

- assurer une veille sur la recherche et les meilleures pratiques du marketing territorial dans le monde ;
- améliorer la formation et le partage d'information sur le marketing territorial le plus innovant et performant ;
- favoriser la mise au point de nouveaux modèles et outils opérationnels de marketing territorial.

La Chaire, qui se positionne comme une « Chaire de territoires » dans l'esprit des « Chaires d'entreprise », se caractérise par trois points :

- elle s'intéresse à l'ensemble des problématiques d'attractivité, que ce soit pour promouvoir l'offre des pays ou des territoires, pour faire venir des personnes (économie résidentielle, tourisme de loisirs, tourisme d'affaire, grands événements culturels, sportifs ou business) ou des capitaux (recherche d'investisseurs et de créateurs d'entreprises) et pour les maintenir sur le territoire ;
- elle est orientée vers l'innovation et les nouvelles pratiques du marketing territorial dans la mesure où celles-ci semblent performantes ;
- elle s'inscrit dans une approche « opérationnelle » de l'attractivité et du marketing territorial tant dans son enseignement (assuré essentiellement par des professionnels et basé sur des cas concrets et des retours d'expérience), dans sa recherche universitaire (accès à des synthèses portant sur une recherche opérationnelle, sur l'actualité et les meilleures pratiques internationales du marketing territorial) que dans le colloque annuel (échange et partage d'expériences concrètes entre professionnels)

ARTICLE 1 : OBJET

Aix-Marseille Provence Métropole devient co-fondateur de la Chaire.

La présente convention a pour objet de préciser la nature et les modalités du partenariat entre «**Aix-Marseille Provence Métropole**» et «**la Chaire**».

ARTICLE 2 : PROGRAMME ET ENGAGEMENT DE LA CHAIRE

La Chaire repose sur trois piliers :

1. Formation.

Elle se développe à travers d'une part le Master 2 « Marketing et Communication Publics » qui porte sur l'ensemble des secteurs du marketing territorial et est exclusivement assuré par des universitaires et des professionnels issus de collectivités territoriales ou de cabinets conseils spécialisés et, d'autre part, la formation spécifique d'élus et techniciens à la demande.

2. Recherche appliquée et publications

Elle diffuse les travaux de recherche universitaire sur le sujet : rédaction et publication de mémoires professionnels, de working papers, des communications, des articles, des ouvrages et des doctorats sur ces différents sujets. Elle identifie et analyse les nouvelles pratiques de marketing innovant et performant dans le monde pour en tirer des enseignements opérationnels pour les collectivités territoriales et les acteurs de l'attractivité et, ainsi, réfléchir à de nouveaux modèles stratégiques et opérationnels de marketing territorial ;

Pour cela, la Chaire réalise une veille permanente sur la recherche universitaire et les meilleures pratiques du marketing territorial dans le monde.

La Chaire publie tout au long de l'année des synthèses des réalisations les plus remarquables et un rapport annuel sur les nouvelles tendances et pratiques du marketing territorial : « Place Marketing Trends ».

3. Place Marketing Forum

Le Place Marketing Forum est une rencontre internationale, organisée par la Chaire, chaque année, qui s'est donnée pour objectif de présenter, échanger et récompenser les meilleures pratiques du marketing territorial dans le monde.

Les orientations stratégiques de la Chaire sont définies par les fondateurs en liaison avec les partenaires officiels dans le cadre du Comité d'orientation de la Chaire.

« La Chaire » s'engage à :

- d'une part à réunir au moins une fois par an les fondateurs de la Chaire (avec les partenaires) pour présenter le bilan de la Chaire et définir avec eux les orientations de l'année suivante ;
- et d'autre part à les consulter, chaque fois que cela sera nécessaire, sur toute décision majeure qui engagerait la stratégie et l'avenir de la Chaire.

La Chaire affiche une grande ambition : se positionner comme un leader européen de la recherche et de l'enseignement sur le marketing territorial innovant et performant.

4. Engagement spécifique

La « Chaire d'attractivité » assurera une mission d'accompagnement de la Métropole (plus particulièrement auprès de la Direction de l'Attractivité et de la Promotion internationale) dans la mise en place d'un dispositif d'attractivité performant, co-construit et partagé par ses partenaires.

