



Une saison dans les étoiles

Compte-rendu du séminaire créatif #3 du 04.12.2017
avec les acteurs de CSTI de Grenoble-Alpes Métropole

Acteurs présents

La Casemate : Audrey KORCZYNSKA,
Grégory ROJAS, Claire Lassansaa

DAAC : Françoise Le Moal

CoMUE : Hélène DESCHAMPS

LSCP : Cécile Renault

La Grange des Maths : Jean-Louis Delastre

Amis du Muséum : Danielle Bouffar-Roupé

ILL : Françoise Vauquois

Grenoble-Alpes Métropole : Gaelle
Pouessel

Le Labo des histoires : Laura SCHLENKER,
Bastien Castellan

MJC Bulles d'Hères : Jack Dejesus

Muséum de Grenoble : Pascal DECORPS

OSUG : Marion PAPANIAN, Pierre
JACQUET

Planète Sciences : Laurent LEROUX

Territoire et patrimoine : Jean-Pierre
CHARRE

UGA : Anaïs CHERY

Ville de Pont de Claix : Valérie AUGIER

Aconit : Antoine Homer, Philippe Duparchy

GAD : Guy Pouget

APHID : Alain Nemoz

Hexagone : Cécile Guignard, Antoine
Conjard

Séance organisée par : Julie FALCOT, Claus HABFAST (Grenoble-Alpes Métropole),

Jeany JEAN-BAPTISTE, Elodie WEBER, Catherine DEMARCQ, Marion SABOURDY, Kissia RAVANEL (La Casemate)

Programme du séminaire

- **9h30-9h45** : Accueil, point d'avancement, synthèse atelier #2 et déroulé de la matinée
- **9h45-10h** : Présentation des stratégies de marque de Grenoble-Alpes Métropole & Université Grenoble Alpes
- **10h-10h30** : Temps d'échange : relations entre CSTI, marque de territoire et marque de l'université
- **10h30-11h** : Séparation des participants en trois groupes + lecture de l'appel à projet en petits groupes en discutant des objectifs, des attendus et des éléments qui pourraient manquer à cette version de l'appel à projet
- **11h-12h** : Séance de créativité pour préparer les temps forts de la saison en lien avec les événements culturels et de CSTI récurrents



GRENOBLE-ALPES MÉTROPOLE



GRENOBLE • ALPES
MÉTROPOLE



GRENOBLE-ALPES
MÉTROPOLE

DEMARCHE MARKETING



GRENOBLE-ALPES MÉTROPOLE

DEMARCHE MARKETING

MARKETING TERRITORIAL

ATTENDUS ET AMBITIONS

ORGANISATION DE LA DÉMARCHE

Stratégie de marketing territorial globale (économique, académique, touristique...) avec nos partenaires publics et privés impliqués dans la compétitivité du territoire aux échelles nationale et internationale

PARTENAIRES A MOBILISER AUTOUR DE GAM

ComUE, CCI, AEPI, Communauté de communes du Grésivaudan, Communauté d'agglomération du Pays voironnais, Communauté de communes de Bièvre Est, Parcs, Musée de Grenoble, Scènes nationales, Clubs sportifs...



GRENOBLE • ALPES
MÉTROPOLITAIN



GRENOBLE-ALPES MÉTROPOLE

DEMARCHE MARKETING

MARKETING TERRITORIAL

ENJEUX

- Définir un positionnement stratégique global qui nous permettra d'agir favorablement sur la valeur perçue du territoire
- Simplifier la compréhension de la destination et améliorer sa notoriété,
- Définir la bonne organisation de pilotage de l'identité et les outils et actions opérationnelles associés



GRENOBLE • ALPES
MÉTROPOLITAIN

Tout au début du marketing territorial !





FUTOURISM

Et quand ce n'est pas réussi, c'est que la démarche s'est limitée à une campagne de pub dans le métro



De quoi parle t on vraiment ?



Marketing territorial

« Ensemble des techniques qui permettent de construire et de développer l'attractivité d'un territoire »

Attractivité

« Capacité d'un territoire à rayonner, à promouvoir son offre et à attirer sur place, d'une manière ponctuelle ou permanente, des personnes et des capitaux »



Rayonner en termes de notoriété, d'image, de visibilité



Promouvoir ses entreprises, des produits et ses services, ses talents, ses savoir-faire...



Attirer des personnes (créateurs d'entreprises, touristes, étudiants, talents, chercheurs, cadres, médecins, retraités...) et des capitaux (entreprises, investisseurs...)

