



## **[VILLE] MEMBRE FONDATEUR** **AVIGNON Terres de création :** **ensemble pour faire rayonner le territoire**

Initiée en 2016, la démarche de marketing du territoire avignonnais fédère aujourd'hui près de 100 partenaires. Les maires du Grand Avignon se sont mobilisés dès le départ dans cette dynamique, pour porter collectivement une stratégie d'attractivité globale. Porte-étendard de cette ambition commune : la marque territoriale AVIGNON Terres de création, visant à valoriser notre territoire pour accroître son attractivité auprès des entreprises, des investisseurs, des étudiants..., et de conforter la présence des acteurs contribuant à son dynamisme.

### **Une marque pour faire rayonner le territoire**

Avec la marque AVIGNON Terres de création, le territoire prend la parole, affirme ses singularités et valorise le sentiment et la fierté d'appartenance qui anime toutes celles et ceux qui vivent et entreprennent à Avignon. Cette marque est un drapeau commun, la proue de la stratégie d'attractivité, qui permettra de gagner en visibilité, en notoriété et en compétitivité.

Le langage commun qu'elle porte contribue à identifier et distinguer le territoire à l'extérieur et à l'intérieur de ses frontières.

La marque dispose aujourd'hui d'un site internet et d'une présence sur les réseaux sociaux, d'autres actions font la promotion du territoire (participation à des salons, accueil de délégations, relations publiques, webmarketing) auprès de cibles économiques, notamment.

### **Des atouts remarquables à mettre en lumière**

Le territoire Avignonnais est riche d'une identité singulière, fort d'une excellence économique, fondée sur sa capacité à valoriser les multiples ressources locales avec un esprit créatif, voire visionnaire.

Nourri par cette énergie, le territoire entreprend une exceptionnelle mutation autour de projets urbains ambitieux (Avignon Confluence). C'est un éco-système entrepreneurial dynamique, un foncier abordable et diversifié (Technopôle Grand Avignon, Parc industriel du Plan...), qui préfigurent la ville de demain, audacieuse, éco-responsable, harmonieuse et agréable à vivre. Il investit également sur le plan économique, en apportant son soutien aux réseaux et filières d'activités stratégiques (industries créatives et culturelles, Food & Ingredients, activités aéronautiques), en structurant l'offre foncière et immobilière à destination des entreprises, et en favorisant le développement du tourisme d'affaires.

### **Une forte implication du monde économique**

Près d'une centaine d'entreprises ont déjà rejoint la démarche et vont contribuer à nourrir le projet de développement du territoire. Ils sont aussi de véritables ambassadeurs et bénéficient en retour des actions de promotion menées sous l'égide de la marque. Un partenariat gagnant-gagnant qui a vocation à s'amplifier. Parallèlement, les membres de la gouvernance coopèrent et mutualisent leurs moyens pour mettre en œuvre la stratégie d'attractivité.

**Vous souhaitez devenir Partenaire de la marque AVIGNON Terres de création ?**  
**Inscrivez-vous dans la rubrique « Participer » du site [avignon-terresdecreation.com](http://avignon-terresdecreation.com)**

**Renseignements : AVIGNON Terres de création**

04 90 84 47 84

[bienvenue@avignon-terresdecreation.com](mailto:bienvenue@avignon-terresdecreation.com) - [avignon-terresdecreation.com](http://avignon-terresdecreation.com)



AVIGNON

TERRES DE CRÉATION

## MEMBRES FONDATEURS DE LA MARQUE TERRITORIALE

### LE MODE D'EMPLOI DE LA MARQUE PARTAGÉE

En tant que membre actif de la gouvernance Avignon Avenir Ambition, vous êtes un relais clef de la promotion de la marque territoriale AVIGNON Terres de création et de son actualité.

*Cette marque est la vôtre ! Et c'est un capital qu'il nous faut faire fructifier ensemble.*

Ce document rappelle les actions que nous vous proposons de mener pour donner de la visibilité à notre marque territoriale et valoriser votre implication dans cette dynamique partenariale.

1

#### VALORISEZ VOTRE ENGAGEMENT POUR LA MARQUE DANS VOTRE COMMUNICATION INSTITUTIONNELLE

- Intégrez sur votre site internet et dans vos documents institutionnels une présentation de la démarche de marketing territorial (vous pouvez reprendre ou exploiter le texte proposé ci après).
- Créer un lien depuis votre site sur celui de la marque territoriale [avignon-terresdecreation.com](http://avignon-terresdecreation.com), en utilisant par exemple le bandeau disponible sur la clé USB. Plus nous développerons de liens vers ce site, plus nous contribuerons à son bon référencement et en ferons le point d'entrée de la promotion de notre territoire.
- Inclure le logo « membre fondateur » joint sur la clé USB dans vos supports de communication.

