



Nord-Pas de Calais

La CréatiVallée

Soutenir l'attractivité entrepreneuriale du Nord-Pas de Calais : la stratégie de marketing territorial Nord-Pas de Calais, La Créativallée

DOSSIER DE PRESSE 2011



Avec le concours financier
de la Région Nord-Pas de Calais

Contacts presse :

Caroline Scrive - Victoria Noyon

Comme la presse - Didier Gras Communication

Tél. 03 20 63 82 56 / 57 - Fax 03 20 63 82 00

Mobile : 06 75 37 64 67

caroline@didiergras.com / victoria@didiergras.



SOMMAIRE

→ **page 6** - I. A l'échelle d'une région : une démarche pionnière de marketing territorial

→ **page 8** - II. Co-construire l'opération avec les acteurs économiques et institutionnels de la région

page 8 - 1. Une association : animer la démarche et mobiliser les acteurs du développement économique et les ambassadeurs.

page 8 -2. Un comité référent Ambassadeurs

page 9 -3. Un comité intersectoriel : unifier le discours autour des facteurs d'attractivité transversaux de la région.

→ **page 11** - III. Une démarche rationnelle et programmée : une dynamique offensive pour diffuser les bonnes nouvelles économiques de la région

page 12 - 4 axes différenciants pour valoriser les facteurs d'attractivité économique régionaux

page 20 - Tous acteurs de la stratégie ! : un réseau d'ambassadeurs actifs

page 23 - Stratégie de contenu, communauté et conversation : le web 2.0, colonne vertébrale de la démarche de marketing territorial

page 24 - Des salons, des ateliers, des conférences

page 25. Le baromètre annuel sur l'attractivité entrepreneuriale du Nord-Pas de Calais : outil de pilotage de la stratégie de marketing territorial





Nord-Pas de Calais, La Créativallée : une opération de promotion économique de la région Nord-Pas de Calais à l'échelle nationale

Officiellement lancée en juin 2008, *Nord-Pas de Calais, La Créativallée* est une démarche de marketing territorial visant à positionner la région comme le **territoire français le plus emblématique de la créativité entrepreneuriale**.

Une démarche co-construite avec les acteurs économiques, institutionnels et politiques de la région

Cette démarche fédère des acteurs économiques régionaux (entrepreneurs, réseaux professionnels, pôles de compétitivité, représentants des filières dynamiques...) et des acteurs institutionnels et politiques. A l'instar d'autres stratégies de marketing territorial telles que celles d'Only Lyon et d'Invest in Reims, «*Nord-Pas de Calais, La Créativallée*» anime **un réseau d'ambassadeurs qui compte à ce jour 1135 membres** et met en oeuvre une stratégie de communication web 2.0 permanente. Elle travaille en étroite collaboration avec les acteurs de la promotion économique régionale et les réseaux économiques à la diffusion d'un discours unifié sur les **atouts différenciants de la région**.



4 atouts différenciants, socles d'une stratégie de promotion de l'économie régionale

Quatre atouts emblématiques de cette créativité entrepreneuriale propre à la région Nord-Pas de Calais ont été retenus pour leur capacité à la différencier des autres régions françaises sur le terrain de l'attractivité économique :

1. **Une terre d'inventivité entrepreneuriale** : la région Nord-Pas de Calais et ses entrepreneurs trouvent leurs forces dans l'innovation, la créativité et la faculté d'adaptation à de nouveaux marchés.
2. **Une terre de réseaux, tremplins d'initiatives** : des réseaux d'entrepreneurs dynamiques et d'experts ouverts aux autres, qui permettent aux porteurs de projets de nouer des relations efficaces pour faire avancer leurs actions et en faire naître d'autres.
3. **Une Eurorégion** : une position géo-stratégique et une dynamique humaine et structurelle qui contribuent à la réussite des entreprises régionales et renforcent le potentiel de leur développement.
4. **Des marchés à fort potentiel** : de la décision à la diffusion, en passant par la R&D et la production, la région dispose de plusieurs marchés intégrés, sources d'opportunités entrepreneuriales.



A l'échelle d'une région : une démarche pionnière de marketing territorial

Nord-Pas de Calais, La Créativallée est née de la rencontre de deux personnalités, incarnant chacune deux «sphères», celle de l'Entreprise et celle du Politique : une originalité dans le paysage des démarches françaises de marketing territorial, plus communément initiées par les collectivités ou par leurs agences de promotion économique. De cette convergence d'idées et de convictions et de cet attachement commun au territoire naissent officiellement, le 11 juin 2008, « Nord-Pas de Calais, La Créativallée » et son réseau d'Ambassadeurs.

Emmanuel d'André, ancien Président du Groupe 3 Suisses International, Président d'honneur de Nord-Pas de Calais, La Créativallée



Que vous a donné la région que vous souhaitez lui rendre ?