Dans cette perspective, seront notamment tenues des réunions techniques chaque année ayant pour objet de valider ou orienter le contenu stratégique de la démarche globale d'attractivité.

La Chaire pourra être amenée à assurer d'autres prestations à définir en dehors du cadre de la présente convention.

ARTICLE 3 : ENGAGEMENT RECIPROQUES DE LA CHAIRE ET DES FONDATEURS

1. « Aix-Marseille Provence Métropole » bénéficiera, en tant que co-fondateur de la Chaire, des possibilités et services suivants :

- une participation active dans les orientations et le contenu de la Chaire à travers un droit de vote dans le comité d'orientation et des échanges avec les membres de la Chaire;
- l'utilisation du statut de « fondateur de la Chaire » et de son logo dans sa communication ;
- la présence de son nom et/ou de son logo, suivant le contexte, sur les principaux documents d'information et de communication de la Chaire ainsi que sur ceux transmis aux médias lors du colloque annuel (Place Marketing Forum) ;
- l'accès à une sélection des meilleures pratiques enregistrées tout au long de l'année dans la base (tout au long de l'année) ;
- un accès au forum annuel (Place Marketing Forum) sur les tendances et nouvelles pratiques du marketing territorial permettant retour d'expériences, partage et échange avec d'autres territoires performants dans le monde;
- la priorité d'accès à toutes les publications développées dans le cadre de la Chaire par les titulaires de la Chaire, les enseignants-chercheurs, les étudiants, les experts et intervenants extérieurs ;
- la possibilité, lorsque les auditeurs n'ont pas choisi leur thème de mémoire, de proposer des thématiques sur;
- la possibilité, en accord avec la direction de la Chaire, de parrainer un prix lors du colloque annuel ;
- la possibilité de recruter, dans d'excellentes conditions, des étudiants formés à l'attractivité et au nouveau marketing territorial (projets, stages et emplois).

2. « Aix-Marseille Provence Métropole » confirme son souhait de s'inscrire dans une démarche à long terme et s'engage :

- à développer tous ses efforts pour soutenir la Chaire dans ses différentes actions ;
- à diffuser l'information de sa participation à la Chaire dans ses propres outils d'information et de communication;
- à relayer l'information de la Chaire auprès de ses équipes et ses partenaires et, dans la mesure du possible auprès de ses propres contacts, en particulier sur le master et la rencontre annuelle.

ARTICLE 4 : PILOTAGE

La Chaire est pilotée par un Comité d'orientation et un Conseil scientifique présidés par le Directeur de la Chaire.

1- Le comité d'orientation

Le Comité d'orientation regroupe les membres fondateurs et les membres partenaires. Seuls les membres fondateurs disposent d'un droit de vote. Ce comité propose les grandes orientations pour la Chaire à la majorité simple.

« Aix-Marseille Provence Métropole » nommera une personne qui le représentera auprès de la Chaire ; cette personne pourra se faire remplacer dans le Comité d'orientation.

2- Le conseil scientifique

Le Conseil scientifique est composé d'experts et d'enseignants-chercheurs nommés par le Directeur de la Chaire. Il propose des orientations pour la politique de recherche de la Chaire, en cohérence avec le Comité d'orientation.

3- La direction de la Chaire

La Direction de la Chaire se compose d'un poste de Directeur et de postes de chargés de missions.

- Après avis du Comité D'orientation de la Chaire, le nom de la personne qui a été proposée pour assurer la Direction de la Chaire est soumis au vote du Conseil d'UFR. En cas d'absence de majorité simple, le Directeur de l'IMPGT peut proposer d'autres noms qu'il soumet au vote. La nomination est ensuite effectuée par le Président de l'Université.

- Le mandat de Directeur de la Chaire prend fin en cas de démission de ce dernier ou de nomination d'un nouveau Directeur par le Conseil d'UFR.

- Le Directeur de la Chaire propose des nominations autour de différentes missions relatives à la Chaire. Le conseil d'UFR de l'IMPGT est amené à statuer sur ces propositions. Ces missions prennent fin lors de sa démission ou lors de la nomination d'un nouveau Directeur.

