



Marketing territorial & Licensing

Dans un contexte concurrentiel national et international important, la Métropole Nice Côte d'Azur a souhaité se doter d'une **stratégie de marketing territorial**.

Portée par la Métropole et partagée tant par les acteurs publics que par les acteurs privés, la démarche vise à développer l'attractivité économique de la Métropole Nice Côte d'Azur en **valorisant ses spécificités et son identité**.

Les principaux enjeux de cette stratégie lancée en 2017 sont les suivants :

- Se doter d'une stratégie d'attractivité holistique et transversale intégrant tous les secteurs d'activités (économie, tourisme, sport, culture...)
- Mobiliser massivement les entreprises dans la démarche d'attractivité et de marketing territorial et dans la gouvernance pour fédérer les acteurs autour d'une démarche collective, d'une identité partagée et d'une communication unique
- Mettre en synergie des moyens techniques et humains pour développer l'attractivité au niveau national et international
- Développer une marque partagée, différenciante, et une stratégie d'ambassadeurs.
- Protéger et promouvoir le patrimoine immatériel du territoire grâce au licensing de marque et aux produits dérivés.

Licensing de marques et produits dérivés

Pleinement intégrée à la stratégie de marketing territorial, la métropole Nice Côte d'Azur lance **une démarche de licensing de ses marques**. En effet, la métropole Nice Côte d'Azur possède un riche patrimoine immatériel sous forme de marques déposées à l'INPI. La commercialisation de produits dérivés permettra d'accroître la notoriété de ces marques existantes, parfois déjà connues (et reconnues), ou des marques en projet. **Nouveau lieu de vente des produits sous licence, la Maison de Nice a ouvert en octobre 2017.**

Objectifs

- ▶ **Construire une gouvernance économique métropolitaine public-privé**
- ▶ **Développer une stratégie de marque en fédérant les acteurs**
- ▶ **Exporter une image valorisante de la Métropole en France et dans le monde**

Focus

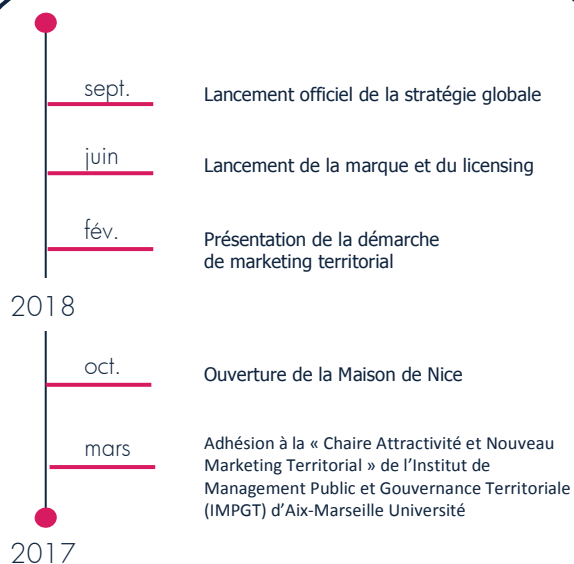


La Maison de la Métropole à Paris

Pour promouvoir ses innovations, assurer sa visibilité sur la scène nationale et internationale, exporter son image et contribuer à l'attractivité économique du territoire, la Métropole a également souhaité se doter d'un **bureau de représentation à Paris : la Maison de la Métropole**.

Direction autonome du développement économique mais véritable bras armé, ce bureau parisien a pour but de **consolider le positionnement nouveau de la Métropole comme territoire « Business friendly »** parmi les grandes métropoles européennes et permet de rencontrer les cibles de prospections (entreprises, investisseurs, opérateurs immobiliers, représentations diplomatiques).

Calendrier



PROJET LANCE