Club des Ambassadeurs d'Alsace

5 ans au service de la promotion économique de la région

Créé en 2008 à l'initiative de l'ADIRA –Agence de développement économique du Bas-Rhin–, le Club des Ambassadeurs d'Alsace est le réseau des Alsaciens d'origine et de cœur au service de la promotion économique de la région. Il compte plus de 2 000 membres (chercheurs, entrepreneurs, investisseurs, cadres, étudiants, employés, artisans, artistes…) à travers 45 pays. L'adhésion, gratuite, se fait en ligne : www.ambassadeurs-alsace.com

Le Club des Ambassadeurs d'Alsace fêtera son 5ème anniversaire, le 4 juillet 2013, à l'Hôtel de Ville d'Obernai, en présence de 150 élus, partenaires et chefs d'entreprise alsaciens.

3ème région de France en termes de densité de population

1,8 million d'habitants

Accès à plus de 300 millions de consommateurs
dans un rayon de 900 km

Sommaire

1) L'histoire du réseau des Ambassadeurs d'Alsace ..... p. 4

2008 : Une idée fleurissante ..... p. 4

2009 : Une communauté nouvelle d'Alsaciens et Amis de l'Alsace ..... p. 5

2010 : Un site 2.0, une application mobile et des soirées de réseautage ..... p. 6

2011 : Une stratégie internationale ..... p. 7

2012 : Une année record ..... p. 8

2013 : Une démarche renforcée ..... p. 10

2) La stratégie ..... p. 11

3) Les outils ..... p. 12

Le site du Club ..... p. xx

Les réseaux sociaux ..... p. xx

La newsletter ..... p. xx

Les Matinales ..... p. xx

Les Galas ..... p. xx

Les Afterworks ..... p. xx

La démarche « Investissez l'Alsace » ..... p. xx

L'ABCDaire Numérique d'Alsace ..... p. xx

4) Les retombées ..... p. 15

L'histoire du réseau des Ambassadeurs d'Alsace

2008 : Une idée fleurissante

1 poignée d'Alsaciens

1 nouveau réseau d'affaires

Etre une région riche d'un patrimoine économique, universitaire ou culturel de premier plan ne suffit plus, à l'heure où les **territoires sont en compétition à l'échelle mondiale** pour attirer les emplois, les richesses, les compétences et les entreprises. Si la compétition se joue sur la qualité de la ressource humaine, des infrastructures, de l'innovation ou de la vie, **elle se fonde de plus en plus sur l'image, sur la capacité à se distinguer pour être repérée par les décideurs**. C'est ainsi qu'ont été créé les premiers Clubs d'Ambassadeurs en France et à l'étranger, le Club des Ambassadeurs d'Alsace étant le premier à s'être constitué de façon informelle en misant dès le départ sur les **réseaux sociaux**.

Bien que plus petite région de France métropolitaine, l'Alsace est une région internationale avec un véritable centre de pouvoir économique. L'intérêt du Club des Ambassadeurs d'Alsace est donc de **mieux communiquer sur la dynamique alsacienne**, la qualité de son territoire et de ses acteurs économiques dans le reste de la France et à l'étranger.

Fondé par **Vincent Froehlicher**, Directeur général de l'ADIRA, et **Monique Jung**, Vice-présidente du Conseil Régional d'Alsace et Directrice adjointe de l'ADIRA, le Club des Ambassadeurs d'Alsace a été officiellement **lancé le 4 juillet 2008 lors de l'inauguration de 40 000 m² de plateforme logistique** construite par LCR, membre fondateur du Club, sur le Port Autonome de Strasbourg.

Au départ de cette initiative, se trouvent l'ADIRA (Agence de développement économique du Bas-Rhin) et le Cahr (Agence de développement économique du Haut-Rhin), en partenariat étroit avec la Maison de l'Alsace à Paris, un groupe d'entreprises, d'écoles et d'universités, ainsi que de nombreuses collectivités locales, qui se sont réunies dans un contexte de concurrence exacerbée entre les territoires européens pour **renforcer l'image de l'Alsace** et **attirer les investissements internationaux**.