ARTICLE 5 : FINANCEMENT ET GESTION

La Chaire est financée essentiellement par les fondateurs, les partenaires, les frais de formation des auditeurs du Master et les revenus du colloque annuel.

« Aix-Marseille Provence Métropole » s'engage à verser une cotisation annuelle de 10 000 € HT (dix mille euros) par an pendant une durée de **3 ans**.

Le règlement est annuel aura lieu sur présentation par l'IMPGT d'un appel de fonds proratisé sur les années civiles. « Aix-Marseille Provence Métropole » se libérera de la somme due en effectuant un règlement par chèque bancaire ou postal à l'ordre de : l'Agent comptable de l'Université d'Aix-Marseille, Jardin du Pharo, 58 boulevard Charles Livon, 13284 Marseille cedex 07 ou par un virement bancaire sur le numéro de compte de l'Université d'Aix-Marseille :

Identifiant national de compte bancaire - RIB

Code banque	Code guichet	N° de compte	Clé RIB
10071	13000	00001020067	80

Domiciliation
TPMARSEILLE

IBAN (International Bank Account Number)						
FR76	1007	1130	0000	0010	2006	780

BIC (Bank Identifier)
TRPUFRP1

Les frais de transport et d'hébergement des représentants des fondateurs dans le cadre du comité d'orientation et du Place Marketing Forum resteront à la charge de chacun d'entre eux.

Article 6 : DUREE DE LA CONVENTION

La présente convention est conclue pour une durée de **3 ans** à compter de la signature et sera reconduite automatiquement en l'absence de dénonciation.

Elle peut être dénoncée 3 mois avant la date anniversaire (date de signature) par lettre recommandée avec accusé réception.

ARTICLE 7 : PROPRIETE INTELLECTUELLE

Les publications et documents issus de la Chaire peuvent être utilisés par « Aix-Marseille Provence Métropole » sans restriction d'utilisation sous réserve de mentionner le nom de l'auteur et de la Chaire comme source d'origine.

ARTICLE 8 : SUIVI DE LA CONVENTION

Les parties désignent chacune un responsable de la bonne exécution de la présente convention.

ARTICLE 9 : RESILIATION

En cas de non-respect des engagements prévus au titre de la présente convention par l'une des Parties, ladite convention pourra être résiliée de plein droit par l'autre Partie à l'échéance d'un délai de 15 jours suivant une mise en demeure adressée par lettre recommandée avec accusé de réception, restée sans effet et ce, sans préjudice des dommages et intérêts que la Partie lésée serait en droit de réclamer.

ARTICLE 10 : DIFFERENDS

Tout différend né de l'interprétation et/ou de l'exécution du contrat donne lieu à une tentative d'accord amiable entre les parties.

A défaut d'accord amiable dans un délai de trois (3) mois, le litige est porté par la partie la plus diligente devant le Tribunal administratif de Marseille.

La présente convention est soumise à la loi française.

Fait en trois exemplaires originaux à Marseille, le 19 DEC. 2016

Pour « AIX-MARSEILLE
PROVENCE METROPOLE »
Le Président



Jean-Claude GAUDIN

Pour Aix-Marseille Université
Le Président



Yvon BERLAND

Visa du Directeur de la Chaire



Christophe ALAUX

Visa du Directeur de l'IMPGT



Olivier KERAMIDAS

RAPPORT AU BUREAU DE LA METROPOLE

Economie, Nouvelles Technologies, Enseignement Supérieur

■ Séance du 28 Juin 2017

3416

■ Paiement de la cotisation 2017 à la Chaire d'Attractivité et Nouveau Marketing Territorial conformément à la convention n°16/0782

Monsieur le Président de la Métropole Aix-Marseille-Provence sur proposition du Commissaire Rapporteur soumet au Bureau de la Métropole le rapport suivant :

Fondée par des collectivités territoriales françaises et portée par l'Institut de Management Public et Gouvernance Territoriale, la chaire «Attractivité & Nouveau Marketing Territorial» est la première «chaire de territoire» dédiée à l'attractivité et aux nouvelles pratiques du marketing territorial dans le monde.

