

Accusé de réception en préfecture
013-241300276-20130627-2013_B280-DE
Date de télétransmission : 08/07/2013
Date de réception préfecture : 08/07/2013



ACTE RENDU EXECUTOIRE
PAR APPLICATION DES
FORMALITES DE TELE-
TRANSMISSION AU
CONTROLE DE LEGALITE



EXTRAIT DU REGISTRE DES DELIBERATIONS
DU BUREAU COMMUNAUTAIRE
SEANCE DU 27 JUIN 2013

PRESIDENCE DE MADAME MARYSE JOISSAINS MASINI

2013_B280

OBJET : Développement économique et emploi - Financement de la Chaire "Attractivité et nouveau marketing territorial" de l'Institut d'Etudes Politiques d'Aix-en-Provence - Approbation de la convention avec l'Institut d'Etudes Politiques d'Aix-en-Provence et autorisation de signature

Le 27 juin 2013, le Bureau de la Communauté d'Agglomération du Pays d'Aix s'est réuni en session ordinaire à la salle des fêtes de Puycard, sur la convocation qui lui a été adressée par Madame le Président de la Communauté d'Agglomération le 21 juin 2013, conformément à l'article L.5211-1 du Code général des collectivités territoriales

Étaient Présents :

JOISSAINS-MASINI Maryse, président – ALBERT Guy, vice-président, Jouques – BARRET Guy, vice-président, Coudoux – BONFILLON Jean, vice-président, Fuveau – BOYER Michel, vice-président, Simiane-Collongue – BRAMOULLÉ Gérard, vice-président, Aix-en-Provence – BRUNET Danièle, membre du bureau, Aix-en-Provence – BURLE Christian, vice-président, Peynier – CANAL Jean-Louis, vice-président, Rousset – CHARDON Robert, vice-président, Venelles – CHARRIN Philippe, vice-président, Vauvenargues – CHORRO Jean, vice-président, Aix-en-Provence – CRISTIANI Georges, vice-président, Mimet – DAGORNE Robert, vice-président, Eguilles – DELOCHE Gérard, membre du bureau, Aix-en-Provence – DI CARO Sylvaine, membre du bureau, Aix-en-Provence – DUFOUR Jean-Pierre, vice-président, Saint-Estève-Janson – DUPERREY Lucien, vice-président, Saint-Antonin-sur-Bayon – FOUQUET Robert, membre du bureau, Aix-en-Provence – GACHON Loïc, vice-président, Vitrolles – GALLESE Alexandre, vice-président, Aix-en-Provence – GARÇON Jacques, membre du bureau, Aix-en-Provence – GERACI Gérard, vice-président, Aix-en-Provence – GERARD Jacky, vice-président, Saint-Cannat – GUINIERI Frédéric, vice-président, Puyloubier – JOUVE Mireille, vice-président, Meyrargues – LAFON Henri, membre du bureau, Pertuis – LAGIER Robert, vice-président, Meyreuil – LEGIER Michel, vice-président, Le Tholonet – LONG Danielle, vice-président, Peyrolles-en-Provence – LOUIT Christian, vice-président, Aix-en-Provence – MANCEL Joël, vice-président, Beaurecueil – MARTIN Régis, vice-président, Saint-Marc-Jaumegarde – MARTIN Richard, vice-président, Cabriès – MORBELLI Pascale, membre du bureau, Vitrolles – PERRIN Jean-Claude, vice-président, Bouc-Bel-Air – PERRIN Jean-Marc, membre du bureau, Aix-en-Provence – PIERRON Liliane, membre du bureau, Aix-en-Provence – PIN Jacky, vice-président, Rognes – PIZOT Roger, vice-président, Saint-Paul-lez-Durance – RIVET-JOLIN Catherine, vice-président, Aix-en-Provence – SANGLINE Bruno, membre du bureau, Bouc-Bel-Air – SICARD-DESNUELLE Marie-Pierre, membre du bureau, Aix-en-Provence – SLISSA Monique, membre du bureau, Les Pennes-Mirabeau – SUSINI Jules, vice-président, Aix-en-Provence – TAULAN Francis, membre du bureau, Aix-en-Provence – VILLEVIEILLE Robert, vice-président, La Roque d'Anthéron -