2009 : Une communauté nouvelle d'Alsaciens et Amis de l'Alsace

385 Ambassadeurs

3 opportunités d'affaires détectées

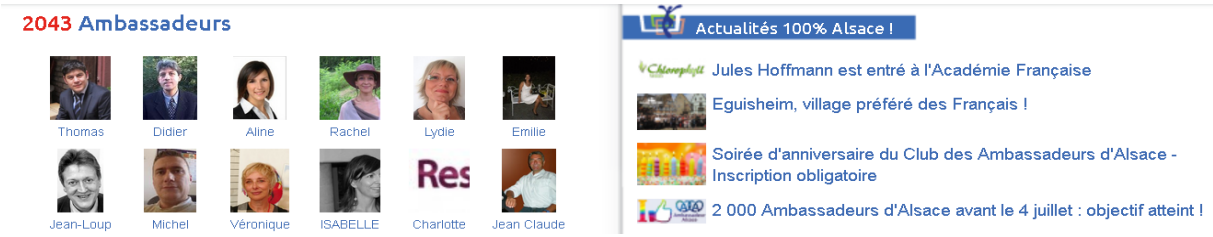
Le réseau des Ambassadeurs d'Alsace regroupe des **acteurs influents contribuant déjà dans leurs activités au rayonnement de la région** afin de les impliquer dans la promotion nationale et internationale du territoire.

En 5 ans, le réseau des Ambassadeurs d'Alsace est passé de 400 à 2 100 membres, une communauté de plus en plus mobilisée et fédérée comme en témoigne l'augmentation de la détection, par des Ambassadeurs, de projets de création, de développement et d'implantation d'activités économiques sur le territoire.

Réunis au sein du Club des Ambassadeurs, ces 400 professionnels alsaciens et amis de l'Alsace ont lancé, en 2008, une **nouvelle signature économique**, symbole de l'ambition de la région et de la capitale européenne d'affirmer leurs spécificités, leurs atouts et leur capacité à accueillir des activités nouvelles, qui permettent de **répondre aux enjeux économiques de demain**.

Les Ambassadeurs d'Alsace ont pour missions de :

- ***Susciter*** *des implantations.*
- ***Défendre*** *les activités existantes.*
- ***Faciliter*** *le recrutement.*
- ***Promouvoir*** *le « made in Alsace » en tant que label de qualité.*
- ***Balayer*** *les préjugés courants.*
- ***Contribuer*** *au rayonnement économique, scientifique et culturel de l'Alsace.*



2010 : Un site 2.0, une application mobile et des soirées de réseautage

782 Ambassadeurs

7 opportunités d'affaires détectées

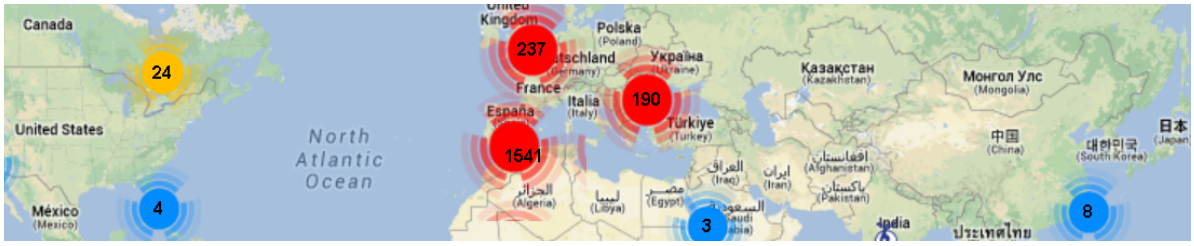
Depuis février 2010, le Club des Ambassadeurs d'Alsace organise régulièrement de **grandes rencontres réunissant 50 à 350 professionnels** à Strasbourg, Mulhouse et Paris.

Ces événements ont pour objectif de promouvoir les attraits de la région, les innovations des entreprises alsaciennes ou encore les bonnes initiatives des Ambassadeurs, et de **faciliter leur mise en réseau** lors de cocktails dînatoires.

Le **1er Gala des Ambassadeurs d'Alsace** a réunis 260 personnes (professionnels, politiques et presse) le 4 février 2010 au Musée Würth d'Erstein, dans le Bas-Rhin, pour promouvoir le nouveau site communautaire, dit « 2.0 », du Club et présenter une sélection d'acteurs du dynamisme économique régional. Le **2ème Gala des Ambassadeurs d'Alsace** a réunis 320 personnes le 24 juin 2010 à la Cité du Train de Mulhouse, dans le Haut-Rhin, pour promouvoir le lancement de l'application iPhone du Club et présenter une sélection de jeunes entrepreneurs alsaciens de moins de trente ans.

Cette année-là, plusieurs **Matinales « Investissez l'Alsace »** ont été organisées à la Maison de l'Alsace à Paris, sur les Champs-Elysées, permettant à des entrepreneurs alsaciens, sélectionnés en fonction d'une filière ou d'un secteur d'activité, de présenter leurs projets à de grands financeurs autour d'un petit-déjeuner.