«Originaire d'Ile-de-France, j'ai passé 25 ans de ma vie professionnelle dans le Nord-Pas de Calais. J'y ai apprécié les femmes et les hommes, leur goût du travail bien fait et de la fête partagée. J'ai aimé leur solidarité, leur attachement au terroir et ce fameux sens de l'accueil et de la convivialité. J'ai même admiré les couchers de soleil sur les terrils ! Et puis est venu en plus le projet Lille Capitale Européenne de la Culture 2004, que j'ai eu l'honneur, avec une petite équipe au sein du Comité Grand Lille, de porter jusqu'à la réussite de notre candidature. Et enfin, la création de l'association Créativallée pour développer l'envie d'entreprendre dans la région. La réussite de ce projet tient à un facteur exceptionnel en France : la symbiose parfaite entre le monde politique, le monde du patronat et l'ensemble de la société civile.»

Selon vous, quels sont les potentiels de réussite économique de la région ?

«Le Nord-Pas de Calais est une région de passage et d'intégration où l'absence d'arrogance chez la plupart des décideurs rend possibles les actions transversales dans tous les domaines. Cette culture entrepreneuriale est spécifique et unique à la région. Elle s'exprime au travers du courage des salariés et de l'imagination créative des décideurs, qui ont permis de sauver le Nord-Pas de Calais de plusieurs grandes crises successives.»



Pierre de Saintignon, Vice-Président du Conseil Régional Nord-Pas de Calais, en charge du développement économique et de la formation permanente



Mettre en place toutes les conditions pour favoriser le développement économique du Nord-Pas de Calais, tel est le leitmotiv de Pierre de Saintignon, Vice-Président du Conseil Régional en charge du Développement Economique. C'est avec cette conviction qu'il s'attache à promouvoir les atouts et les réussites économiques de la région pour la mettre au premier rang des territoires les plus attractifs.

Avec près de 26 000 créations en 2010, la région Nord-Pas de Calais rattrape son retard et se positionne comme la région où il fait bon entreprendre. Avec ses 7 pôles de compétitivité d'envergure mondiale et nationale et ses 11 pôles régionaux d'excellence, la région ne manque pas d'opportunités en terme d'innovation et de création d'entreprises.

Nord-Pas de Calais, La Créativallée positionne la région comme le **territoire emblématique de la «créativité entrepreneuriale»** : un territoire où se concentrent les hommes, les réseaux, les expertises, les énergies, les infrastructures, l'ensemble des facteurs nécessaires à la création et au développement d'entreprises innovantes et créatives au sens large des termes.

Les **1135 ambassadeurs** que compte à ce jour La Créativallée, en incarnant, chacun dans leur métier et leur filière, une preuve tangible.

Dès son **lancement le 11 juin 2008**, « Nord-Pas de Calais, La Créativallée » se pose en **«réseau des réseaux»** : Le Comité Grand Lille, le Club Gagnants, le Réseau Entreprendre Nord, le Pôle Régional Numérique, l'Association des Industries Ferroviaires, l'AS2I... les réseaux économiques phares de la région se sont engagés dans la démarche.



Lancement officiel de Nord-Pas de Calais, La Créativallée et de son réseau d'Ambassadeurs à la CCI Grand Lille le 11 juin 2008



Co-construire la démarche avec les acteurs économiques et institutionnels de la région

Pour accompagner la mise en œuvre de cette stratégie et assurer sa cohérence avec les actions menées par les acteurs régionaux, différentes instances réunissent des acteurs de la sphère entrepreneuriale, des représentants des filières dynamiques et innovantes et des représentants de la sphère politique et institutionnelle.

1. Une association : animer la démarche et mobiliser les acteurs du développement économique et les ambassadeurs.

L'opération Nord-Pas de Calais, La Créativallée est animée par une association qui compte 3 collaborateurs :

- **Stéphane Caplier**, délégué général
- **Delphine Coffart**, responsable animation
- **Mathilde Fernet**, responsable animation

L'association est principalement financée par le Conseil Régional Nord-Pas de Calais et le Conseil Général du Nord.

2. Un comité référent Ambassadeurs

Deux fois par an, l'équipe d'animation de La Créativallée réunit au sein du « **comité référents Ambassadeurs** » un noyau dur d'ambassadeurs particulièrement impliqués dans la démarche.

L'objectif de ce comité est :

- de présenter les actions menées par Nord-Pas de Calais, La Créativallée.
- d'impliquer ces acteurs dans la réflexion et la mise en œuvre des actions de communication à venir.

Dans la dynamique de co-construction des actions de promotion économique mise en place par Nord-Pas de Calais, La Créativallée, les Ambassadeurs peuvent également participer à des **commissions thématiques**.



3. Un comité intersectoriel : unifier le discours autour des facteurs d'attractivité transversaux de la région.

Le comité intersectoriel se réunit **1 fois par trimestre** pour échanger sur les opportunités de communication émanant des réseaux et filières et pour harmoniser le discours sur les atouts différenciants de la région.

