

RAPPORT D'ACTIVITES ANNUEL HUBSTAR PARIS **2009**

I – HUBSTAR PARIS® en bref

HUBSTAR PARIS® c'est :

- **La promotion internationale d'une destination Business**, le Grand Roissy, auprès de filières d'excellence pertinentes au regard des vocations du territoire
- **La capitalisation sur un nom de marque territoriale HUBSTAR PARIS®** porteur de valeurs collectives, qui sera doté bientôt de sa propre identité visuelle
- **L'animation d'un réseau d'affaires** composé de partenaires d'horizons différents, acteurs de la démarche

II – Quel est l'objectif de notre démarche ?

Objectifs :

- Renforcer la notoriété internationale et l'attractivité économique de la place aéroportuaire du Nord de l'Île-de-France par une dynamique collective, impliquant des acteurs publics et privés
- Mettre en œuvre des actions opérationnelles

Finalité : Contribuer au développement économique local, créer de la valeur, amener des entreprises internationales à s'implanter et drainer des emplois nouveaux sur le territoire.

Réaliser cet objectif passe notamment par :

- la mise en valeur des opportunités business
- la construction d'une image de marque robuste, spécifique et pérenne pour HUBSTAR PARIS®
- le renforcement de la notoriété de la marque territoriale HUBSTAR PARIS®

III - Quel est notre mode de fonctionnement ?

- Le Groupe de Travail HUBSTAR PARIS® est animé par l'ARD avec le soutien technique de DATAGORA. Il regroupe l'ensemble des partenaires de la démarche et s'est réuni 23 fois en 2009. Il construit le plan d'actions et met en œuvre les actions retenues.
- Le Comité de Pilotage (COPIL), qui rassemble les élus de la Région et des départements, les chambres de commerces et ADP, est l'instance décisionnaire pour HUBSTAR PARIS®, sur la base des propositions avancées par le GT. LE COPIL s'est réuni 3 fois en 2009.

- Convention d'affaires China – Europa au Havre (présence sur stand, rendez-vous d'affaires)

- **Communication globale pour renforcer la notoriété**

En 2009, le Groupe de Travail a développé progressivement un ensemble d'outils de communication au service de la promotion de la démarche et du territoire :

- Création du nom de marque HUBSTAR PARIS® pour promouvoir le Grand Roissy à l'international (appui d'un cabinet spécialisé après consultation).
- Lancement officiel de la démarche HUBSTAR PARIS® au salon de l'Aéronautique au Bourget. Un dossier de presse a été conçu pour l'évènement.
- Lancement du blog d'Hubstar Paris : www.hubstar-paris-blog.com, permettant la diffusion des actualités HUBSTAR PARIS® et d'offrir un espace interactif à la démarche.
- Réalisation d'un kit argumentaire HUBSTAR PARIS® commun aux partenaires de la démarche.
- Production de clés USB logotypées HUBSTAR PARIS®, comme outil de promotion. Ces clés sont utilisées pour diffuser les plaquettes de communication.
- Réalisation d'un Flyer « Venez découvrir Hubstar Paris » pour le salon Cityscape
- Conférence HUBSTAR PARIS® au salon SIMI. Réalisation d'un dossier de présentation HUBSTAR PARIS® à cette occasion.
- Réalisation d'un cahier des charges pour une consultation dans le but de doter HUBSTAR PARIS® d'un Kit de communication unifié, pouvant assurer une communication forte et cohérente lors des évènements prochains.
- Lancement de la consultation « Stratégie et Kit de communication » et choix du prestataire (finalisation début 2010).

- **Hubstar Paris : organisation et animation territoriale**

Des initiatives collectives ont été lancées pour créer des échanges et un partage d'informations entre les acteurs économiques concernés par la démarche :

- Organisation de séminaires d'échanges Entreprises et Territoires, baptisés par la suite Club Entreprises et Club Territoires.
- Séminaire de travail sur le positionnement d'un « hub cognitif » mené par un intervenant externe auprès du groupe de Travail HUBSTAR PARIS®.

- Mise en place d'un Extranet dédié HUBSTAR PARIS® sur le site de l'ARD, accessible via un identifiant et un mot de passe propre au groupe de travail.

