



## Les territoires en quête d'attractivité

---

Présentation pour :

Vincent GOLLAIN,  
Economiste et marketeur territorial

**project:center**  
northern france the lille region

[www.marketing-territorial.org](http://www.marketing-territorial.org)

Lille, 22 octobre 2010



## Sommaire

---

- Comment définir le marketing territorial ?
- Quelques bonnes pratiques issues des démarches de marketing territorial
- La place du collectif

## 1. Comment définir le marketing territorial ?



## Marketing territorial ≠ Communication



## Le marketing des territoires

---



"Le marketing territorial est l'effort de valorisation des territoires à des marchés concurrentiels pour influencer, en leur faveur, le comportement de leurs publics par une offre dont la valeur perçue est durablement supérieure à celle des concurrents »

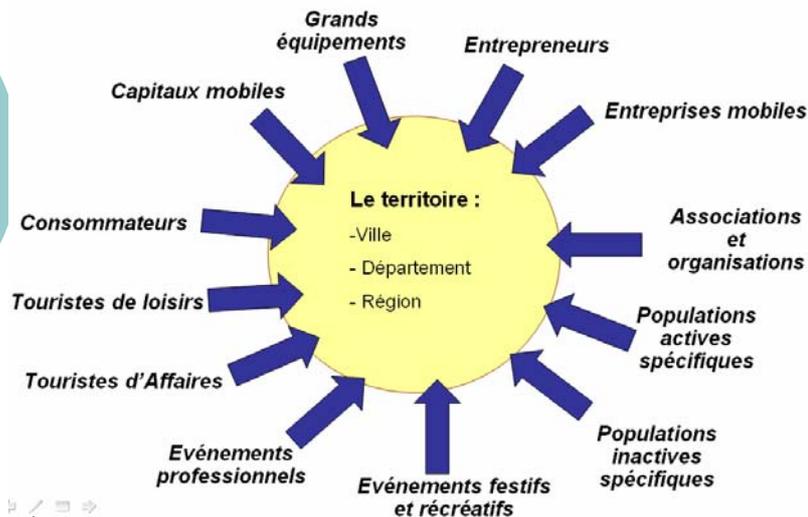
Source : auteur d'après le Mercator

---

## Enjeux concurrentiels, marketing et stratégies d'attractivité des territoires



## Attractivité du territoire : 12 marchés à enjeux pour les grandes agglomérations



## 2. Se différencier pour être visible et lisible. Quelques bonnes pratiques de marketing territorial



## Bâtir une offre attractive



## Offrir un lieu de services

*The Business Location Center (BLC) sets new standards in modern location marketing. This award-winning one-stop portal supports investors in settling in Berlin and Brandenburg, and helps companies in the region prepare for and engage in international trade.*

### The Business Location Center is

- A multimedia Berlin information system;
- A foreign trade portal for the Berlin economy;
- A showroom in the Ludwig Erhard House, the service and communication center of the Berlin economy;
- Showroom, Internet, mobile system and Intranet:  
All systems in variable combinations for supporting the consultancy and settlement process.



## Business Location Center

The business portal for the Berlin-Brandenburg capital region

**Berlin Partner**  
 Partner  
 Berlin-Brandenburg Capital  
 Business Location Center  
 Ludwigerstr. 10  
 10117 Berlin, Germany  
 Tel. +49 30 30822 0  
 Fax +49 30 30822 200  
 info@bllc.com  
 www.bllc.com  
 © October 2010



## Argumenter avec méthode sur ses atouts différenciants



← [www.paris-region.com](http://www.paris-region.com)



← [www.hubstart-paris.com](http://www.hubstart-paris.com)



↑  
[www.cdeif.org](http://www.cdeif.org)

## Se mettre en scène ...



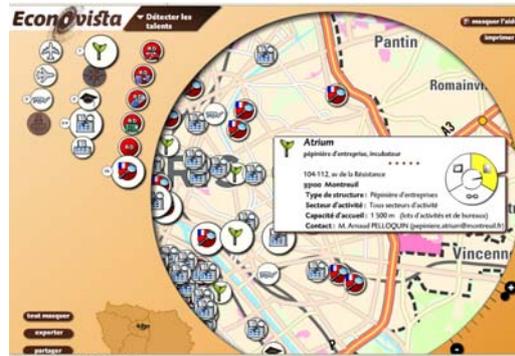
Stand de Novorossiysk, Région de Krasnodar, Russie, MIPIM 2010

## Valoriser les compétences locales

**Econovista**  
L'économie d'Ile-de-France à la carte

ECONOVISTA en bref :

- Vendre collectivement l'offre territoriale : 25 partenaires en Ile-de-France par la cartographie marketing
- Marque ombrelle
- 3 gammes de produits et services
  - Site Internet
  - Outils d'info : Blogs et newsletter
  - Carte papier



[www.econovista.com](http://www.econovista.com)