Ce comité d'acteurs économiques et institutionnels s'est ainsi fixé pour objectifs de :

- Se coordonner et se mobiliser pour la promotion économique régionale.
- Développer des synergies de communication à travers les atouts différenciants valorisés par Nord-Pas de Calais, La Créativallée.
- Développer des occasions de visibilité commune au service de la promotion économique du territoire régional.

Sont **membres du Comité intersectoriel** :

- Les structures représentant les **filières innovantes et les pôles d'excellence** de la région : Eurasanté, Clubster santé, Up Tex, PICOM, Association des Industries Ferroviaires, le Pôle Régional Numérique, Team 2...
- Les **structures régionales d'accompagnement** dans le domaine de l'innovation, de la création et de la reprise d'entreprises : Je crée, J'innove, Je reprends, la CCIR...
- **Les acteurs du développement et de la promotion économique** : Conseil Régional Nord-Pas de Calais, APIM, NFX...



Héric Manusset, directeur général de l'Association des Industries Ferroviaires, membre du Comité intersectoriel :

De nombreuses structures de promotion économique de la région existent, de nombreuses actions sont menées. Ce comité intersectoriel doit nous amener à prendre connaissance de ce qui est fait par chacun dans le domaine du marketing territorial et à mutualiser certaines de nos actions.



Une démarche programmée : Une dynamique offensive pour diffuser les bonnes nouvelles économiques de la région

«Nord-Pas de Calais, La Créativallée» a posé depuis 2008 les jalons d'une démarche rationnelle et programmée de promotion des atouts économiques de la région à l'échelle nationale :

- La définition de **4 axes de valorisation des atouts économiques de la région**, fondements des valeurs portées par la démarche et ses acteurs, et des messages diffusés par le biais des actions ;
- **Le développement d'un réseau d'ambassadeurs, créé dès la naissance officielle de la démarche de marketing territorial en juin 2008** : chefs d'entreprises, acteurs institutionnels et politiques, représentants d'associations, cadres dirigeants,... se mobilisent sous l'étendard « Nord-Pas de Calais, La Créativallée » pour incarner et diffuser les atouts différenciants de la région et valoriser ses success stories ;
- **Un portail Internet** qui met à l'honneur, au travers d'un «**journal des bonnes nouvelles**», de témoignages vidéo, d'interviews, les dirigeants d'entreprises et représentants du monde associatif emblématiques de la créativité entrepreneuriale en Nord-Pas de Calais. Y est également mis à disposition un film de promotion destiné aux décideurs et étudiants à l'échelle nationale et européenne.
- Le lancement, fin 2010, d'une **stratégie web 2.0 offensive**, pour renforcer la visibilité de La Créativallée et de son action sur les médias sociaux. Cette stratégie a été précédée en 2009 du lancement de la Communauté Viadéo Nord-Pas de Calais qui compte 26 500 membres.
- La création en 2011, des « **Coups de Coeur de La Créativallée** », un événement annuel dédié aux Ambassadeurs et aux réseaux partenaires, célébré autour d'une remise des prix aux entrepreneurs les plus emblématiques des 4 atouts d'attractivité de la région.



1. 4 axes différenciants pour valoriser les facteurs d'attractivité économique régionaux

En 2011, Nord-Pas de Calais, La Créativallée, entre dans une nouvelle phase stratégique.

A la lumière des enseignements de l'enquête sur l'attractivité entrepreneuriale de la région menée annuellement depuis 2007, La Créativallée intensifie son action autour de **4 axes de communication, expressions des atouts différenciants de la région.**

1er axe : le Nord-Pas de Calais est une terre d'inventivité entrepreneuriale

Ce goût d'entreprendre est inscrit dans les gènes de la région. Cette culture de l'entrepreneuriat est une source constante d'inventivité.

La perception des dirigeants français

La 4e vague de l'enquête IFOP-La Créativallée montre que cet atout est reconnu par les dirigeants interrogés. Une reconnaissance qui s'exprime notamment au travers de la **forte tradition commerçante**, la **cohabitation de secteurs traditionnels et innovants**, et l'**encouragement à l'innovation**.

En revanche, dans cette sphère de l'entrepreneuriat: la **présence de secteurs d'activité à fort potentiel**, la **capacité de la région à se réinventer**, la **facilité d'entreprendre**, qui obtiennent des scores inférieurs à 50%, sont des facteurs d'attractivité sur lesquels il est nécessaire de renforcer la valorisation.

Des secteurs historiques capables de se renouveler

- **« New Shopping Experience »**, la boutique et le salon d'essayage virtuels accessibles depuis Internet ou un mobile, créés par le Pôle de compétitivité PICOM, qui rassemble les acteurs de la VAD et de la Grande Distribution.
- **Aushopping**, filiale d'Immochan, premier espace web communautaire 3D qui combine un comparateur de prix, un réseau social dédié au shopping et un centre commercial entièrement en 3D. Idées 3Com, concepteur de ce système a été récompensé par les Trophées des Pépites de La Créativallée en 2010.
- **Textile** : le Nord-Pas de Calais est la première région de France pour le textile technique. Clubtex réunit les entreprises de ce secteur particulier et compte notamment parmi ses membres COUSIN BIOTECH, spécialiste des textiles à usages médicaux.