Enfin, une **enquête sur l'image économique de l'Alsace** à laquelle 1 119 personnes ont participé d'août à octobre a permis de sensibiliser les Alsaciens aux problématiques de promotion territoriale et de développement économique. La restitution des résultats s'est déroulée le 7 décembre 2010 au Vaisseau, à Strasbourg, en présence d'une centaine d'Ambassadeurs et d'élus.



2011 : Une stratégie internationale

1 369 Ambassadeurs

24 opportunités d'affaires détectées

Pour illustrer sa volonté d'établir une **stratégie de rayonnement à l'international**, le Club a misé sur l'humain, en lançant chaque été des **portraits d'Ambassadeurs**. Grâce à ces témoignages, l'image de la région est mise en avant à travers la relation particulière que chacun noue avec elle. Les atouts de l'Alsace sont alors enrichis de touches personnelles : les raisons pour lesquelles les Alsaciens, y compris d'adoption, restent attachés à leur région d'origine ou de cœur.

60 portraits ont déjà été mis en ligne. Ceux de l'été 2013 seront consacrés aux **Jeunes Ambassadeurs d'Alsace**, des étudiants du monde entier venus faire leur master dans les grandes écoles de l'agglomération strasbourgeoise, telles que l'ENA, Science Po, l'Ecole de Management, l'Ecole d'Architecture, etc. (voir p. **9** pour plus d'informations sur l'association des Jeunes Ambassadeurs d'Alsace).

Le Club a également profité de son rapprochement avec l'**Union Internationale des Alsaciens** pour organiser son **1er Gala des Ambassadeurs à l'étranger** le 12 septembre 2011 à la Villa Bonn de Francfort. Plus de 80 personnes issues des milieux d'affaires franco-allemands ont découvert les Grands Projets de l'Alsace (Economie, TGV, Université, Marque Alsace, Pôles de compétitivité, Recherche et Innovation), présentés par André Reichardt, *1er Vice-président du Conseil Régional d'Alsace*, André Reboul, *Chef de projet du TGV Rhin-Rhône*, et Alain Beretz, *Président de l'Université de Strasbourg*. Le succès de cette soirée de promotion de l'Alsace a conduit le Club à organiser par la suite un Gala à New York, en 2012, et un Gala à Bruxelles, prévu pour septembre 2013.

2012 : Une année record

1 855 Ambassadeurs

32 opportunités d'affaires détectées

L'année 2012 a été marquée par le lancement de **nouveaux outils de promotion et de valorisation** de la région. Un programme, riche en projets, a été mis en place, et tous les objectifs fixés par le Club ont pu être atteints voire dépassés, signe de la croissance continue **de l'attractivité de l'Alsace et de l'influence de la démarche des Ambassadeurs**.

En mars, un **nouvel univers de communication** a été lancé par la Région avec la création d'une marque territoriale. Un effet positif immédiat s'en est fait ressentir pour le Club des Ambassadeurs, qui s'est alors trouvé enrichi des valeurs que comportent le code de **marque partagée Alsace**. Ce territoire de communication a donné lieu à de nouvelles actions de promotion fortes dans la région, à Paris et dans le monde.

Après un premier essai à Francfort en 2011, la **visibilité internationale du Club des Ambassadeurs d'Alsace** a été accentuée par l'organisation d'un **Gala au Consulat de France à New York**, en présence du Consul général Philippe Lalliot. Plusieurs personnalités politiques, économiques, scientifiques et culturelles, telles que Monique Jung, *Vice-présidente du Conseil Régional d'Alsace et Directrice adjointe de l'ADIRA*, Olivier Eck, *Directeur des opérations d'Alsace International*, Robert Abrams, *Président du groupe américain Capitol dont le siège européen se situe en Alsace*, Bernard Kuentz, *Directeur de la Maison de l'Alsace à Paris*, Régis Bello, *Président de la Fondation Université de Strasbourg*, Gérard Staedel, *Président de l'Union Internationale des Alsaciens,* et Thierry Kranzer, *Président de l'Union Alsacienne de New York*, y ont fait la promotion de l'Alsace devant une centaine d'invités, issus des milieux d'affaires américains, qui ont été séduits par le dynamisme et la créativité de la région.