Le double objectif du marketing territorial

Le double objectif du marketing territorial

Rayonner en termes de notoriété, d'image, de visibilité

Promouvoir des entreprises, des produits et des services, des talents...

Attirer des personnes (talents, chercheurs, entrepreneurs, touristes, congressistes, médecins, étudiants, cadres, retraités...)

Attirer des capitaux (banquiers, investisseurs, promoteurs...)

Attractivité :

« La capacité d'un territoire à rayonner, à promouvoir son offre et à attirer, d'une manière ponctuelle ou permanente, des personnes, des évènements, des entreprises ou des capitaux »

Hospitalité :

« L'excellence d'un territoire en termes de qualité de vie, d'image positive auprès de ses parties prenantes internes, de qualité d'accueil ainsi que de sa capacité à maintenir sur son territoire des personnes, des évènements ou des entreprises »

Identité et image interne

Excellence de la qualité de vie et d'accueil

Maintenir des personnes (talents, chercheurs, entrepreneurs, touristes, médecins, étudiants, cadres, retraités...)

Maintenir des capitaux (banquiers, investisseurs, aménageurs, promoteurs...)

La réalisation d'une stratégie d'attractivité



Mais attention ne nous trompons pas d'objectif !

Développer une stratégie de marketing territorial ne veut pas toujours dire « créer une marque » mais
« se comporter comme une marque »

La marque c'est un moyen, la finalité c'est de faire partager une culture et une identité collective

JEUDI 9 NOVEMBRE 2017 • 18H30

Stade des Alpes • Grenoble

LANCEMENT D'UNE DÉMARCHÉ DE MARKETING TERRITORIAL

« Nous rendre plus attractifs vis-à-vis de l'extérieur et plus fiers de notre territoire grâce aux forces partagées de tous les acteurs. »

 GRENOBLE ALPES MÉTROPOLE



GRENOBLE-ALPES MÉTROPOLE
DEMARCHÉ MARKETING



ENQUÊTES EN LIGNE

www.lametro.fr

https://www.lametro.fr/actualite/169/104-attractivite-participez-a-l-enquete-en-ligne.htm

ATTRACTIVITÉ : PARTICIPEZ À L'ENQUÊTE EN LIGNE

Publiée le 22 novembre 2017

Avis aux habitants, aux étudiants, aux entrepreneurs et aux visiteurs : Grenoble-Alpes Métropole et ses partenaires économiques, universitaires, touristiques, sportifs et culturels réalisent jusqu'au 15 décembre 2017, une enquête sur l'image et l'attractivité de la métropole grenobloise.

À LIRE ÉGALEMENT

- Transition énergétique : place aux énergies renouvelables !
- Concours des commerces accessibles : le palmarès
- Climat : La sécheresse se prolonge
- Magazine Grenoble-Alpes Métropole : le nouveau numéro est sorti
- Incendie de la Casemate : l'association poursuit son travail et lance un appel au don
- Chantier : Le quartier de La Luire, à Échirolles, se refait une santé
- Aménagement : proposez vos idées



GRENOBLE-ALPES MÉTROPOLE

DEMARCHE MARKETING

FABRIQUES THEMATIQUES

sur la base des 1^{er} résultats des enquêtes

DECEMBRE

- L'attractivité du grand territoire grenoblois
- Hospitalité du territoire, dynamisme et qualité de vie
- Innovation collective, économie collaborative, créative et citoyenne, ESS
- Grenoble, une économie connectée à l'internationale
- Attractivité événementielle de la destination
- Grenoble, destination ville et montagne

