Convention d'application CCIMP-AMPM

Proposition d'axes de travail 2017-2018

UNE METROPOLE ATTRACTIVE ET OUVERTE AU MONDE

## Contexte

La Métropole Aix-Marseille Provence et la CCI Marseille Provence ont signé le 20 janvier 2017 une convention cadre afin d'unir leurs efforts pour accélérer le développement économique du territoire. L'un des axes forts est la nécessité de **concevoir et de porter ensemble une stratégie globale d'attractivité métropolitaine** (vision, outils, équipes, lieux opérationnels…) construite au plus près des attentes des entreprises et des investisseurs.

Cette démarche d'attractivité a pour objectif principal de favoriser la performance d'Aix-Marseille-Provence et par là-même, de contribuer à la création d'emplois, au développement des entreprises, au renforcement de l'innovation. Grâce à un ensemble de méthode et d'outils communs, elle vise ainsi à créer, révéler l'image de la Métropole, permettant de valoriser et doper son potentiel de séduction, endiguer ses faiblesses et attirer des talents, des entreprises et des investisseurs.

Les principaux leviers pour y parvenir sont :

- Attirer : des capitaux, des entreprises, des talents, des étudiants, des chercheurs et leurs familles, qui sont autant de facteurs de création d'emploi et de richesse
- Convaincre : les cibles, des opportunités économiques offertes par la Métropole et retenir les acteurs présents pour qu'ils contribuent plus encore au développement
- Crédibiliser et donner confiance : à nos cibles mais également aux relais d'opinions, aux médias, tous bâtisseurs de l'image de la destination Aix-Marseille-Métropole
- Impulser : de nouveaux projets, de nouveaux évènements de renommée internationale afin d'augmenter la visibilité du produit métropolitain
- Choyer : les acteurs présents par des évènements fédérateurs, outils de fierté, d'appartenance, pouvant être déclinés auprès d'ambassadeurs du territoire, relais à l'international et démultiplicateurs d'image
- Séduire : les touristes, au-delà de la cible économique pure, afin d'asseoir une filière clé de l'économie métropolitaine

Cette stratégie s'articule autour de deux grands volets : **l'ouverture au monde** et **l'attractivité du territoire et le rayonnement touristique.**

De la programmation culturelle, artistique, sportive à l'accueil de grands évènements, l'accès à la culture est également déterminante pour évaluer la vitalité d'un espace urbain, les infrastructures mises à disposition favorisent le mieux-être social, participent à son rayonnement en lui conférant une image positive ; l'acte culturel et les énergies créatives sont moteurs de l'innovation. A l'instar de MP2013 ou prochainement de MP2018, il conviendra donc aussi d'appréhender communément –acteurs publics et privés ; acteurs culturels et sociaux, urbanistes, entreprises…- le rôle transversal de la culture, de mettre en œuvre des politiques qui en favorisent le développement, dans une démarche globale de soutien à l'attractivité du territoire pour conforter son positionnement dans la compétition mondiale.



Reçu au Contrôle de légalité le 09 novembre 2017

Cette convention d'application annuelle et renouvelable définit les projets menés en commun dans 5 thématiques :

- Co-construction de la stratégie internationale de la métropole
- Elaboration du message économique métropolitain du marketing territorial
- Co-construction d'une stratégie d'accueil et de création de grands événements
- Accompagnement dans l'élaboration de la stratégie métropolitaine du tourisme
- Co-construction d'une stratégie du tourisme d'affaires

et d'un certain nombre d'outils existants ou à créer comme Provence Promotion, Sky Center, Bureau de la métropole à Paris, un réseau d'ambassadeurs… ou encore le Conseil de l'attractivité.

Enfin, cette convention n'aura d'effets que si le monde de l'entreprise (top 20, organisations interprofessionnelles…) est étroitement associé à tous les axes traités dans ce document mais également à la gouvernance proposée notamment le Conseil de l'Attractivité.

## *I.* OUVERTURE AU MONDE

Les partenaires proposent **une stratégie internationale co-construite** avec les principaux acteurs du territoire. Elle s'inscrit dans la lignée de l'Agenda du développement économique et du programme de mandature de la CCIMP 2016-2021 et s'articule avec l'approche régionale structurée dans le cadre du SRDEII.
Elle se traduit, dès 2017-2018 dans une série d'actions concrètes qui visent à **concentrer les ressources** financières et humaines et à **donner plus de lisibilité** aux priorités du territoire en termes de rayonnement et d'échanges internationaux.