2

#### INFORMEZ VOS COLLABORATEURS ET INCITEZ-LES À ÊTRE EUX AUSSI DES AMBASSADEURS DE LA MARQUE

- Dès le lancement officiel de la marque territoriale (septembre), nous vous suggérons d'informer l'ensemble de vos collaborateurs de la démarche de marketing territorial, de votre rôle dans ce cadre et des moyens mis en place (site, réseaux sociaux, newsletter, programme d'événements). N'hésitez pas à leur diffuser les goodies à l'effigie de la marque et à les inciter à en être individuellement des ambassadeurs.

Nous pouvons, si vous le souhaitez, venir dans votre structure présenter l'ensemble de ces éléments.



3

### SUIVEZ-NOUS SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX ET PARTAGEZ NOTRE ACTUALITÉ

- Nous vous invitons à vous abonner aux comptes que nous ouvrons sur Facebook et Instagram, à liker et partager nos posts et à valoriser votre partenariat sur les réseaux sociaux.

La marque territoriale sera progressivement présente sur LinkedIn, Twitter et le réseau territorial « Lâchez les watts »

Chaque mois, vous serez destinataires de la newsletter de la marque : relayez les articles qui vous semblent intéressants pour vos collaborateurs ou vos cibles externes.

4

### ALIMENTEZ L'ACTUALITÉ DE LA MARQUE

- Soyez proactifs et faites nous part d'informations qui peuvent alimenter la marque territoriale (site et réseaux sociaux).

En restant en veille permanente, en (nous) communiquant les actualités, en diffusant les informations de vos réseaux, qui viennent nourrir la promesse de la marque, vous contribuez à l'efficacité de notre stratégie de promotion commune.

5

### ENCODEZ VOS ÉVÉNEMENTS AVEC LA MARQUE TERRITORIALE

- Vous organisez un événement qui a une forte attractivité et participe, par son contenu, à nourrir la promesse AVIGNON Terres de création, vous pouvez « encoder » cet événement en utilisant le logo de la marque territoriale (voir en page 20 du livret de marque).

Nous en ferons la promotion sur les outils de la marque.

À noter : le choix d'encoder un événement avec la marque nécessite une validation préalable pour s'assurer que ce dernier répond aux arguments et valeurs portés par la marque (cf. livret de marque).

Contact : Marion Nussbaumer

6

### SOYEZ FORCE DE PROPOSITION

- Vous envisagez un sujet pour les Rencontres de l'attractivité, vous pensez opportun d'organiser un événement collectif, associant tout ou partie des membres de la gouvernance et de leurs réseaux, vous souhaitez conduire une étude, une enquête relative à l'attractivité de notre territoire ; proposez vos idées, partagez-les au sein du comité de pilotage AVIGNON AVENIR AMBITION.

### BONNES PRATIQUES

> Nous vous suggérons d'identifier dans votre structure une personne ressource, idéalement en charge de la communication, qui sera le relais de la marque et notre interlocuteur technique pour le déploiement des actions.

> Nous vous invitons à partager :

- vos bases de données pour bâtir des listes de contacts/prospects/relais,
- vos actualités,
- vos ressources photos et vidéos pour constituer une banque iconographique commune et de qualité.



### LES ÉLÉMENTS MIS À VOTRE DISPOSITION SUR LA CARTE-CLEF USB

- Votre logo de membre fondateur.
- Des bandeaux à utiliser sur votre site web et vos réseaux sociaux.
  - Le livret de marque AVIGNON Terres de création
  - Une proposition de texte présentant votre association à la démarche de marketing territorial que vous pourrez utiliser, en l'état ou avec les adaptations que vous jugerez utiles, pour communiquer sur vos outils et en direction de la presse.
    - Ce document au format pdf
  - L'invitation à la soirée de lancement de la marque.
- Un clip en animation « de la gouvernance AAA à la marque territoriale »



## LA MARQUE TERRITORIALE ET SES DÉCLINAISONS

### QUI PEUT UTILISER QUOI ET COMMENT ?

La force d'une marque réside dans la qualité et la cohérence de son usage.

AVIGNON Terres de création est une marque déposée.

Son usage est encadré par un guide de marque, dont quelques grands principes sont ici rappelés.

#### LA MARQUE TERRITORIALE : UN USAGE RÉSERVÉ

aux support de communication produits  
par Avignon Avenir Ambition :

- le site [avignonterresdecreation.com](http://avignonterresdecreation.com), les réseaux sociaux, les éditions, les publicités.
- les membres fondateurs, les partenaires économiques ne peuvent pas l'utiliser, sauf accord express du Grand Avignon.
- Le choix de la version utilisée (fond couleur + taille de la signature « Terres de création ») dépend de la couleur de fond et de la taille d'usage de la marque, et donc de sa lisibilité.