La dynamique du Club a aussi été consolidée au niveau local grâce aux Afterworks des Ambassadeurs, organisés sur l'initiative bénévole de deux Ambassadeurs d'Alsace, Kathia Teyssier, *Attachée de presse et ancienne Animatrice de la chaîne Paris Première*, et Nicolas Rieffel, *1er candidat Alsacien a avoir participé à l'émission phare de TF1 « Masterchef » en 2010*, qui réunissent chaque mois dans différents restaurants de la région une cinquantaine d'Ambassadeurs autour d'une personnalité alsacienne.

Côté **web**, **le Club des Ambassadeurs d'Alsace s'est pleinement investi sur les réseaux sociaux**, faisant passer sa communauté **facebook** de 900 à 1 700 fans (2 102 au 4 juillet 2013), composée à 27 % de 35-44 ans, à 26,5 % de 25-34 ans et à 20 % de 45-54 ans. Par ordre décroissant, la grande majorité des personnes aimant la page du Club vivent à Strasbourg, Paris, Mulhouse, Colmar, Haguenau, Lyon et Sélestat. Environ 5 % des fans vivent à l'étranger. Les posts publiés peuvent toucher jusqu'à près de 10 000 personnes. Le Club des Ambassadeurs d'Alsace a également doublé son réseau **twitter** avec 870 followers (1 251 au 4 juillet 2013).

Pour la première fois, le Club s'est engagé dans l'inventaire des atouts objectifs que peut présenter le territoire pour un investisseur, un chef d'entreprise, un cadre supérieur ou un étudiant. La démarche a abouti sur l'édition d'un recueil de plus de 300 attraits de l'Alsace classés de A à Z et répartis en 6 rubriques : *Economie*, *Innovation*, *Infrastructure*, *Université*, *Développement durable* et *Qualité de vie*. **Edité à 10 000 exemplaires, l'« ABCDaire d'Alsace » a été distribué dans des lieux ciblés, fréquentés par des hommes d'affaires,** tels que la Chambre de Commerce et d'Industrie d'Alsace ou le salon Business de la Gare de Strasbourg, ainsi qu'à l'occasion d'événements VIP, tels que l'accueil, par la Maison de l'Alsace à Paris, de **Miss France 2012, l'Alsacienne Delphine Wespiser**, chez Angelina, rue de Rivoli.

Enfin, le Club a pris en charge **l'animation de l'Association des Jeunes Ambassadeurs d'Alsace**, créée il y a 9 ans par Vincent Froehlicher, Directeur général de l'ADIRA, et présidée par Jean-Louis Hoerlé, Président de la CCI d'Alsace. Les "Jeunes Ambassadeurs d'Alsace" sont des étudiants étrangers en master dans des grandes écoles et instituts universitaires strasbourgeois (l'Ecole de Management, l'Institut d'Etudes Politiques, l'INSA, l'ENGEES, l'ENSAS, l'ITIRI, l'ENA, l'Alliance Française, l'ECPM, l'ENSPS et l'ENSIIE), parrainés par des responsables d'entreprises et d'organisations publiques. L'association a pour objectif de constituer un réseau international d'amitié avec l'Alsace et de promouvoir la région dans le pays d'origine des « Jeunes Ambassadeurs ».

☙ 2013 : Une démarche renforcée

En 2013, **fort d'une nouvelle dynamique qui a permis au réseau d'atteindre une maturité certaine**, les membres fondateurs du Club des Ambassadeurs d'Alsace ont souhaité passer un nouveau cap en se recentrant sur un territoire de communication homogène et pérenne faisant écho au **positionnement marketing de la marque partagée Alsace**.

Pour assoir le succès de la démarche des Ambassadeurs, développer davantage la notoriété de la région et détecter de plus nombreuses opportunités d'affaires, 3 axes stratégiques ont été déterminés :

- **Renforcer la communication auprès d'une cible business**
- **Se rapprocher du positionnement marketing de la marque partagée Alsace**
- **Développer les actions lancées en 2012**

Concrètement, cela s'est traduit par :