Les leviers de l'entrepreneuriat en Nord-Pas de Calais

Qu'ils soient «historiques» ou de développement plus récent, les secteurs les plus dynamiques du Nord-Pas de Calais font preuve de leur capacité commune à innover.

7 pôles de compétitivité labellisés :

- UP-TEX - Textiles innovants
- PICOM - Industries du commerce
- I-Trans - Transports intelligents, pôle de compétitivité à vocation mondiale
- Aquimer - Transformation des produits de la mer
- NSL - Nutrition-Santé-Longévité
- MAUD - Matériaux et applications pour une utilisation durable
- TEAM² - Technologies de l'environnement appliquées aux matières et matériaux

I-Trans, MAUD et NSL sont signataires de la charte «Entreprises innovantes des pôles», un label permettant aux TPE/PME innovantes d'être identifiées par les investisseurs comme aptes à recevoir des financements.

Certains de ces pôles de compétitivité sont impliqués dans la démarche Nord-Pas de Calais, La Créativallée par le biais du Comité intersecteurs et du réseau d'ambassadeurs.

Des centres d'essais européens :

- ferroviaire (CEF),
- matériaux ignifuges (CREPIM),
- transports terrestres (VALUTEC)...

Des catalyseurs d'expertise : incubateurs, laboratoires, business park dédiés aux secteurs innovants (Eurasanté, Euratechnologies, Haute-Borne, Capécure...)

Des structures d'accompagnement multiples : Je Crée, J'innove, Je reprends, NFX, APIM...

Paroles d'ambadrices



Amandine Boutard, créatrice de Burning Factory, premier studio Rich-Media au nord de Paris

De nombreux grands comptes sont présents dans la région, ce qui est essentiel pour développer un bon business. Originnaire de Paris, lorsque je suis arrivée et que j'ai décidé de me lancer, je n'avais pas conscience du nombre de sièges sociaux de grandes entreprises ! Pour mon activité, ce dynamisme est un atout incontestable



Le Nord-Pas de Calais est une terre de réseaux, tremplins d'initiatives

Des réseaux experts et ouverts aux autres étendent à la sphère des entrepreneurs et porteurs de projets ce sens bien connu de l'accueil et de la convivialité. Ils leur permettent de nouer des relations efficaces pour faire avancer leurs projets et en faire naître d'autres. Cet atout est déjà bien identifié, comme nous le révèle la 4ème vague du baromètre sur l'attractivité entrepreneuriale du Nord-Pas de Calais : les premiers mots qui viennent à l'esprit des dirigeants et cadres dirigeants français pour définir notre région font référence à son sens de l'accueil et sa convivialité.

La perception des dirigeants français

Sens de l'accueil, convivialité, chaleur humaine... ces images touchent plus généralement les particuliers lorsqu'ils évoquent le Nord-Pas de Calais. La 4ème vague de l'enquête IFOP-Nord-Pas de Calais, La Créativallée révèle que ces valeurs s'imposent également dans l'esprit des dirigeants et cadres dirigeants comme facteurs d'attractivité économique : **47% des évocations spontanées y font référence.**



CLUBSTER SANTÉ (ex-Club Développeurs), le Réseau social d'entreprises de la filière Biologie, Santé, Nutrition de la région Nord-Pas de Calais réunit plus de 120 membres. Ce réseau d'échanges, de partage d'expériences et de développement de partenariats commerciaux a également créé une plateforme de financement : Lille Angels Santé. Cette plateforme qui met en relations Business Angels et porteurs de projets a permis depuis son lancement en 2009 de lever plus d'1 millions € par 21 investisseurs.

Paroles d'ambadrices



Li Liu LACAMPAGNE, directrice de CFC Communication, société spécialisée dans l'information sur les entreprises et le marché chinois.

«J'ai été surprise par la richesse de l'offre d'accompagnement à la création d'entreprise en Nord-Pas de Calais. C'est une région dynamique, mais qui n'est pas suffisamment connue».



Des réseaux professionnels nombreux et accessibles

Le Nord-Pas de Calais bénéficie de nombreux réseaux professionnels. Les plus réputés d'entre eux se sont associés à la démarche « Nord-Pas de Calais, La Créativallée » pour répandre les bonnes nouvelles économiques... et le virus de l'entrepreneuriat.

« Nord-Pas de Calais, La Créativallée » compte notamment parmi ses soutiens et porte-étendard :

Réseau ENTREPRENDRE NORD : initié en 1986 par André MULLIEZ, dirigé par Véronique DELANNOY, ce réseau de chefs d'entreprise engagés auprès des nouveaux entrepreneurs apporte une aide concrète aux créateurs et repreneurs d'entreprise. Leur cœur de cible : «les petits projets à potentiels». Ce réseau emblématique de l'inventivité entrepreneuriale nordiste a essaimé dans toute la France et fédère à ce jour 40 associations.