JANVIER

- Attractivité universitaire



GRENOBLE • ALPES
MÉTROPOLITAIN



GRENOBLE-ALPES MÉTROPOLE
DEMARCHE MARKETING

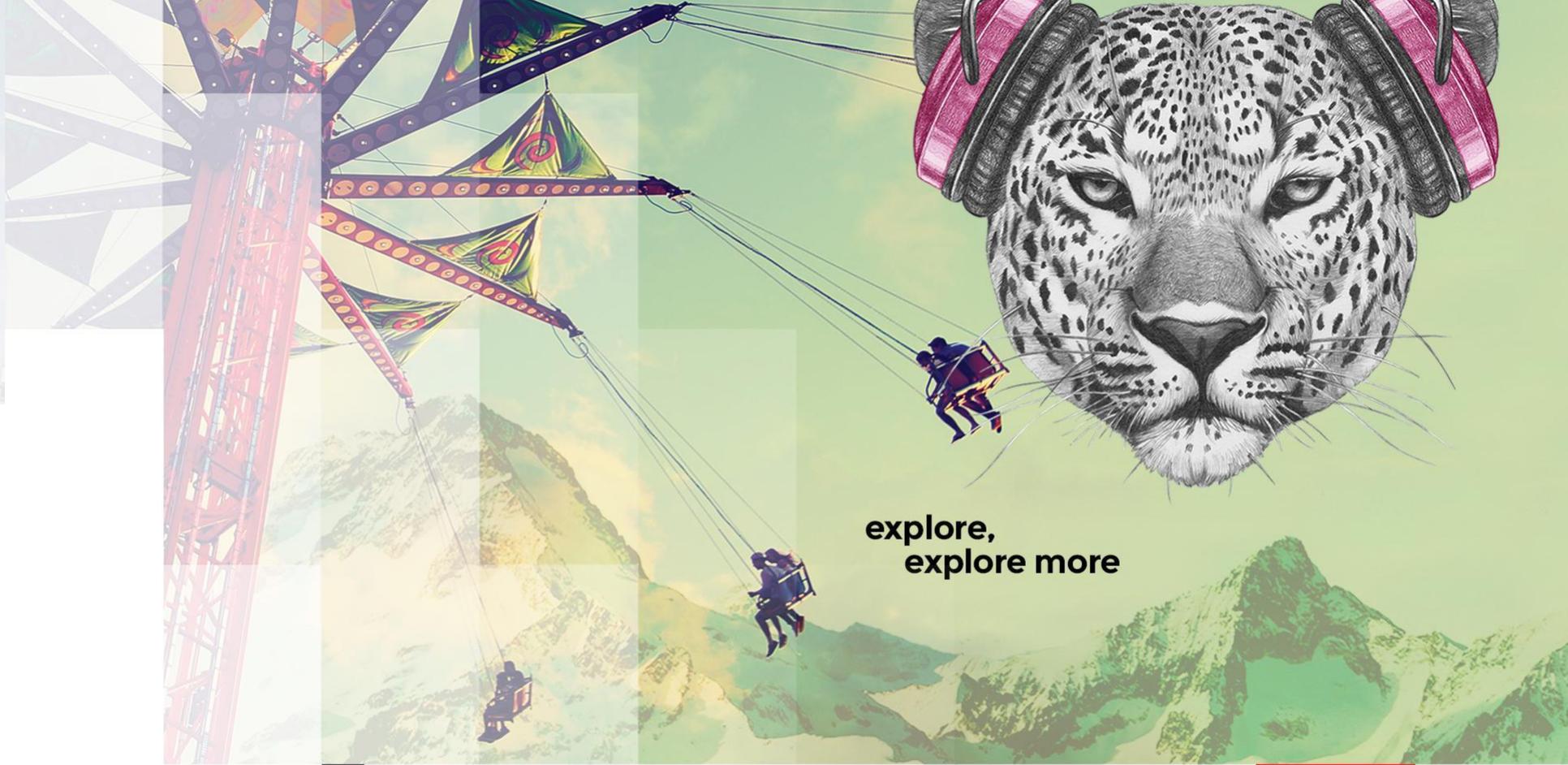
MARKETING TERRITORIAL

CALENDRIER

- Choix du prestataire : juillet 2017
- Mobilisation des acteurs et lancement : Novembre 2017
- Enquêtes 15 novembre /15 décembre
- Fabriques thématique : mi-décembre / janvier
- Plate-forme web de contributions : mi-décembre / janvier
- Diagnostic et orientations stratégiques : printemps 2018
- Positionnement et cahier des charges pour la création d'un code de marque : été 2018
- Plan d'actions marketing comprenant l'organisation territoriale : septembre 2018



