciliter l'appropriation de la marque, du logo, une campagne média et digitale est lancée jusqu'à l'été pour mobiliser le plus largement possible le grand public, et le sensibiliser à cette question d'attractivité du territoire grenoblois.

À partir du 22 mai, les habitants vont pouvoir découvrir « Grenoble Alpes » à travers une campagne d'affichage : du digital dans les tramways et à la gare de Grenoble, du Print sur les bus, aux arrêts de tramway et bus, et dans les médias locaux.

Un site web grenoblealpes.fr, des réseaux sociaux permettront aux personnes intéressées d'en savoir plus et de s'approprier « Grenoble Alpes », et, s'ils le souhaitent de rejoindre le collectif de « pionniers ».



4 VISUELS POUR « GRENOBLE ALPES »

• Le progrès

Berceau de l'innovation sociale et technologique Grenoble bénéficie internationalement d'une image de territoire d'innovation. Son écosystème basé sur un lien étroit entre l'université, la recherche et le monde de l'entreprise est reconnu bien au-delà des frontières nationales. Notre territoire cherche continuellement à inventer le monde de demain, adapté aux évolutions de la société.

Voir plus loin, pour innover sans s'arrêter !

• Le bien-vivre

L'harmonie entre l'homme et la nature De par sa situation géographique au cœur des montagnes, à Grenoble plus qu'ailleurs, le bien-être est étroitement lié à l'environnement. Modes doux de déplacement, énergies renouvelables, qualité de l'air, etc... les acteurs du territoire avancent dans la même direction pour préserver cet écrin naturel. Entre ville et montagnes, il est nécessaire d'œuvrer pour que les environnements alpin et urbain cohabitent ensemble durablement.

Voir plus loin pour mieux vivre ensemble !

• Le courage

L'envie de se dépasser et d'aller toujours plus haut

Ce sont sans doute les Alpes qui ont donné aux Grenoblois un esprit un peu rebelle, le goût de l'engagement, dans la Résistance, en faveur du progrès social, contre le réchauffement climatique... Sans cesse à la recherche de nouveaux challenges, de nouveaux défis à relever, Grenoble refuse le statu quo et agit pour aller toujours plus loin.

Voir plus loin pour atteindre les sommets !

• L'ouverture

Olympisme pour toujours

En 1968, Grenoble accueille les Jeux Olympiques et se retrouve dans les valeurs de partage, d'ouverture et tolérance qu'ils représentent. Grenoble est depuis toujours, au fil des vagues de migrations, une terre d'accueil. Faisant de la diversité une richesse, elle attire toujours aujourd'hui de nouveaux talents venus du monde entier.

Voir plus loin pour s'ouvrir au monde !





IMPLIQUER LE MAXIMUM D'ACTEURS DANS LA DÉMARCHE

RÉALISATION D'UN DIAGNOSTIC D'IMAGE

La démarche « Grenoble Alpes » a été officiellement engagée le 9 novembre 2017 lors d'un événement associant 150 partenaires économiques, universitaires, associatifs, sportifs ou encore culturels.

Par la suite, quatre enquêtes en ligne, totalisant 7 000 répondants, ont été réalisées auprès des habitants, étudiants, chefs d'entreprises et touristes sur l'image qu'ils avaient de leur territoire.

Il en est ressorti des enseignements contrastés : ainsi, si les habitants ont affirmé se plaire à vivre dans la région, mais ils ont en même temps une perception dégradée. Pour les chefs d'entreprises, l'image du territoire n'est pas à la hauteur de ses réussites. Les touristes, les étudiants, les nouveaux habitants ont une perception positive de Grenoble.

L'enquête a également révélé des tendances sociétales en phase avec l'ADN du territoire : lien étroit avec la nature, développement de nouveaux modèles économiques, innovation sociale, recherche de modération personnelle « moins mais mieux ».

C'est fort de ces enseignements que le positionnement stratégique a été défini avec l'ensemble des partenaires : l'esprit pionnier.



MISE EN PLACE D'UNE GOUVERNANCE COLLECTIVE

En souhaitant une démarche d'attractivité territoriale au bénéfice et de la responsabilité de tous, la Métropole grenobloise a impulsé une dynamique collective et coopérative.

Cette démarche d'attractivité étant partenariale, sa mise en œuvre à moyen et long terme nécessite une gouvernance collective avec une structuration souple et agile.

Depuis l'été 2018, une vingtaine de partenaires volontaires ont précisé les pistes d'actions et la nature de la gouvernance à instaurer pour conduire la démarche « Grenoble Alpes ». Une plateforme de marque a été développée pour traduire le positionnement « Grenoble Alpes, l'esprit pionnier » en termes de visuels et sémantique.

Le 18 décembre 2018, à la Belle Électrique à Grenoble, une gouvernance partagée a été installée et le code de marque a été présenté en avant-première à près de 250 partenaires. Christophe Ferrari, Président de Grenoble-Alpes-Métropole a confié la conduite de la démarche à Jacques Reboh, Président du club de hockey sur glace grenoblois, les Brûleurs de Loups.

LES CHIFFRES CLÉS

Les enquêtes ont été réalisées du 22 novembre au 17 décembre 2017.