- la mise en avant de la **rubrique « vous avez un projet ? »** sur le site internet du Club des Ambassadeurs d'Alsace (www.ambassadeurs-alsace.com),
- le relai de la **campagne « Investissez l'Alsace »** (www.investissez-alsace.com) initiée par l'ADIRA,
- le lancement de **l'ABCDaire Numérique d'Alsace** (www.abc-alsace.com),
- l'édition d'un **mini ABCDaire papier**,
- la création d'une catégorie d'**Ambassadeurs « Meet in Alsace »** pour la promotion de la région en tant que terre d'accueil d'événements professionnels (séminaires, colloques, conventions, etc.)
- l'organisation d'une **soirée spéciale pour célébrer le 5ème anniversaire du Club**, le 4 juillet 2013, permettant de rappeler les missions, les actions et les résultats du Club,
- la réalisation d'une **vidéo de promotion du Club des Ambassadeurs d'Alsace**, diffusée pour la première fois lors de la soirée anniversaire du 4 juillet
- la création d'un **dépliant « Etre Ambassadeur d'Alsace, c'est… »** (téléchargeable sur le site des Ambassadeurs à partir du 4 juillet),
- l'organisation d'un **3ème Gala international des Ambassadeurs d'Alsace**, prévu pour fin septembre à l'Ambassade de France de Bruxelles,
- la préparation du **10ème anniversaire de l'association des Jeunes Ambassadeurs d'Alsace**.

La stratégie

Lors de la création du Club, l'ADIRA et ses partenaires composés d'institutionnels, de chefs d'entreprise et d'associations, ont définis les **10 grands axes de communication d'un territoire « rayonnant »**, qui servent depuis de ligne éditoriale.

Nos grandes cibles sont les TIC et Arts créatifs, les Greentechs, les MedTechs, la Logistique fine, les services professionnels liés à l'Agroalimentaire, les Technologies environnementales, la sous-traitance, les transports, l'électronique et l'immobilier.

Pour encadrer les actions de ses membres, **le réseau a définit le rôle et les missions des Ambassadeurs d'Alsace**, et a rédigé une charte à laquelle tous les membres du Club doivent adhérer.

Enfin, notre stratégie s'inscrit dans le Schéma Régional de Développement Economique « attractivité Alsace », la Stratégie Eco 2020, le 9e chapitres des 11 points de la Stratégie de développement touristique Alsace, ainsi que de la Stratégie globale et partagée des collectivités alsaciennes. En 2011, **l'ouverture internationale du réseau** s'est intensifiée avec la mise en place d'un partenariat fort avec l'Union Internationale des Alsaciens.

L'avenir du Club se situe dans la dynamique lancée par les collectivités alsaciennes autour du projet de marque partagée Alsace, qui vise à fédérer les acteurs, leur donner plus de moyens, « envahir » les réseaux sociaux (1 million d' « alsanautes »), etc. Le Club des Ambassadeurs d'Alsace a ainsi vocation à devenir **une partie intégrante et stratégique de la nouvelle promotion économique, hyper-connectée, de l'Alsace**.

Les outils

Le site du Club

Le site internet du Club des Ambassadeurs (www.ambassadeurs-alsace.com) diffuse des **« bonnes nouvelles »** : des actualités sur l'attractivité de la région, les talents, l'économie et l'innovation en Alsace.

On y retrouve la **Charte** à laquelle tous les Ambassadeurs doivent adhérer, le formulaire d'inscription au Club, ainsi que l'**annuaire** qui permet de classer les Ambassadeurs par profession, secteur d'activité, ville ou pays. Par défaut, ils sont classés par ordre alphabétique ou date d'inscription.

Les fonctionnalités du site se retrouvent sur **l'application iPhone du Club**, à télécharger gratuitement sur l'iTunes Store.

Les réseaux sociaux

- **Facebook** (www.facebook.com/AmbassadeursAlsace, 2 102 likes) et **twitter** (@AmbAlsace, 1 251 followers) pour les « bonnes nouvelles » d'Alsace et les actualités du Club
- **Youtube** (www.youtube.com/user/clubdesambassadeurs) et **Vimeo** (http://vimeo.com/user9222829) pour les vidéos du Club
- **Slideshare** (http://fr.slideshare.net/AmbAlsace) pour les documents à télécharger
- **Flickr** (www.flickr.com/people/ambassadeurs-alsace) pour les albums photos

La newsletter

Une **newsletter mensuelle** reprenant les meilleures actualités du mois est envoyée à **2 365 abonnés**.

☙ Les Matinales « Investissez l'Alsace »

L'ADIRA et plusieurs partenaires proposent **aux entrepreneurs alsaciens en recherche de financement haut de bilan de les présenter à une sélection d'investisseurs sur Paris-Région parisienne** à l'occasion de "matinales Investissez l'Alsace" chez Bernard Kuentz à la Maison de l'Alsace à Paris.