AVIGNON  
TERRES DE CRÉATION



#### LES LABELS : POUR LES PARTENAIRES

- Les membres fondateurs, les partenaires officiels, les Made In et les ambassadeurs peuvent (et sont invités à) utiliser leur label sur tous leurs outils de communication pour marquer leur engagement : site internet, éditions, signatures de mails, réseaux sociaux... Différentes versions du label sont proposées dans le kit partenaires.



## LE LABEL ÉVÉNEMENTIEL

• Les événements majeurs du territoire, qui contribuent à son attractivité, sont invités à utiliser dans leur communication le label événementiel.

### COMMENT FAIRE ?

- **Étape 1** / Demander l'accord pour labéliser l'événement auprès de Marion Nussbaumer :  
T +33 (0)4 90 84 47 84  
marion.nussbaumer@grandavignon.fr
- **Étape 2** / Respecter les règles d'usage (positionnement, taille et couleur) rappelées ci-après.
- **Étape 3** / Présenter les maquettes des supports de communication pour validation à Marion Nussbaumer.



## POSITIONNEMENT

- Dans ce cas, la marque est systématiquement positionnée **en haut et à droite** des visuels promotionnels de l'événement, permettant ainsi de valoriser la cohérence de l'événement avec les valeurs et l'image du territoire portées par la marque.
- Le label événementiel **associe systématiquement la marque et son cartouche**, qui doit se distinguer de la couleur du fond sur lequel il est apposé.



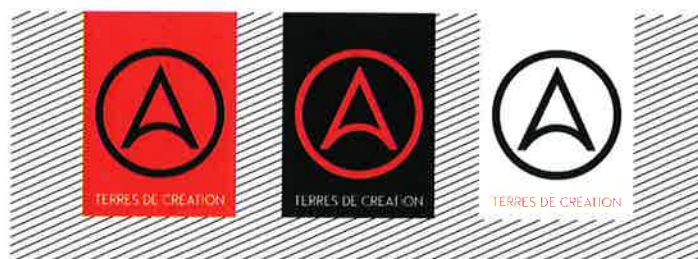
Mauvais usage



Bon usage

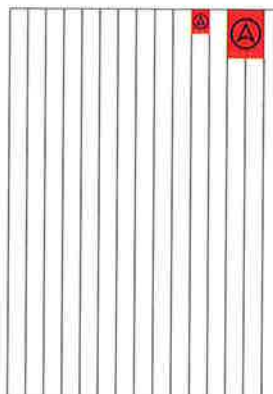
## COULEURS

- Selon l'ambiance graphique du visuel, **trois versions sont utilisables**.
  - > sur fond foncé, privilégier le rouge ou le blanc.
  - > sur fond clair, privilégier le noir ou le rouge.

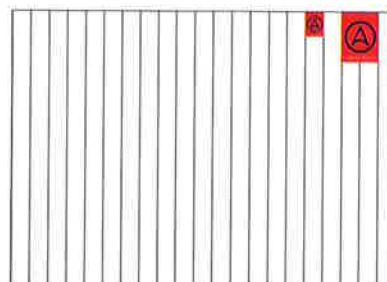


## TAILLE D'UTILISATION

- La taille du label événementiel s'équilibre et se positionne sur une grille horizontale.
- Elle est donnée ici à titre d'exemple sur une grille A4; elle sera à adapter par le prestataire en fonction de l'équilibre graphique du visuel qu'elle va accompagner.



Format A4 vertical / Grille 15 colonnes



Format A4 horizontal / Grille 21 colonnes



AVIGNON

TERRES DE CRÉATION

## 8 RAISONS DE CHOISIR AVIGNON

Faire le choix d'Avignon,  
c'est bénéficier d'un territoire à forte notoriété et d'infrastructures d'accès optimales,  
c'est s'inscrire dans une dynamique locale aux réseaux agiles et efficaces,  
c'est choisir un art de vivre envié dans toute l'Europe.

1

### JOUER PLACÉ SUR L'ÉCHIQUIER EUROPÉEN

Idéalement située en Provence, Avignon est au carrefour des échanges Nord/Sud et Est/Ouest européens par route, rail et fleuve. Une place géostratégique prochainement confortée par le projet de transformation du combiné rail/route actuel en plateforme trimodale sur le secteur d'Avignon Confluence et le bouclage de la liaison est-ouest. Une situation idéale pour accéder et rayonner sur les marchés de l'Europe du Sud.

2

### UN RAPPORT POIDS PUISSANCE UNIQUE

Avec 186 000 habitants, 35 000 entreprises, 65 000 emplois, 10 000 étudiants, 1 000 chercheurs, Avignon est un territoire à taille humaine, mais bénéficie d'une notoriété internationale, fondée sur son patrimoine classé et son festival. Le dynamisme de ses filières économiques stratégiques : Food & Ingredients, Industries culturelles et créatives, Activités aéronautiques Sol-Air, positionne aujourd'hui Avignon parmi les territoires à investir.