- **Coopérations avec d'autres territoires et benchmarking**

Différents voyages d'études en 2009 ont été l'occasion d'opérer une veille active des forces et faiblesses des autres places aéroportuaires internationales :

- Parution du rapport de mission de benchmarking Dubaï et Abu Dhabi (mission 2008)
- Mission de benchmarking aux Etats-Unis : Atlanta, Memphis, Washington
- Parution du rapport de mission de benchmarking aux Etats-Unis
- Parution du rapport de mission Cityscape (salon 2009)

VI- Calendrier des actions 2009

Janvier	<ul style="list-style-type: none"> - Cartographie des 5 filières économiques identifiées comme stratégiques : Aéronautique, Services aéroportuaires, Logistique-Fret, Sécurité-Sûreté, Tourisme et Rencontres Evénements Professionnels. - Parution du rapport de mission de benchmarking Dubaï et Abu Dhabi
Février	<ul style="list-style-type: none"> - Mission de benchmarking aux Etats-Unis : Atlanta, Memphis, Washington
Mars	<ul style="list-style-type: none"> - Parution du rapport de mission de benchmarking aux Etats-Unis
Avril-Mai	<ul style="list-style-type: none"> - Lancement de la consultation pour la création du nom de marque : HUBSTAR PARIS® est le nom retenu.
Juin	<ul style="list-style-type: none"> - Séminaires d'échanges Entreprises et Territoires, baptisés par la suite Club Entreprises et Club Territoires. - Lancement de la démarche HUBSTAR PARIS® au salon de l'Aéronautique au Bourget. Un dossier de Presse a été conçu pour l'évènement. - Lancement du blog d'Hubstar Paris : http://www.hubstar-paris-blog.com/, permettant la diffusion des actualités HUBSTAR PARIS® et d'offrir un espace interactif à la démarche. - Séminaire de travail sur le positionnement d'un « hub cognitif » mené par un intervenant externe auprès du groupe de Travail HUBSTAR PARIS®
Juillet	<ul style="list-style-type: none"> - Réalisation de la plaquette argumentaire pour la filière Logistique/Fret : Français, anglais, Chinois - Mise en place d'un Extranet dédié HUBSTAR PARIS® sur le site de l'ARD, accessible via un identifiant et un mot de passe propre au groupe de travail.
Août	<ul style="list-style-type: none"> - Réalisation d'un kit argumentaire HUBSTAR PARIS®, qui joue le rôle de grille d'arguments et d'atouts pour la démarche.
Septembre	<ul style="list-style-type: none"> - Participation au salon Air Freight Asia - Production de clés USB logotypées HUBSTAR PARIS®, comme outil de promotion de la démarche - Réalisation de la plaquette argumentaire immobilière : Français, Anglais
Octobre	<ul style="list-style-type: none"> - Participation au salon Cityscape Dubaï : exposant, RDV investisseurs, Benchmarking Abu Dhabi - Réalisation d'un Flyer « Venez découvrir Hubstar Paris » pour Cityscape - Parution du rapport de mission Cityscape - Réalisation d'un cahier des charges pour une consultation dans le but de doter HUBSTAR PARIS® d'un Kit de communication unifié, pouvant assurer une communication forte et cohérente lors des évènements prochains.
Novembre	<ul style="list-style-type: none"> - 3^{ème} réunion d'échange Entreprises : Club Entreprises - Lancement de la consultation « Stratégie et Kit de communication » - Réalisation par le cabinet ALTARES d'une étude sur les PME solides et performantes du territoire
Décembre	<ul style="list-style-type: none"> - Conférence HUBSTAR PARIS® au salon SIMI - Réalisation d'un dossier de présentation HUBSTAR PARIS® - Participation à la convention d'affaires China – Europa au Havre - Choix du prestataire pour la réalisation du kit de communication - Parution de l'édition papier de la brochure immobilière HUBSTAR PARIS®

V- Les partenaires HUBSTAR PARIS® en 2009

Cette démarche est animée par l'Agence Régionale de Développement Paris Ile-de-France.
Les partenaires sont les suivants :



Avec le soutien technique de :



* Depuis janvier 2010, le Val d'Oise a rejoint pleinement la démarche Hubstar Paris®