GRENOBLE • ALPES
MÉTROPOLITAIN



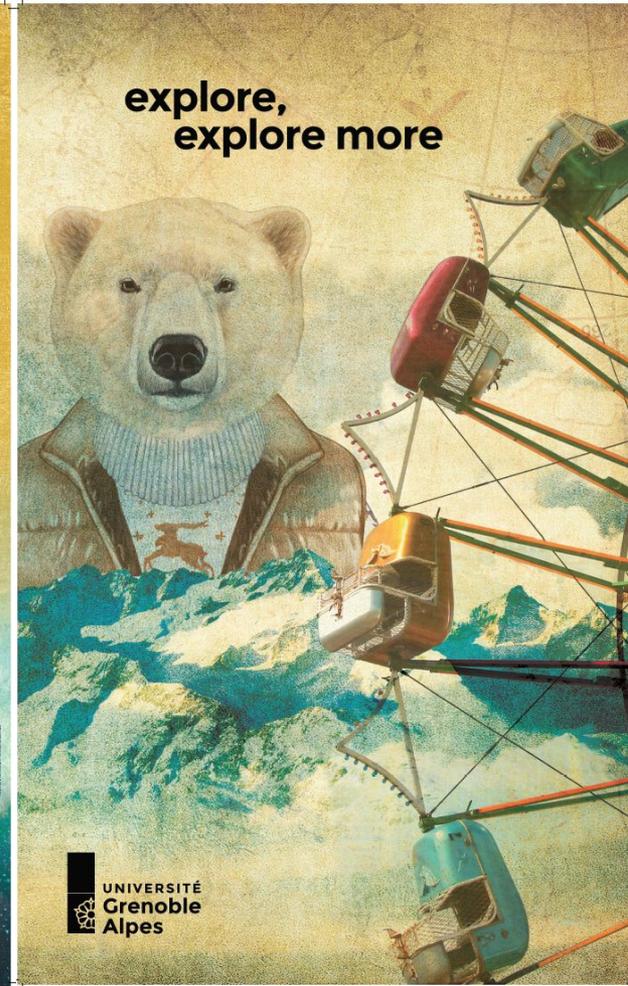
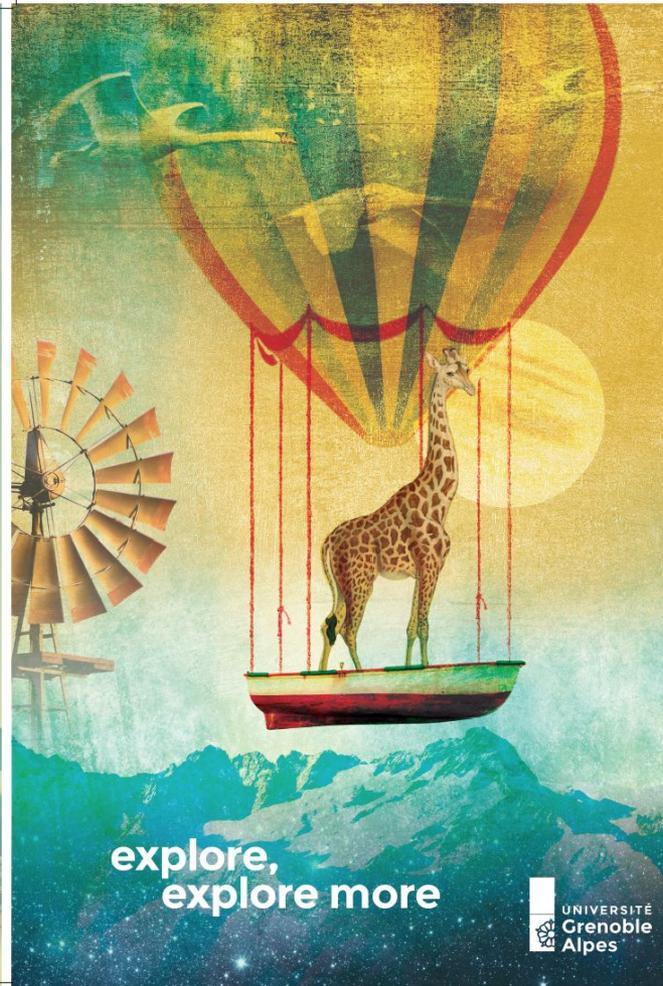
explore,
explore more



Le déploiement de la marque de l'Université Grenoble Alpes



Les visuels de la campagne de marque



Pourquoi une campagne de marque ?