- **7 000** réponses dont :
 - **600** entreprises
 - **4 400** habitants
 - **1 800** étudiants / **200** visiteurs
- **36 %** habitent à Grenoble
- **73 %** habitent la métropole
- **80 %** habitent dans la métropole depuis + 10 ans
- **46 %** y sont nés
- **52 %** des personnes qui se sont installées à Grenoble l'ont fait pour le travail



Sous sa présidence, un collectif d'acteurs travaille depuis à la structuration de la gouvernance, qui se concrétisera à la rentrée sous forme d'une association d'attractivité. L'objet de cette association sera de conduire des missions et actions d'intérêt général et collectif, visant à fédérer les acteurs du territoire de la région de Grenoble pour contribuer à son rayonnement, sa notoriété, son attractivité et son hospitalité.

En parallèle, un programme d'actions, articulé autour des quatre thématiques suivantes, est en cours d'élaboration :

- Le réseau des pionniers pour faire des habitants les premiers ambassadeurs du territoire
- La communication
- Des événements labellisés « Grenoble Alpes »
- L'attractivité internationale

LE COLLECTIF DE GOUVERNANCE « GRENOBLE ALPES »

AIR LIQUIDE	GRENOBLE-ALPES METROPOLE	OFFICE DU TOURISME GRENOBLE ALPES METROPOLE
ALPEXPO	INOVALLEE	SAMSE
ARAYMOND	LA CASEMATE, CENTRE DE CULTURE SCIENTIFIQUE TECHNIQUE ET INDUSTRIELLE	SCHNEIDER ELECTRIC
CEA GRENOBLE	LE CLUB HOTELIER	SPACE JUNK
CRÉDIT AGRICOLE SUD RHÔNE-ALPES	LES BRULEURS DE LOUPS	STMICROELECTRONICS
EDF – AGENCE UNE RIVIERE UN TERRITOIRE SUD-ISÈRE DRÔME	LES MUSICIENS DU LOUVRE DE GRENOBLE	UNION DES MÉTIERS ET DES INDUSTRIES DE L'HÔTELLERIE DE L'ISÈRE
ER2I INGENIERIE	MINALOGIC	UNIVERSITÉ GRENOBLE ALPES
FONDATION GLENAT	MINATEC	
FRENCH TECH IN THE ALPS		
GRENOBLE ECOLE DE MANAGEMENT		





FAIRE DES HABITANTS LES PREMIERS AMBASSADEURS : LE RÉSEAU DES PIONNIERS

Lorsqu'ils se déplacent ou lorsqu'ils accueillent, dans le cadre personnel ou professionnel, en privé ou sur les réseaux sociaux, les habitants sont les premiers ambassadeurs de Grenoble.

« Grenoble Alpes » est donc un outil destiné à tous ceux qui aiment ce territoire, se reconnaissent dans ses valeurs et souhaitent les mettre en avant. Particuliers, entreprises, institutions, associations, collectifs, etc... la démarche est ouverte à tous ceux qui ont envie de parler de Grenoble en positif.

Pour devenir pionnier « Grenoble Alpes » et ainsi membre du réseau d'acteurs mobilisés, il suffit de s'inscrire sur le site grenoblealpes.fr

C'est aujourd'hui l'enjeu : faire vivre « Grenoble Alpes » et recruter de nombreux pionniers, ambassadeurs, fiers de revendiquer leur vie au cœur des Alpes.

L'initiative tirera sa force du nombre et de l'implication des acteurs mobilisés.





LA COMMUNICATION, « GRENOBLE ALPES » : L'ÉNERGIE COLLECTIVE DU TERRITOIRE

En matière de communication, le collectif a fait le choix de travailler sur trois objectifs qui serviront la démarche et le but de l'association :

- Améliorer la réputation de Grenoble et construire un discours positif
- Faciliter l'appropriation de « Grenoble Alpes »
- Donner des outils aux pionniers « Grenoble Alpes ».

Le collectif entreprendra donc différentes initiatives pour répondre à ces objectifs. Des opérations de relations presse nationales, de stratégie digitale, d'animation de réseaux sociaux et professionnels, de travail sur l'e-réputation, seront déployées.

Le développement d'outils et la préparation d'argumentaires permettront aux pionniers de présenter au mieux le territoire.

« Grenoble Alpes » s'affichera également sur différents événements, par exemple ceux à direction du public étudiant à partir de la rentrée 2019 (UGA c'est party, Village GEM, etc.).





LES ÉVÉNEMENTS « GRENOBLE ALPES » ET L'ATTRACTIVITÉ INTERNATIONALE

Les événementiels sont des vecteurs d'image importants pour le rayonnement du territoire, de son identité, et de sa fierté.

Quelques événements fédérateurs, particulièrement porteurs des valeurs de la marque, seront « labellisés » Grenoble Alpes : le Grenoble Alpes Street Art Fest, le Festival de Géopolitique, les Rencontres du cinéma de montagne, l'UT4M, la Coupe Icare, etc.

De la même manière, en matière de présentation et de visibilité à l'international, d'accueil de délégations ou de visiteurs étrangers, des dispositifs d'action coordonnés seront proposés selon les différents publics : tourisme / loisirs, affaires/scientifiques, étudiants, actifs.





REJOINGEZ LA
COMMUNAUTÉ
DES PIONNIERS

grenoblealpes.fr



Grenoble
Alpes