Témoignage reçu d'un patron de start-up d'Illkirch-Graffenstaden : "Je dois dire que la démarche de regrouper des fonds sur Paris, où se logent la plupart d'entre eux, et de leur faire des présentations par lots, est vraiment une excellente idée, d'autant que pour l'essentiel nous ne les connaissons pas. C'est aussi un bon moyen d'être sur leur radar, ce qui un jour ou l'autre peut avoir son utilité. D'ailleurs deux parmi ceux qui étaient présents, nous ont déjà relancé pour poursuivre les contacts"

N'hésitez pas à contacter Monique Jung à l'ADIRA : monique.jung@adira.com

☙ Les Galas

Les Galas des Ambassadeurs d'Alsace ont pour objectif de promouvoir les attraits de la région, les innovations des entreprises alsaciennes ou encore les bonnes initiatives des membres, et de **faciliter leur mise en réseau** lors de cocktails dînatoires. Le Club en a organisé 5 à Strasbourg, Mulhouse, Paris, Francfort et New York. Le prochain aura lieu à Bruxelles en septembre 2013.

☙ Les Afterwork

Les Afterwork des Ambassadeurs d'Alsace réunissent une cinquantaine de membres autour d'un **« Ambassadeur du Mois »** dans différents restaurants de la région. Ce dernier dispose de 15 mn pour dévoiler ses idées**,** actions passées ou projets pour promouvoir l'Alsace. La soirée a pour objectif de faire connaissance avec les autres membres du Club, rencontrer l'équipe d'animation et découvrir de nouvelles idées pour promouvoir l'Alsace.

☙ La campagne « Investissez l'Alsace »

L'ADIRA poursuit sa démarche "Investissez l'Alsace" pour approcher les entreprises qui pourraient envisager une **implantation dans le Bas-Rhin**. Une campagne de 12 e-mailings a été menée en direction des dirigeants d'entreprise sélectionnés à travers la France. Elle est renforcée par l'envoi de 4 lettres d'information. Parallèlement, l'ADIRA propose à des entreprises des rendez-vous personnalisés lors de salons professionnels tout au long de l'année.

N'hésitez pas à contacter Yasmina Azibi à l'ADIRA : yasmina.azibi@adira.com

☙ L'ABCDaire Numérique d'Alsace

L'Alsace est la seule région de France à disposer d'un outil, aussi complet, didactique et original, pour **promouvoir ses atouts**. L'ABCDaire d'Alsace, d'abord créé sous forme de livre et édité à 10 000 exemplaires en 2012, a vu le jour sur ordinateurs, téléphones et tablettes à partir de mars 2013 : www.abc-alsace.com.

Son objectif ? Donner un aspect plus novateur à l'Alsace pour **attirer chercheurs, investisseurs, chefs d'entreprise, cadres, étudiants et touristes**. En lisant l'ABCDaire, on apprend à connaître l'Alsace sous une autre forme, à découvrir ses différents visages et à réaliser que la région est idéale pour vivre, voyager, étudier, travailler ou créer son entreprise.

Les retombées

- *Nombre croissant de dossiers d'entreprises (création, développement, implantation)*
- *Suggestions d'activité à entreprendre pour améliorer l'attractivité de la région*
- *Aides à la création d'emplois et d'activités nouvelles*
- *Développement positif de la notoriété de l'Alsace via Internet*

3 Galas à Strasbourg, Mulhouse et Paris + **2 Soirées de promotion à Francfort et New York** ont rassemblé 750 Ambassadeurs + 300 décideurs, investisseurs et chefs d'entreprise étrangers.

2 enquêtes ont permis d'analyser l'image économique et l'e-réputation de la région ; elles ont par la suite été reprises par le cabinet parisien CoManaging pour établir un portrait identitaire lors du processus de création de la Marque partagée Alsace.

1 ABCDaire papier édité à 10 000 exemplaires + 1 ABCDaire numérique (www.abc-alsace.com) ont été conçus pour valoriser l'image de l'Alsace et améliorer son e-réputation.

1 site internet communautaire (www.ambassadeurs-alsace.com), comprenant l'annuaire des membres, a diffusé **975 « bonnes nouvelles d'Alsace »** et a été visité **plus de 500 000 fois**.
- 2 087 personnes aiment sa page facebook **(www.facebook.com/AmbassadeursAlsace)**.
- 1 213 personnes suivent son compte twitter **(@AmbAlsace)**.

Nombre croissant de dossiers d'entreprise (implantation, création, développement) : plus de 67 projets ont été détectés par l'ADIRA, grâce à sa démarche d'Ambassadeurs, ses Matinales et sa campagne « Investissez l'Alsace ».