- Un travail déjà entamé sur un logo depuis 2016, naissance de l'Université Grenoble Alpes... mais cela ne suffit pas à traduire nos valeurs et nos ambitions et à nous distinguer au niveau national et international. Il nous faut créer une marque, une représentation de nos valeurs, de la valeur de nos diplômés, de notre force d'attractivité sur notre territoire et au-delà.
- Comment est née la nouvelle marque de notre nouvel établissement ?
 - Séminaire en Avril 2016, avec les équipes politiques et administratives sur "Qu'est ce qui fait l'ADN de l'UGA" : ressortent les concepts de « pionnier, innovation, transdisciplinarité », et l'ambition d'une université de rang mondial ancré sur son territoire Grenoble Alpes.
 - Un constat : au niveau national, aucune université ne se distingue réellement, ne sort du cadre
 - Notre graphiste a imaginé un univers onirique qui traduit tout cela, et permet de nous projeter émotionnellement dans ces valeurs. C'est la rencontre des imaginaires, la croisée des chemins entre le vivant et la technologie, dans un territoire (géographique, académique, scientifique...) qui nous est familier mais qu'il nous reste à explorer sans relâche...
 - Un manifeste et une signature de marque « explore, explore more » ont été proposés par une agence de communication « Campus com » à partir des visuels réalisés
- Cet univers a été déployé tout au long de l'année 2017 auprès des personnels, des étudiants, du grand public : carte de vœux 2017, cérémonie de vœux 2017 avec clip de marque ; campagne d'affichage public dans la ville, habillage d'un tramway sur nos réseaux sociaux...
- <https://www.youtube.com/watch?v=USbonmDZkrc&t=4s>

Octobre 2017 : Le tramway des explorateurs de l'UGA...



Synthèse des discussions sur l'appel à projets

Changer le titre du document d'appel à projet en appel à participation ou à contribution

- Terme qui semble plus approprié cf la diversité des façons de participer
- Servira à recenser les intentions de projets, les structures qui souhaitent accueillir un projet, mettre à disposition une ressource (salle, compétences, expos...

Programme culturel envisagé sur plusieurs saisons thématiques

2018-2019 : les sciences de l'univers

2019 à 2021 : environnement/biodiversité et sciences de la terre

Comment répondre à l'appel à participation ?

- Associer un formulaire réponse à l'appel à participation
- Indiquer une personne contact
- Indiquer le lien vers Echosciences

Quelles formes peut prendre l'accompagnement de projets ?

- Adapté en fonction des besoins et des porteurs de projets
- Recherche de financements, d'expos, mise en contact avec un autre porteur de projet, avec un scientifique, avec un partenaire culturel...

Appel à participation - revu et corrigé

Appel à participation “Une saison dans les étoiles”

Par La Casemate et Grenoble-Alpes Métropole

En 2018, La Casemate et Grenoble-Alpes Métropole invitent les acteurs de la culture scientifique à contribuer à un premier grand événement annuel, nommé “Une Saison dans les étoiles”. Cette saison de diffusion de la culture scientifique se déroulera entre septembre 2018 et août 2019 sur le thème des sciences de l’univers et sera suivie de deux autres saisons, portant respectivement sur l’environnement et les sciences de la terre. L’objectif de ces événements est d’offrir aux publics une meilleure visibilité de la culture scientifique sur leur territoire, de les inciter à découvrir des lieux culturels et scientifiques et à s’impliquer dans des actions participatives autour de sujets sciences-société. Cet appel à participation vise à rassembler le plus grand nombre d’acteurs autour de ce projet. La Casemate les accompagnera en fonction de leurs besoins et valorisera largement leurs actions par différents dispositifs.

Cet appel s’adresse aux partenaires suivants : acteurs de la culture (associations culturelles, scientifiques et estudiantines, musées, MJC, salles de spectacle, collectivités...), de l’éducation (établissements scolaires de la maternelle au lycée, enseignants...), de la recherche scientifique (instituts de recherche, laboratoires...), artistes, etc.

Vous pouvez proposer un projet, une intention de projet ou une contribution (mise à disposition de salle, d’exposition, d’animation, de personnel...) pour participer à cette saison.

Du côté des scolaires !

> Vous êtes un enseignant et vous aimeriez monter un projet avec des acteurs de la culture scientifique ?

> Vous êtes un membre d’association, un chercheur, un artiste, etc. et vous souhaitez travailler avec une classe ?

La Casemate peut vous aider à entrer en contact.