Orientée vers l'innovation, elle s'inscrit dans une démarche opérationnelle du marketing territorial et s'intéresse à l'ensemble des problématiques d'attractivité, que ce soit pour développer la capacité d'un territoire à rayonner et à promouvoir son offre ou que ce soit pour attirer sur place des personnes ou des capitaux.

La Chaire a été créée avec quatre objectifs principaux :

- faire de l'appartenance au territoire une source de création de valeur pour tous les acteurs du territoire ;
- assurer une veille sur la recherche et les meilleures pratiques du marketing territorial dans le monde ;
- améliorer la formation et le partage d'information sur le marketing territorial le plus innovant et performant ;
- favoriser la mise au point de nouveaux modèles et outils opérationnels de marketing territorial.

Elle se caractérise par trois points :

- elle s'intéresse à l'ensemble des problématiques d'attractivité, que ce soit pour promouvoir l'offre des pays ou des territoires, pour faire venir des personnes (économie résidentielle, tourisme de loisirs, tourisme d'affaire, grands événements culturels, sportifs ou business) ou des capitaux (recherche d'investisseurs et de créateurs d'entreprises) et pour les maintenir sur le territoire ;
- elle est orientée vers l'innovation et les nouvelles pratiques du marketing territorial dans la mesure où celles-ci semblent performantes ;
- elle s'inscrit dans une approche « opérationnelle » de l'attractivité et du marketing territorial tant dans son enseignement (assuré essentiellement par des professionnels et basé sur des cas concrets et des retours d'expérience), dans sa recherche universitaire (accès à des synthèses portant sur une recherche opérationnelle, sur l'actualité et les meilleures pratiques internationales du marketing territorial) que dans le colloque annuel (échange et partage d'expériences concrètes entre professionnels).

Reconnaissant l'expertise de la Chaire Attractivité et Nouveau Marketing Territorial (IMPGT/AMU) dans le domaine du marketing territorial, en particulier sa bonne connaissance des pratiques

Reçu au Contrôle de légalité le 27 juillet 2017

innovantes, Aix-Marseille-Provence Métropole est devenue en 2016 partenaire et membre fondateur de la Chaire par délibération n° ECO 037-358/16/BM du 30 juin 2016.

Dans le cadre de ce partenariat, la Métropole Aix-Marseille-Provence mobilise la Chaire d'attractivité dans le cadre d'une mission d'accompagnement dans la mise en œuvre d'une démarche globale d'attractivité dont la métropole assure le portage de l'initiative conformément à ses compétences.

En tant que membre co-fondateur de la Chaire d'Attractivité et Nouveau Marketing Territorial (IMPGT/AMU), la Métropole Aix-Marseille-Provence souhaite poursuivre ce partenariat et renouveler sa cotisation pour l'année 2017.

Telles sont les raisons qui nous incitent à proposer au Bureau de la Métropole de prendre la délibération ci-après :

Le Bureau de la Métropole d'Aix-Marseille-Provence,

Vu

- Le Code Général des Collectivités Territoriales ;
- La loi n°2014-58 du 27 janvier 2014 de modernisation de l'action publique territoriale et d'affirmation des métropoles ;
- La loi n°2015-991 du 7 août 2015 portant nouvelle organisation territoriale de la République ;
- La délibération n° ECO 037-358/16/BM du 30 juin 2016 approuvant la convention entre la Métropole Aix-Marseille-Provence et la Chaire - Attractivité et Nouveau Marketing Territorial

Où le rapport ci-dessus,

Entendues les conclusions du Commissaire Rapporteur,

Considérant

- Le partenariat qui lie la Métropole Aix-Marseille-Provence et la Chaire Attractivité et Nouveau Marketing Territorial (IMPGT/AMU) pour permettre à la Métropole de s'appuyer sur une expertise afin d'accompagner la mise en œuvre de la démarche d'attractivité du territoire

Délibère

Article 1 :

Est approuvé le paiement de la cotisation à Chaire «Attractivité & Nouveau Marketing Territorial» d'un montant de 10 000 euros.

Article 2 :

Les crédits nécessaires sont inscrits au Budget 2017 de la Métropole Aix-Marseille-Provence Sous-politique B330 – Nature 6281 – Fonction 64.

Pour enrôlement,
La Vice-Présidente Déléguée
Stratégie et Attractivité économique

Martine VASSAL