## Derrière les images, des stratégies de positionnement contrastées



## Démultiplier ses messages : Kit de com pour tous !

normal | large | Screen | Imprint |  All Categories

Hamburg - Vibrant Metropolis

HAMBURG Marketing GmbH

HOME HAMBURG BRAND ACTIVITIES MEDIA RELATIONS **MEDIASERVER** COMPANY

Download center  
 Overview  
 Photo database  
 Brochures, Flyer & more  
 Film database  
 Hamburg: The magazine...  
 Newsletter  
 The economy says "Ja zu Hamburg!"  
 Brand modules

**Welcome to the mediaserver at Hamburg Marketing GmbH!**  
 Hamburg Marketing GmbH's mediaserver makes available facts and media related to the Hamburg brand free of charge. Here you will find photos and pictures, videos, texts, presentations, publications and CD masters for the communications template for the Hamburg brand. These materials can be downloaded and are not intended for use for commercial purposes. The range is continually being expanded.

**Quickfinder**  
 Perform here your targeted research for photos, movies, brochures, texts, presentations, templates and other media at the MEDIA-SERVER:

Searchword (alt. Medienumber)  Topic   
 Media Type  Timeline

**Contact**  
 May-Lena Sigurd  
 e-mail contact  
 Phone +49 (0) 40 41 11 10 625

**Photo database**  
 Comprehensive database of copyright-free photos of motifs from Hamburg and

**Film database**  
 Database of films and videos on themes from Hamburg and the metropolitan region

**Texts, Brochures and more**  
 Database of facts, texts, fact sheets, presentations and tours in Hamburg and

## Attirer par le don !

**1CM²**  
 Amsterdam Metropolitan Area

amsterdam business

I've got 1cm²

I haven't got 1cm²

Find your 1cm² | Let 1cm² speak | Log in!

My 1cm²

**Kronenburg**  
 Kronenburg is a vibrant district of Amsterdam, offering a variety of real estate, lifestyle and business opportunities. The area is characterized by its rich history and modern amenities. The park has a long tradition of providing a green space for the residents of Kronenburg and is a popular spot for outdoor activities and events. From Europe, Seattle, and Los Angeles, you can now enjoy the beautiful views and green spaces of Kronenburg from your computer screen.

amsterdam business

**1CM²**  
 amsterdam business

## Guérilla marketing à Zeeland, Michigan



[www.feelthezeel.com](http://www.feelthezeel.com)

## La boîte à outils du marketing : le jeu des 9 familles



Source : Guide du marketing territorial, janv. 2010

### 3. : L'action collective



### Only Lyon : la force de la marque au service de la notoriété et du ...



### ... Marketing filière

The screenshot displays the ONLYLYON website interface. On the left is a vertical navigation bar with the ONLYLYON logo and the text 'PLAN DU SITE'. The main content area includes several sections: 'ESPACE PRESSE' with 'ACTUALITÉS' and 'LA MÉTROPOLÉ IDÉALE' (with sub-heading 'DÉMARCHE ONLYLYON' and 'AMBASSADEURS ONLYLYON'); 'PRÊTS À RÉPONDER À VOS BESOINS' with a list of services; 'ACTUALITÉS' with news items; and 'VIDÉO ONLYLYON EN 3' with a video player. A large image on the right shows a modern transport system with the text 'Aérotramative' and 'Lyon invente les systèmes de transports de demain'. The ONLYLYON logo is visible in the bottom right corner of the screenshot.

## HUBSTART PARIS® : Plus de 20 acteurs unis pour l'attractivité du Grand Roissy



## HubstartParis® → Le Ciblage des clients

ACCÉLÉRATEUR DE RÉUSSITE

- Aéronautique
- Services aéroportuaires
- Logistique - Fret
- Sécurité-Sûreté
- Tourisme et événements professionnels
- Eco-activités

6 Filières

- **4 fonctions clés** : centres de formation linguistiques, Centres de formation internes aux entreprises, R&I et Show-Room
- **1 activité spécifique** : les investisseurs immobiliers et d'infrastructures.



- une marque ;
- un réseau de développement public/privé ;
- un positionnement : le réseau est un assemblage des offres de services existantes ;
- une évolution progressive des services.
- un site Internet : [www.audacity-saintnazaire.fr/](http://www.audacity-saintnazaire.fr/)
- une thématique annuelle – 2010/2011 : l'innovation
- Des ambassadeurs : les 14 membres fondateurs et de nombreux autres acteurs.

## Conclusion – Les facteurs clés de réussite du Project Center



- Relation client
  - Excellente articulation avec les autres acteurs de l'attractivité
  - Intégration dans la chaîne de valeur de « vente » du territoire
- Centre de compétence marketing
  - Création collective d'arguments de promotion
  - Reprise des arguments par les partenaires = démultiplication / clients

## Merci de votre attention



Contact:

Vincent GOLLAIN

Economiste & marketeur

Membre du BE de CAP DIGITAL

[vgollain@hotmail.fr](mailto:vgollain@hotmail.fr)

[www.marketing-territorial.org](http://www.marketing-territorial.org)