Excusé(e)s avec pouvoir :

AMIEL Michel, vice-président, Les Pennes-Mirabeau, donne pouvoir à SLISSA Monique – BENNOUR Dahbia, membre du bureau, Aix-en-Provence, donne pouvoir à BRAMOULLÉ Gérard – BUCCI Dominique, vice-président, Les Pennes-Mirabeau, donne pouvoir à BOYER Michel – FILIPPI Claude, vice-président, Ventabren, donne pouvoir à MARTIN Régis – GROSSI Jean-Christophe, membre du bureau, Aix-en-Provence, donne pouvoir à GARÇON Jacques – JOISSAINS Sophie, vice-président, Aix-en-Provence, donne pouvoir à JOISSAINS-MASINI Maryse – LARNAUDIE Patricia, membre du bureau, Aix-en-Provence, donne pouvoir à LOUIT Christian – PAOLI Stéphane, membre du bureau, Aix-en-Provence, donne pouvoir à FOUQUET Robert – PELLÉNC Roger, vice-président, Pertuis, donne pouvoir à LAFON Henri -

Excusé(e)s :

BOULAN Michel, vice-président, Châteauneuf-le-Rouge – BUCKI Jacques, vice-président, Lambesc – CIOT Jean-David, vice-président, Le Puy-Sainte-Réparate – FERAUD Jean-Claude, vice-président, Trets – MONDOLONI Jean-Claude, membre du bureau, Vitrolles –

Monsieur Christian LOUIT donne lecture du rapport ci-joint.

06_4_02

BUREAU DU 27 JUIN 2013

Rapporteur : Christian LOUIT

Thématique : Développement économique et emploi - Enseignement supérieur et recherche

Objet : Financement de la Chaire "Attractivité et nouveau marketing territorial" de l'Institut d'Etudes Politiques d'Aix-en-Provence - Approbation de la convention avec l'Institut d'Etudes Politiques d'Aix-en-Provence et autorisation de signature.

Décision du Bureau

Mes Chers Collègues,

Dans le cadre de la création d'une Chaire « *Attractivité et nouveau marketing territorial* » l'Institut d'Etudes Politiques d'Aix-en-Provence propose à la Communauté du Pays d'Aix d'en devenir membre fondateur.

Le présent rapport a pour objet d'approuver et d'autoriser le Président à signer une convention bipartite établissant les engagements de l'I.E.P. d'Aix-en-Provence et de la CPA dans le partenariat établi à cet effet.

Exposé des motifs :

a) Présentation de l'opération.

L'enseignement supérieur et la recherche en Pays d'Aix s'enrichissent d'une nouvelle formation avec la création d'une Chaire « Attractivité et nouveau

marketing territorial ». Co-fondée par des collectivités territoriales et portée par l'I.E.P. d'Aix-en-Provence, poursuit trois objectifs principaux :

- suivre les tendances 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.

Lancée en novembre 2012, elle repose sur trois piliers :

1. La formation.

Le Master « Attractivité et nouveau marketing territorial » portera sur l'ensemble des secteurs du marketing territorial et sera principalement assuré par des professionnels issus de collectivités territoriales ou de cabinets conseils spécialisés.

2. La recherche appliquée.

Elle consistera, d'une part à sélectionner et à enregistrer des données sur les nouvelles pratiques de marketing innovant et performant dans le monde (les données sélectionnées alimenteront la base de données et la veille permanente du benchmark accessible en ligne), d'autre part à réfléchir à des nouveaux modèles stratégiques et opérationnels de marketing territorial, et enfin à rédiger et à publier des articles, des mémoires et des ouvrages sur ces différents sujets.

3. L'évènementiel.

Un colloque annuel aura lieu chaque année à Aix-en-Provence pour partager et échanger sur les nouvelles approches du marketing territorial dans le monde. A cette occasion, une présentation de cas marquants et de pratiques remarquables sera organisée. Cet événement donnera lieu à des publications et à une communication auprès des médias.