CLUB GAGNANTS, symbole de la convivialité appliquée à la sphère des entrepreneurs : créé en 1985, présidé par Pascal BOULANGER, ce réseau de femmes et hommes d'entreprise s'est fixé pour mission d'accueillir les cadres dirigeants, pour faciliter leur installation et leur faire partager leur passion pour la région. Ce réseau est Ambassadeur de La Créativallée

Paroles d'ambassadeurs



Yves Delnatte, INEAT Conseil, gestion de l'information

«Nous avons eu différentes aides financières et un suivi par le Réseau Entreprendre NORD, par Total et deux prêts d'honneur.

Nous faisons partie de l'AS2I (qui représente la profession des services et de l'ingénierie Informatique dans tous les secteurs de l'économie). Elle collabore étroitement avec la représentation officielle de la profession, le Syntec Informatique)».



Une Eurorégion, territoire de compétitivité

Elle est également **une Eurorégion**, une position géo-stratégique bien-sûr, mais aussi une dynamique humaine et économique, qui contribuent à la réussite des entreprises et renforcent leur compétitivité. La dernière édition du baromètre IFOP-La Créativallée montre que les efforts de valorisation de cet atout différenciant doivent être renforcés. Le Nord-Pas de Calais est particulièrement actif dans ses échanges économiques et culturels avec ses voisins belges et anglais et plus largement avec l'Europe du Nord-Ouest dans son ensemble.

La perception des dirigeants français

Le Nord-Pas de Calais est perçu comme un carrefour européen stratégique par 68% des dirigeants et cadres dirigeants français interrogés. Mais confrontée à d'autres régions françaises quant à la perception de leur **dimension européenne**, le Nord-Pas de Calais n'atteint que la **4ème place avec seulement 7% des avis exprimés**, loin derrière l'Alsace (29%), l'Île-de-France (24%) et, dans une moindre mesure, Rhône-Alpes (12%).

Notre dimension européenne semble être une telle évidence que les «nordistes» oublient d'en parler...



Une réalité vécue par les entrepreneurs : l'exemple de DIMETEX

DIMETEX - Dispositifs Médicaux Textiles - est un programme de coopération transfrontalière INTERREG IV dans le secteur des textiles de santé. Il rassemble des acteurs de la région wallonne en Belgique, du Nord-Pas de Calais et de Picardie en France. DIMETEX travaille notamment à la **construction d'un cluster biotextile transversal et européen** par la mise en réseau des acteurs «textile et santé» du territoire eurorégional.



Eurorégion et dimension européenne : une réalité palpable

- Une position géographique au coeur des grands centres de décision politiques et économiques de l'Europe du Nord-Ouest : à 1h40 de Londres, 1h de Paris, 38 mn de Bruxelles, 3h Amsterdam, 4h de Düsseldorf.
- Un réseau de transports parmi les plus denses : 650 km d'autoroutes, porte d'entrée de la Grande Bretagne avec le Tunnel sous la Manche et le Port de Calais, à proximité des grands aéroports internationaux.
- Un réservoir de talents, une main d'oeuvre jeune et de qualité : 10% des Bac+5 français sont formés dans le Nord-Pas de Calais.
- Une situation frontalière qui favorise l'accès aux financements européens.
- **L'Eurométropole Lille-Kortrijk-Tournai, 1ère métropole transfrontalière d'Europe** : elle réunit 145 communes françaises, flamandes et wallonnes et 2 millions d'habitants. Née politiquement et juridiquement en janvier 2008, Eurométropole agit également dans le domaine économique.
- **Le Forum Emploi Eurometropole** : créé en 2007 à l'initiative de l'Union des entrepreneurs (UNIZO - Belgique) et des antennes régionales des agences de l'emploi française et belge (Pôle Emploi, Forem, VDAB), ce salon réunit annuellement une centaine d'entreprises eurorégionales et attire 7 500 visiteurs.
- Des structures qui soutiennent l'intégration eurorégionale : la Mission opérationnelle transfrontalière (MOT), Le GECT West-Vlaanderen/Flandre Dunkerque - Côte d'Opale, la chambre de commerce franco-belge, le Réseau EuresChannel, l'Eurométropole Lille-Kortrijk- Tournai.

Paroles d'ambassadeurs



Stéphane Wilpart, Visu Ad, badges innovants.

«Sa principale richesse réside dans sa situation géographique qui en fait la ville du Nord la plus au Sud mais également la ville du Sud la plus au Nord ! Au coeur de l'Europe, notre région est connectée au monde par la mer, la terre, l'air et l'information.»



Des marchés intégrés à forts potentiels, facteurs d'entraînement mutuel et de pro-activité.

La région bénéficie de **nombreuses filières d'excellence**, injustement méconnues pour certaines. Ces filières sont «excellentes» parce que le Nord-Pas de Calais rassemble pour chacune d'elles, les acteurs, les donneurs d'ordre, les services et les débouchés nécessaires à leur développement : un bassin de vie et de consommation dense, un maillage serré de sous-traitants, des plateformes logistiques, des structures dynamiques et expertes pour accompagner leur développement à l'international...