L’événement / le projet devra obligatoirement répondre aux critères suivants :

- il sera ouvert à tous et s’adressera à un large public de non spécialistes
- il respectera une ou plusieurs thématiques listées ci-dessus
- il sera mis en oeuvre entre septembre 2018 et août 2019
- il sera mis en oeuvre dans la Métropole de Grenoble et les territoires proches

Suite appel à participation

Cet appel à participation concerne des projets culturels sur les thématiques suivantes :

- Astronomie, astrophysique, sciences de l'univers
- Exploration spatiale, les humains dans l'espace (pionniers.ières, santé, psychologie, alimentation...), les programmes européens de recherche...
- Imaginaire des sociétés autour de l'espace (cosmogonie, mythologie...)
- Histoire des sciences spatiales et des technologies conçues grâce au spatial
- Création autour de l'espace (astrophotographie, science-fiction...)
- Applications du spatial dans notre quotidien, la vie, les technologies du spatial

Une attention particulière sera portée aux projets / événements qui répondent à un ou plusieurs critères suivants :

- il est co-construit et permet de recueillir et de mettre en valeur la parole et la créativité des publics (ex : débats, ateliers, construction commune d'un dispositif, etc.)
- il met en valeur la méthode scientifique, l'esprit critique, la curiosité...
- il est envisagé / construit / animé par un réseau d'acteurs

Les propositions seront examinées par La Casemate pour vérifier l'adéquation avec les objectifs définis et les thématiques "Une Saison dans les étoiles" 2018-2019 et bénéficieront à ce titre :

- de la valorisation de leur projet / événement dans une programmation culturelle riche à l'échelle de la Métropole
- d'une communication large autour de la saison
- d'un accompagnement au montage de projets : recherche d'intervenants, de publics (classes...), utilisation des machines du Fab Lab, moyens du Media Lab, aide à l'établissement d'un budget...

Le porteur de projet devra s'assurer de la faisabilité de son projet en recherchant les financements correspondants. Un forum des projets permettant de rechercher des partenaires et de mutualiser les moyens des participants sera organisé par La Casemate à la clôture de l'appel à participation. La programmation de la saison pourra s'appuyer sur des événements culturels existants comme la Fête de la Science, le Printemps du livre, la Nuit des musées, la Nuit des étoiles...

Date limite de retour des propositions : 26 janvier 2018

Contact : Elodie Weber - elodie.weber@lacasemate.fr 04 76 44 88 77

Pour plus d'informations , rendez-vous sur Echosciences Grenoble :

<https://www.echosciences-grenoble.fr/communautes/une-saison-dans-les-etoiles>

Synthèse de la séance de créativité

Les démarches de Grenoble Alpes Métropole [stratégie de marketing territorial] et de l'UGA [stratégie de marque]

- Sont inspirantes sur la nécessité pour nous de travailler sur les valeurs que nous partageons afin de poursuivre des collaborations gagnant-gagnant sur le long terme. Dans la perspective de l'équipement de CSTI sur le site des Moulins de Villancourt, nous devons envisager les complémentarités de programmation entre les actions menées par les partenaires locaux pour un public de proximité et le projet culturel de l'équipement à venir
- Sont motivantes pour le réseau des acteurs de CSTI qui souhaite s'associer à la stratégie de marketing territorial afin que la culture scientifique et technique soit également un facteur d'attractivité et d'hospitalité sur notre territoire

L'appel à participation

- Il remplit plusieurs objectifs
 - Informer largement les acteurs potentiels de la démarche lancée par La Casemate et La Métro
 - Identifier les porteurs de projets, les contributeurs, tous ceux qui souhaitent s'inscrire dans la démarche et proposer un projet
 - Recenser les structures qui souhaitent s'impliquer dans les projets de CSTI

Associer // croiser les programmes culturels

- Vous cherchez une idée de projet ou d'événement à organiser pour la "Saison dans les étoiles" 2018-2019 ? Voici quelques grands événements, organisés dans l'agglo, la France ou au-delà (liste non exhaustive bien sûr), qui peuvent vous inspirer ou au sein desquels vous pouvez inscrire votre projet. Pour en découvrir d'autres, rendez-vous dans l'agenda d'Echosciences Grenoble !
- Fiche récapitulative à télécharger ici : <https://www.echosciences-grenoble.fr/communautes/une-saison-dans-les-etoiles/ressources>

Prochain rendez-vous :

26 Juin 2017	Initialisation du processus : créativité collective pour identification fil rouge ; identification des acteurs à mobiliser
Lundi 2 Oct 2017	Finalisation du fil rouge ; travail sur la programmation
Lundi 4 Déc 2017	Élaboration du programme
27 Février 2018	Finalisation du programme
Mars 2018	Plan de communication et organisation
Mai 2018	Bon-à-tirer programme culturel
Juin 2018	Publication du programme, présentation à la presse, annonce de la création de l'EPCC