Dans ce contexte, il a été proposé à la Communauté du Pays d'Aix de devenir membre fondateur de la Chaire « Attractivité et nouveau marketing territorial » de l'Institut d'Etudes Politique d'Aix-en-Provence, aux côtés d'une vingtaine de territoires, parmi lesquels Alsace, Auvergne, Bretagne, Valais (Suisse), ... , en contrepartie d'une contribution financière de 10.000 Euros par an sur 3 années.

b) L'intérêt du statut de co-fondateur de la Chaire pour la Communauté du Pays d'Aix.

Aix-en-Provence et le Pays d'Aix ont été choisis comme lieu d'implantation de cette chaire en raison des caractéristiques et du potentiel d'étude qu'offre ce territoire internationalement reconnu pour son université, ses entreprises innovantes et son rayonnement culturel et touristique.

Par ailleurs, l'I.E.P. d'Aix-en-Provence s'engage sur plusieurs contreparties, parmi lesquelles :

- Master : en l'absence de projet personnel de recherche, les étudiants seront orientés par la Direction de la Chaire vers des stages ou des mémoires prioritairement ciblés sur les thématiques intéressant les co-fondateurs et notamment vers des études de cas issues du Pays d'Aix ;
- la C.P.A. disposera d'un accès en ligne à une base de données sur les meilleures pratiques du marketing territorial dans le monde ;
- participation de la CPA à la définition des orientations stratégiques de la Chaire : l'I.E.P. d'Aix réunira une fois par an à Aix-en-Provence les co-fondateurs de la Chaire pour présenter le bilan de la Chaire et définir avec eux les orientations de l'année suivante, et consultera, chaque fois que cela sera nécessaire, les co-fondateurs sur toute décision majeure qui engagerait la stratégie et l'avenir de la Chaire ;
- 3 entrées gratuites au colloque annuel sur le nouveau marketing territorial permettant retour d'expériences, partage et échange avec d'autres territoires performants ;
- accès libre à toutes les publications développées dans le cadre de la Chaire par les titulaires de la Chaire, les enseignants-chercheurs, les étudiants et les intervenants extérieurs dans la mesure où les autorisations sont données à la Chaire ;
- possibilité, sous réserve de la programmation du prix par la direction de la Chaire, de parrainer un prix et de présenter un retour d'expérience sur notre territoire lors du colloque annuel s'il est validé par le comité d'experts en charge de la sélection des meilleures pratiques dans le monde ;
- possibilité de présenter chaque année auprès des communes membres ou partenaires de la C.P.A. (Pays d'Aix Développement, ..) les évolutions du marketing territorial en partenariat avec la Chaire.

c) Engagement de la Communauté du Pays d'Aix.

En tant que co-fondateur de la Chaire Attractivité et nouveau marketing territorial, « La C.P.A. » s'engage à verser 10 000 € chaque année pendant trois ans, sous réserve du principe d'annualité budgétaire, ainsi qu'à relayer l'information de la Chaire auprès de leurs équipes et partenaires, notamment en ce qui concerne le Master et le colloque annuel.

d) Evaluation.

La Chaire Attractivité et nouveau marketing territorial remettra chaque année à la C.P.A. un rapport d'activité documenté associé à l'appel de fonds.

Visas :

VU l'exposé des motifs ;

VU le code général des collectivités territoriales et notamment les articles L. 5210-1, L 5211-10 et L.1611-4 et suivants ;

VU l'arrêté préfectoral du 13 juillet 2005 portant modification des statuts de la Communauté du Pays d'Aix, de l'article 3 compétences facultatives pour les actions et opérations de soutien au développement de l'Enseignement Supérieur et Recherche ;

VU la délibération n° 2004_A002 du Conseil communautaire du 6 février 2004 définissant les principes d'intervention de la CPA en matière d'Enseignement Supérieur et Recherche ;

VU la délibération n° 2004_A200 du Conseil communautaire 16 juillet 2004 précisant la politique et axes communautaires d'intervention relatifs à l'Enseignement Supérieur et Recherche ;

VU la délibération n°2009_A143 du Conseil communautaire du 29 juillet 2009 déléguant une partie des attributions du Conseil au Bureau et notamment d'approuver l'attribution des subventions et, le cas échéant, des conventions d'objectifs associées d'un montant n'excédant pas 150 0000€ ;