La perception des dirigeants français

La région peine encore à s'imposer au regard de facteurs d'attractivité entrepreneuriale qui lui sont pourtant propres. Ainsi, le baromètre IFOP-La Créativallée révèle que moins de la moitié des interrogés a une perception claire de la place de la région en matière de **présence de marchés intégrés à forts potentiels, de pôles de compétitivité, de programmes en faveur de la création d'entreprises, de présence de donneurs d'ordre et d'opportunités d'affaires qui en découlent...**

Des marchés intégrés à forts potentiels : la preuve par l'exemple



En Nord-Pas de Calais, on a de quoi construire un train entier : les Hommes, les structures de recherche et de développement et les centres de production.

Ingénierie, systèmes électriques et électroniques, systèmes de transmission, matériaux, traitements de surfaces, infrastructures, services, certifications... d'un bout à l'autre de la chaîne de conception, la région dispose de tous les maillons de la chaîne pour concevoir et produire un équipement ferroviaire.

Cette industrie est emblématique de la métamorphose de la région et de son intégration dans un marché international et globalisé.

Son berceau, le Valenciennois, accueille les sièges ou centres de production des géants du ferroviaire : Bombardier, GHH-Valdunes, Alstom Transport...



Les secteurs moteurs de l'attractivité économique du Nord-Pas de Calais

- **Pêche et transformation des produits de la mer** : 1ère région française et européenne
- **Automobile** : 2ème région française
- **Industrie ferroviaire** : 1ère région française et européenne
- **Agro-alimentaire** : 4ème région de France
- **TIC** : dans le Top 5 des régions les plus attractives
- **Assurances et services financiers** : Lille, 3ème place financière
- **Santé** (biologie, recherche, innovation, production) : 3ème pôle national
- **Logistique** : 1ère région de France en terme d'offres de services

- Un bassin de vie et de consommation dense et actif le plus riche du monde après Tokio et 80 millions d'habitants
- 3ème place financière française
- 5ème région d'accueil des investissements étrangers
- 4ème métropole française
- 3ème région exportatrice de France (9 % des exportations nationales)
- Le Nord-Pas de Calais produit 5,2 % de la richesse nationale tout en occupant 4 % du territoire (PIB de 86,7 Md € en 2005, source INSEE).
- 12 des 30 plus grandes entreprises nationales de la VAD
- 11 des 20 grandes enseignes françaises de la distribution ont leur siège en Nord-

Paroles d'ambassadeurs

Marc ROQUETTE, Président Directeur Général, Roquette.



« La région Nord-Pas de Calais a pesé pour une part non négligeable dans notre réussite, et ce, grâce à trois atouts majeurs : premièrement, la situation géographique au centre de l'Europe du Nord-Ouest. Pour nous, c'est un atout de taille vu les flux de marchandises qui entrent et sortent de l'usine. Deuxième atout : la logistique et les réseaux de transports très denses. Enfin, son bassin de consommateurs : le Nord-Pas de Calais se situe au coeur d'un bassin de 100 millions de consommateurs ; c'est le plus grand marché d'Europe !



2. Tous acteurs de la stratégie : un réseau d'ambassadeurs actifs

Plus de 1 200 ambassadeurs La Créativallée

Initié dès juin 2008 à l'occasion du lancement officiel de l'opération, le réseau des ambassadeurs de La Créativallée compte à ce jour plus de 1 200 membres.

Ces membres sont composés à 95% de cadres dirigeants et chefs d'entreprises et à 5% de représentants d'institutions, de particuliers et d'étudiants. Au côté des « Géants du Nord », La Créativallée s'attache particulièrement à les impliquer dans la démarche des PME et PMI innovantes de la région. D'autres territoires ont choisi, pour valoriser leurs atouts, de miser sur un réseau d'ambassadeurs de renom, au rayonnement national ou international.

C'est par exemple le cas d'Invest in Reims et d'Only Lyon. La Créativallée mise sur une stratégie

de **mobilisation d'acteurs emblématiques des valeurs de la région.**

Chefs d'entreprises, cadres dirigeants, acteurs institutionnels et politiques, membres d'associations, étudiants, représentants de réseaux professionnels... les ambassadeurs de La Créativallée incarnent, quelle que soit la taille de leur organisation ou leur activité, le dynamisme économique et la capacité d'innovation du Nord-Pas de Calais. Leur mission : promouvoir l'économie régionale par le prisme des 4 axes différenciants co-définis avec eux en affichant le logo «Nord-Pas de Calais, La Créativallée», en relayant les bonnes nouvelles économiques de la région, en exploitant toutes les opportunités qui leur sont offertes dans leur sphère professionnelle pour promouvoir et susciter l'envie d'entreprendre et de s'implanter en Nord-Pas de Calais.



Paroles d'ambassadrices



Chrisna Sen, directrice de Kreyenhop & Kluge France.