3

### L'ART DE MARIER TRADITION ET MODERNITÉ

Avignon a toujours su réinventer son patrimoine et favoriser l'hybridation de ses savoir-faire d'excellence. Les industries culturelles, avec quelques 300 starts-up, boostées par le label French Tech Culture, tirent parti d'un environnement bouillonnant. Avec The bridge, plate forme européenne de développement de solutions numériques autour de l'évènementiel et des contenus culturels, Avignon invente la culture du futur. En imaginant des solutions numériques de surveillance des cultures en drone, Avignon met la technologie au service d'une gestion optimisée des terres agricoles. En reconstituant le pont d'Avignon en réalité augmentée, Avignon invite ses 600 000 touristes annuels à une lecture inédite de son histoire.



4

## UN TECHNOPOLE OÙ IL FAIT BON INVESTIR

Poumon de la dynamique économique du territoire, Avignon Technopôle, c'est 400 hectares dédiés au monde de l'entreprise, de la connaissance et de la formation, au cœur d'un environnement épanouissant. Ici, 300 entreprises, 5 500 emplois, 3 000 étudiants, 6 centres de recherche, 2 pôles de compétitivité et plus de 150 entreprises en pépinière développent l'esprit campus-cluster. Autour de l'aéroport et de la présence du pôle de compétitivité Safe, la filière des Activités aéronautiques Sol-Air prend son envol. Et les acteurs de la filière Food & Ingredients, boostés par le pôle de compétitivité Terralia et son fonds d'investissement Venture Innovation, l'INRA et l'université inventent les systèmes de culture, les éco-procédés agricoles et agroalimentaires et l'alimentation de demain (AgTech, WineTech, FoodTech).

**3<sup>e</sup>** ville la plus « business friendly » pour son écosystème, **5<sup>e</sup>** au classement général,  
**7<sup>e</sup>** pour ses infrastructures, sur 46 villes de 100 000 à 200 000 habitants

(palmarès L'Entreprise-L'Expansion et Ellipse 2016)

5

## LE GOÛT DE LA VIE

Capitale des Côtes du Rhône, terre de soleil et de vent, de senteurs et de saveurs, le territoire réveille les sens et invite à prendre le temps de (bien) vivre. Avec ses nombreux marchés de producteurs, ses restaurants, dont 3 étoilés au guide Michelin, son ambiance provençale, ses terrasses animées, dès les beaux jours, son goût du beau et du bon, Avignon incarne l'art de vivre à la française. Sans oublier les Alpilles, le Ventoux et la Méditerranée, à moins de 2h, pour des escapades sportives ou reposantes.

6

## AVIGNON EN MOUVEMENT

Avignon rayonne sur un bassin de vie de 500 000 habitants, mais c'est aussi un territoire compact, où tout est accessible rapidement. La prochaine mise en service du tramway (2019) et de lignes de bus à haut niveau de services vont rapprocher et embellir les quartiers desservis. Le développement de l'usage des modes doux, des pistes cyclables sont au cœur des projets d'aménagement. Inscrit dans les programmes « villes respirables » et « TEPCV\* », le territoire d'Avignon bâtit un avenir sain et durable.

\*Territoires à énergie positive pour la croissance verte.

7

## UN CŒUR FESTIF ET INSPIRANT

Classé au patrimoine mondial de l'Unesco et mondialement connu, le cœur historique d'Avignon dégage une atmosphère unique et inspirante. Dans ce dédale de ruelles et de placettes, autour de l'imposant Palais des Papes, se mêlent et s'interpellent festivaliers, touristes, starts-up du numérique, étudiants, artistes dans une ambiance joyeuse et animée. L'âme d'Avignon se vit ici.

Bénéficiant d'une ambitieuse politique d'embellissement et d'aménagement, le centre historique accueille depuis peu le pôle d'œnotourisme Carré du Palais, qui offre des boutiques-ateliers consacrées au monde des Grands Ferments, une école des vins, des restaurants et une résidence hôtelière.

8

## CONFLUENCE : UNE VILLE D'AVANCE

Au confluent du Rhône et de la Durance, tout près de la gare TGV, se déploie sur 100 hectares, le grand projet urbain Avignon Confluence. 450 000 m<sup>2</sup> constructibles à terme pour créer la ville du XXI<sup>e</sup> siècle : connectée, verte, active, économe en énergie, ouverte sur son fleuve. Piloté par le célèbre urbaniste barcelonais Joan Busquets de l'agence BAU, le projet urbain Avignon Confluence est une terre d'opportunités et d'innovation urbaines.