VU l'avis de la Commission du développement économique du 9 avril 2013 ;

Dispositif :

Au vu de ce qui précède, je vous demande, Mes Chers Collègues, de bien vouloir :

- **APPROUVER** la convention avec l'**Institut d'Etudes Politiques d'Aix-en-Provence** ci-annexée définissant les modalités de participation financière de la CPA à la Chaire « **Attractivité et nouveau marketing territorial** » de l'**Institut d'Etudes Politiques d'Aix-en-Provence** pour un montant total de 30.000 Euros sur trois ans, sous réserve du principe d'annualité budgétaire.
- **AUTORISER** Madame le Président ou son représentant à signer la convention correspondant à l'opération susvisée avec l'Institut d'Etudes Politiques d'Aix-en-Provence ainsi que tout document relatif à l'exécution de la présente délibération.
- **DIRE** que la participation de la CPA pour l'année 2013 s'élève à 10 000 € ;
- **DIRE** que les dépenses en résultant seront imputées sur le budget fonctionnement de la Mission Enseignement Supérieur et Recherche qui présente les disponibilités nécessaires.

CONVENTION / CO-FONDATEURS

ENTRE LES SOUSSIGNES :

La Communauté du Pays d'Aix

Domiciliée : Hôtel de Boadès – 8, Place Jeanne d'Arc – CS 40868 – 13626 Aix-en-Provence Cedex 1

Représentée par Christian LOUIT, Vice-Président délégué à l'Enseignement supérieur et la recherche

Ci-après dénommée « **La C.P.A.** », d'une part,

ET

L'**Institut d'Etudes Politiques d'Aix-en-Provence**, établissement public administratif domicilié 25, rue Gaston de Saporta, 13625 Aix-en-Provence Cedex 1, représenté par son Directeur Christian DUVAL,

Ci-après dénommé « **I.E.P. d'Aix** », enfin,

« **La C.P.A.** » et « **I.E.P. d'Aix** » sont dénommés ensemble « les Parties » et individuellement « une/la Partie ».

Préambule

« **La C.P.A.** » souhaite contribuer au développement des activités de l'Institut d'Etudes Politiques d'Aix-en-Provence à travers la mise en place de la Chaire Attractivité et nouveau marketing territorial, installée à Aix en Provence.

La Chaire Attractivité et nouveau marketing territorial, co-fondée par des collectivités territoriales et portée par **I.E.P. d'Aix**, a été créée avec trois objectifs principaux :

- suivre les tendances 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 souhaite devenir un leader européen de la recherche et de l'enseignement supérieur sur le marketing territorial innovant et performant. Elle se positionne comme une « Chaire de territoires » dans l'esprit des « Chaires d'entreprise » et se caractérise par trois points :

- elle s'intéresse à l'ensemble des problématiques d'attractivité, que ce soit pour faire venir des personnes (économie résidentielle, tourisme de loisirs, tourisme d'affaire, grands

événements culturels, sportifs ou business), des entreprises ou des capitaux (recherche d'investisseurs et de créateurs d'entreprises) ;

- elle est orientée vers l'innovation et les nouvelles pratiques du marketing territorial ;
- elle s'inscrit dans une approche « opérationnelle » de l'attractivité et du marketing territorial tant dans son enseignement (assuré par des professionnels et basé sur des cas concrets et des retours d'expérience), dans sa recherche (accès à la plateforme en ligne permettant de suivre et de consulter les meilleures pratiques dans le monde) que dans le colloque annuel (échange et partage d'expériences concrètes entre professionnels)

La Chaire a été lancée officiellement en novembre 2012.

« L'I.E.P. d'Aix » souhaite inscrire la création puis le développement de la Chaire Attractivité et nouveau marketing territorial dans une perspective de long terme.

Une vingtaine de collectivités publiques et organismes associés, dont la C.P.A., auront un statut de co-fondateurs de la Chaire Attractivité et nouveau marketing territorial.

Le Pays d'Aix constitue une place forte universitaire et touristique reconnue. Elle cumule des atouts tels que : image d'exception et d'excellence, attractivité et reconnaissance internationales, offre variée, Office de Tourisme intercommunal richement doté en nouvelles technologies, institutions universitaires largement reconnues.