«La démarche de marketing territorial de La Créativallée est tout à fait cohérente. Elle suit l'ambition de la région elle-même, comme le montre la création d'Euratechnologies, l'arrivée de Bayer Schering Pharma dans la zone d'Eurasanté. C'est un bon outil de «business promotion». En ce qui concerne ma mission d'ambassadrice, cela m'a paru logique, puisque je jouais déjà sans le savoir ce rôle avant de le devenir officiellement. Depuis ma mutation, même si je suis originaire d'Anjou, je me sens Lilloise d'adoption. Je suis fière de la région car elle m'a permise d'évoluer professionnellement.



Des visites d'entreprises : mieux connaître la diversité économique de la région pour mieux la valoriser

L'enquête IFOP-Nord-Pas de Calais, La Créativallée a révélé au fil des ans une méconnaissance des filières dynamiques de la région et de leur capacité d'innovation. Partant de ce constat, «Nord-Pas de Calais, La Créativallée» a développé une **politique d'animation de son réseau d'ambassadeurs centrée sur la découverte des entreprises régionales** emblématiques du dynamisme et de la capacité d'innovation de leurs filières.

Des **visites dédiées aux ambassadeurs** de La Créativallée sont ainsi organisées depuis 2009. Objectifs : **fournir à chacun d'eux les arguments du dynamisme entrepreneurial régional, qu'ils pourront ensuite diffuser auprès de leurs propres réseaux et contacts professionnels et leur offrir un accès privilégié à des sites d'exceptions, des entreprises, des conférences...**

En 2011, ce programme de visites sera poursuivi. Au-delà des découvertes des filières dynamiques, les thématiques de ces temps forts seront également inspirés des 4 axes de communication.

Les sites visités

- **Genoscreen**, spécialiste de la génomique, dans le secteur biologique
- **Bombardier et Alstom**, dans le domaine de l'industrie ferroviaire
- **Roquette** dans celui de l'agro-alimentaire
- **Altereos**, la plus grande société coopérative d'intérêt collective de France, dans le domaine de l'économie sociale et solidaire
- **Atos Worldline**, centre technique de Seclin
- **Critt M2A à Bruay-la-Buissière** dans le secteur de l'automobile (centre d'essais)
- **Centre de formation des conducteurs de TGV à Hellemmes** dans le secteur du ferroviaire
- **INRIA**, Institut National de Recherche en Information et Automatique
- **Euratechnologies**, pôle d'excellence dédié à l'innovation dans le secteur des TIC
- **Lamy-Lutti**, confiseur
- **Eurasanté**, pôle d'excellence dédié à l'innovation dans le domaine des biotechnologies
- **Horse Land**, resort haut de gamme associant activités équestres, spa, restauration et hôtellerie



Un kit pour parler d'une même voix

Le contenu du Kit Ambassadeurs

- Les documents utiles : rendez-vous des ambassadeurs, guide pratique, logo et charte graphique, signature mail, lettre de parrainage, charte des ambassadeurs
- Les vidéos : le clip de la présentation de la région, l'animation de présentation de la démarche, les témoignages des entrepreneurs
- Un argumentaire pour présenter les 4 atouts de la région

Être ambassadeur de La Créativallée, c'est :

- diffuser les valeurs de la région et ses atouts différenciants
- valoriser les réussites entrepreneuriales
- inciter ses contacts à entreprendre, investir et développer des affaires dans la région

Nous sommes tous ambassadeurs de la région mais comment en parlons-nous ?

Pour relayer d'une même voix l'image de dynamisme de la région et susciter chez leurs interlocuteurs l'envie d'entreprendre en Nord-Pas de Calais, l'équipe d'animation de La Créativallée met à la disposition de ses ambassadeurs des outils réunis dans un **kit** : charte, logo et charte graphique, clips vidéos, badge, argumentaire...

Un site pour soutenir leurs efforts de recrutement de nouveaux ambassadeurs

Les ambassadeurs La Créativallée ont également **leur site Internet** depuis 2009.

Ce site de promotion du réseau des ambassadeurs présente notamment des témoignages de membres et des messages de soutien de « nordistes ».

Il a été étoffé en 2010 d'un extranet pour faciliter et intensifier les échanges entre ambassadeurs et soutenir leurs initiatives.

Son adresse : www.ambassadeurs-lacreativallee.com



Rassembler : un évènement annuel et des commissions thématiques



« Nord-Pas de Calais, La Créativallée » réunit ses ambassadeurs dans le cadre de rencontres-réseaux permettant de présenter les nouvelles recrues et de faire le point sur les actions à venir. Les ambassadeurs sont également régulièrement conviés à des petits-déjeuners et ateliers pour co-construire les outils de mise en œuvre de la stratégie de marketing territorial.

Lancée en 2010, cette démarche de mobilisation fait partie intégrante de la stratégie de co-construction des messages et des actions mise en œuvre par l'équipe d'animation de La Créativallée.