Impliquée dans l'action internationale, le Pays d'Aix travaille avec de très nombreuses universités et villes dans le monde. Il bénéficie d'une image et d'un fort rayonnement à l'international.

« La C.P.A. » souhaite participer à la création de la Chaire Attractivité et nouveau marketing territorial et devenir ainsi deux de ses co-fondateurs.

ARTICLE 1 : OBJET

La présente convention a pour objet de préciser la nature et les modalités du partenariat entre « La C.P.A. » et « l'I.E.P. d'Aix » dans le cadre de la mise en place à Aix-en-Provence de la Chaire Attractivité et nouveau marketing territorial.

ARTICLE 2 : CONTENU DE LA CHAIRE

La Chaire repose sur trois piliers :

1. La formation.

Le Master « Attractivité et nouveau marketing territorial » portera sur l'ensemble des secteurs du marketing territorial et sera principalement assuré par des professionnels issus de collectivités territoriales ou de cabinets conseils spécialisés.

2. La recherche appliquée.

Elle consistera, d'une part à sélectionner et à enregistrer des données sur les nouvelles pratiques de marketing innovant et performant dans le monde (les données sélectionnées alimenteront la base de données et la veille permanente du benchmark accessible en ligne), d'autre part à réfléchir à des nouveaux modèles stratégiques et opérationnels de marketing territorial, et enfin à rédiger et à publier des articles, des mémoires et des ouvrages sur ces différents sujets.

3. L'évènementiel.

Un colloque annuel aura lieu chaque année à Aix-en-Provence pour partager et échanger sur les nouvelles approches du marketing territorial dans le monde. A cette occasion, une présentation de cas marquants et de pratiques remarquables sera organisée. Cet événement donnera lieu à des publications et à une communication auprès des médias.

ARTICLE 3 : CONTRIBUTIONS RESPECTIVES

1. « L'I.E.P. d'Aix » s'engage sur les missions suivantes :

- Direction, animation, management et gestion de la Chaire dont le Master et le colloque annuel se dérouleront à Aix en Provence. Pour cela, il est notamment prévu, en plus des équipes de l'I.E.P. d'Aix, une implication directe de deux responsables, un titulaire de la Chaire et un responsable du Master ;
- En l'absence de projet personnel de recherche, les étudiants seront orientés par la Direction de la Chaire vers des stages ou des mémoires prioritairement ciblés sur les thématiques intéressant les co-fondateurs et notamment vers des études de cas issues du Pays d'Aix
- Management opérationnel et développement d'une veille et d'une base de données sur les meilleures pratiques du marketing territorial dans le monde avec création d'un accès en ligne pour les co-fondateurs ;
- Animation du Comité d'orientation de la Chaire. Les orientations stratégiques de la Chaire seront définies en liaison avec les collectivités territoriales fondatrices lors d'une assemblée annuelle. Pour cela, « l'I.E.P. d'Aix » s'engage d'une part à réunir une fois par an à Aix-en-Provence les co-fondateurs de la Chaire pour présenter le bilan de la Chaire et définir avec eux les orientations de l'année suivante, et d'autre part à consulter, chaque fois que cela sera nécessaire, les co-fondateurs sur toute décision majeure qui engagerait la stratégie et l'avenir de la Chaire ;
- Promotion de la Chaire à travers les réseaux et contacts de l'I.E.P. d'Aix ainsi qu'auprès des collectivités territoriales, des universités et grandes écoles et des médias ;
- Permettre l'accès en ligne au benchmark permanent des nouvelles et meilleures pratiques du marketing territorial dans le monde développé en partenariat avec le cabinet CoManaging avec la possibilité pour les co-fondateurs d'orienter la recherche en amont (en indiquant chaque année les thématiques prioritaires de recherche qui intéressent le territoire) et en aval (en marquant l'intérêt pour l'approfondissement éventuel d'une information) ;
- Accorder à la C.P.A 3 entrées gratuites au colloque annuel sur le nouveau marketing territorial permettant retour d'expériences, partage et échange avec d'autres territoires performants ;
- Accorder à la C.P.A l'accès libre à toutes les publications développées dans le cadre de la Chaire par les titulaires de la Chaire, les enseignants-chercheurs, les étudiants et les intervenants extérieurs dans la mesure où les autorisations sont données à la Chaire.
- Offrir à la C.P.A la possibilité, sous réserve de la programmation du prix par la direction de la Chaire, de parrainer un prix et de présenter un retour d'expérience sur son propre territoire lors du colloque annuel s'il est validé par le comité d'experts en charge de la sélection des meilleures pratiques dans le monde ;

- Offrir à la C.P.A la possibilité de présenter chaque année auprès de ses partenaires les évolutions du marketing territorial en partenariat avec la Chaire.