3. Stratégie de contenu, communauté et conversation : le web 2.0, colonne vertébrale de la démarche de marketing territorial

www.lacreativallee.com - Diffuser les bonnes nouvelles économiques, un remède aux clichés



Lutter contre des clichés, ... et contre la culture de l'humilité et de la discrétion propre aux entrepreneurs de la région, est une des priorités de la stratégie de marketing territorial menée par « Nord-Pas de Calais, La Créativallée ».

La stratégie s'appuie sur un **site de contenu** consacré aux preuves de dynamisme et d'attractivité économiques et entrepreneuriales de la région Nord-Pas de Calais.

Les « bonnes nouvelles économiques » de la région, ses success stories, sont la matière première du contenu diffusé dans ce cadre.

Initiatives et projets innovants, «pépites» emblématiques de la créativité entrepreneuriale de la région, chiffres-clés : ces preuves du dynamisme entrepreneurial de la région s'expriment au travers de :

- un « journal des bonnes nouvelles » sous la forme d'une chronique web radio mensuel
- témoignages vidéos d'entrepreneurs et acteurs institutionnels,
- actualités économiques
- un quizz sur l'économie régionale

Un blog : www.creativablog.fr

1er outil fondateur de la communauté La Créativallée, le Creativablog apporte un regard décalé, source d'étonnement, sur les facteurs d'attractivité de la région par le biais de vidéocasts, d'articles et de témoignages. Projets innovants des entreprises régionales, zoom sur les secteurs et leur capacité à se réinventer, suivi des principaux salons... les preuves de créativité entrepreneuriale régionales les plus originales sont sélectionnées en fonction de leur capacité à générer du «buzz».



Une présence active sur les réseaux sociaux : Viadeo, Facebook, Twitter, Dailymotion, YouTube...

Gagner en notoriété, démultiplier sa visibilité, recruter de nouveaux ambassadeurs à l'échelle nationale et internationale, développer et consolider la réputation de la région au-delà des frontières régionales, les enjeux de la présence de La Créativallée sur les réseaux sociaux sont multiples.

Partie prenante de la **Communauté Viadeo-Nord-Pas de Calais** qu'elle a co-initiée en juin 2009, La Créativallée co-anime sur ce réseau social français dédié aux professionnels une communauté de plus de 27 500 membres.

Une page fans Facebook, des «followers» sur le compte Twitter, diffusion régulière de vidéocasts sur YouTube et Dailymotion, conversation avec les bloggeurs influents... Lancée fin 2010, la deuxième phase de la stratégie web 2.0 initiée avec la communauté Viadeo s'attache à valoriser le dynamisme de la région au travers des 4 axes de communication.

Ces médias sociaux sont les leviers d'actions de relations publiques 2.0 auprès des leaders d'opinion dans les domaines de l'entrepreneuriat, de l'innovation et du marketing territorial. Ils permettront de recruter des ambassadeurs à l'extérieur de la région.



4. Des ateliers, des conférences



L'équipe d'animation assure des présentations de la stratégie et des actions de promotion mises en œuvre, notamment :

- au Salon de la VAD 2010 : présentation de sa stratégie web 2.0,
- au Forum annuel de la communication publique territoriale CAP COM 2010 dans le cadre d'une journée consacrée au marketing territorial.



Le baromètre annuel sur l'attractivité entrepreneuriale du Nord-Pas de Calais : outil de pilotage et d'évaluation de la stratégie de marketing territorial de La Créativallée

Nord-Pas de Calais, La Créativallée s'est associée dès 2007 à l'IFOP pour réaliser annuellement une enquête sur la perception de l'attractivité entrepreneuriale de la région.

Premier baromètre dédié à l'attractivité entrepreneuriale du Nord-Pas de Calais, cette étude est un indicateur-clé des ressorts et des freins à la promotion économique du territoire régional auprès des entrepreneurs français.

Evaluer le chemin qu'il reste à parcourir au Nord-Pas de Calais pour faire connaître et valoriser ses atouts, en définir les moyens de mise en œuvre et évaluer leur efficacité, dans le cadre d'une démarche programmée et efficace de marketing territorial, tels sont les objectifs premiers du baromètre IFOP-Nord-Pas de Calais, La Créativallée. Un impératif d'autant plus prégnant que les régions françaises se lancent désormais l'une après l'autre dans une **course à la différenciation pour attirer investisseurs et entrepreneurs.**

Ce baromètre porte notamment sur l'image globale et comparée de la région, sur la perception de ses facteurs d'attractivité économique et sur la reconnaissance de ses secteurs d'activité phares. Il est l'outil de pilotage de l'opération « Nord-Pas de Calais, La Créativallée ».

La 4ème vague de l'enquête a été réalisée auprès de 500 dirigeants et cadres dirigeants français, du 15 au 29 septembre 2010, par questionnaire auto-administré en ligne.



Contacts presse :

Caroline Scrive - Victoria Noyon

Comme la presse - Didier Gras Communication

Tél. 03 20 63 82 56 / 57 - Fax 03 20 63 82 00

Mobile : 06 75 37 64 67

caroline@didiergras.com / victoria@didiergras.



Avec le concours financier
de la Région Nord-Pas de Calais