2. - « La C.P.A. » 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 ;
- diffuser l'information de leur participation à la Chaire dans ses propres outils d'information et de communication ;
- relayer l'information de la Chaire auprès de ses équipes et partenaires et, dans la mesure du possible auprès de ses propres contacts, en particulier sur le Master et le colloque annuel.

« La C.P.A. » sera représentée lors de l'assemblée annuelle des co-fondateurs (Comité d'orientation de la Chaire) qui se déroulera chaque année à Aix-en-Provence.

ARTICLE 4 : COMMUNICATION.

La C.P.A. bénéficiera, en tant que co-fondateur de la Chaire, des possibilités et services suivants :

- Libre utilisation du statut de « co-fondateur de la Chaire » et de son logo dans leur communication respective ;
- Présence de « La C.P.A. » (noms et/ou logos 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 annuels ;
- Identification et valorisation de la C.P.A. à travers la mise en avant de son nom et/ou logo sur les principaux documents et supports d'information et de communication de la Chaire. Un logo de la Chaire sera remis à la C.P.A. ;
- Pour toute communication de la C.P.A. sur sa participation à la Chaire, l'I.E.P. d'Aix interviendra comme partenaire et aidera à la constitution des supports.

ARTICLE 5 : FINANCEMENT

- « La C.P.A. » s'engage à verser 10 000 € (dix mille euros) chaque année pendant une durée de trois ans, sous réserve du vote favorable par les élus des sommes nécessaires, dans le respect des règles d'annualité budgétaire.

Le règlement annuel aura lieu sur présentation par l'I.E.P. d'Aix en Provence d'un appel de fonds au cours du premier trimestre de l'année considérée.

ARTICLE 6 : DUREE DE LA CONVENTION

La présente convention est conclue pour une durée de **3 ans** à compter de sa signature.

Elle peut être dénoncée avant son terme par lettre recommandée avec accusé de réception trois mois avant chaque date anniversaire de la signature de la présente convention.

ARTICLE 7 : PROPRIETE INTELLECTUELLE

Les publications et documents issus de la Chaire peuvent être utilisés par la C.P.A. et sans restriction d'utilisation sous réserve de mentionner le nom de la Chaire comme source d'origine. Les données issues du benchmark mentionneront les noms de la Chaire et du cabinet CoManaging.

ARTICLE 8 : EVALUATION

La Chaire Attractivité et nouveau marketing territorial remettra chaque année à la C.P.A. un rapport d'activité documenté associé à l'appel de fonds.

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 : LITIGES

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 XXXX exemplaires originaux à Aix-en-Provence, le // / 2013

Pour « La C.P.A. »

Le Vice-Président de la Communauté du Pays
d'Aix,

Pour « L'I.E.P. d'Aix »

Le Président de la Chaire,
Directeur de L'I.E.P. d'Aix

Christian Louit

Dûment habilité par délibération
du Bureau Communautaire N° du

Christian Duval

OBJET : Développement économique et emploi - Financement de la Chaire "Attractivité et nouveau marketing territorial" de l'Institut d'Etudes Politiques d'Aix-en-Provence - Approbation de la convention avec l'Institut d'Etudes Politiques d'Aix-en-Provence et autorisation de signature

VU la délibération n° 2009-A143 du 29 juillet 2009 portant délégation d'attributions au Bureau ;

Après en avoir délibéré, le Bureau de la Communauté du Pays d'Aix adopte à l'unanimité le rapport qui précède et le transforme en délibération.

Le Président de la Communauté du Pays d'Aix
Maryse JOISSAINS MASINI



- 3 JUIL. 2013