### Action 1 - L'affirmation des destinations internationales stratégiques :

La Métropole AMP, la CCIMP et leurs partenaires (CD13 – Ville de Marseille – Ville d'Aix-en-Provence – Provence Promotion) affichent leurs destinations prioritaires qui feront l'objet de missions et d'actions récurrentes. Ces destinations sont le fruit d'un groupe de travail partenarial au sein duquel l'ensemble des liens internationaux des acteurs impliqués ont pu être répertoriés et croisés avec les zones géographiques porteuses de développement tant pour nos entreprises (export) que pour notre territoire (investissement).
On distingue d'une part, les destinations prioritaires avec des liens déjà étroits et pour lesquelles la Métropole constitue un partenaire de premier ordre et d'autre part, les destinations à fort potentiel pour lesquelles il est nécessaire d'engager un processus de rapprochement économique.

- **Six destinations prioritaires** : USA (Miami), Japon (Kobe/Tokyo), Allemagne (Hambourg), Maghreb, Sénégal (Dakar), Côte d'Ivoire (Abidjan).
  Ces destinations seront particulièrement travaillées avec l'objectif d'une mission par an (Japon 2016, Miami 2017, Hambourg 2018) dans un souci de récurrence. Le Maghreb et l'Afrique feront également l'objet d'échanges intenses (Maghreb Tour 2018).
- **Six destinations à fort potentiel** : USA (côte ouest), UK (Londres), Italie (Gênes), Chine, Israël et Pays du golfe *(pour ces derniers trois pays, les cibles plus précises doivent être définies).*
  Des missions plus légères seront également organisées sur ces destinations afin d'entretenir le flux d'échanges avec la Métropole.



Reçu au Contrôle de légalité le 09 novembre 2017

- Etude en sous-traitance (AMO) pour la construction d'une stratégie spécifique pour la zone Med/Afrique (définition des cibles, coordination des acteurs, dispositifs dédiés, évènementiel possible…).
- Des études complémentaires sur la Chine et l'Italie pourront être lancées si nécessaire pour affiner l'approche et préciser les territoires pertinents.
  - *Budget études global : 100 K Euros (porté à 50/50 par les 2 partenaires)*

### Action 2 - Le lancement et l'animation d'une « task force internationale métropolitaine »

Pour que le territoire se fasse mieux entendre sur la stratégie internationale, AMP et CCIMP s'engagent à coordonner leurs actions et à porter un message unifié auprès de la Région et/ou de ses opérateurs (ARII…), en lien avec leurs partenaires : Ville de Marseille, Ville d'Aix-en-Provence, CCI International, CD 13, Euroméditerranée, GPMM, Aéroport…

- *Chacun des partenaires affectera les moyens humains nécessaires pour l'animation et le pilotage des opérations.*

### Action 3 – Co-pilotage du volet économique des missions internationales et des actions internationales de la Métropole ayant un impact pour l'économie du territoire

La Métropole et la CCI s'accordent dans ces domaines pour associer les acteurs de l'international en particulier le CD13, Provence Promotion, le GPMM, l'Aéroport, et d'autres si besoin selon les opérations tels que l'UPE, les autres chambres consulaires (Métiers, Agriculture), Anima, ARII….
A ce titre, Aix-Marseille-Provence Métropole et la CCIMP lanceront et organiseront une mission métropolitaine (Maghreb Tour) en 2018 ;

### Action 4 - Lancement et pilotage de la plateforme Africalink portée par la CCI Marseille Provence

Aix-Marseille-Provence Métropole sera associée au lancement et au pilotage de la plateforme Africalink portée par la CCI Marseille Provence. Africalink vise à créer une communauté d'entrepreneurs « d'ici et de là-bas » dans une logique de hub économique entre Aix-Marseille Provence et les pays de la Méditerranée et d'Afrique. Ce projet permettra de conforter le territoire dans son positionnement euro-africain en relation et parfaite cohérence avec la stratégie définie dans le cadre de notre AMO.

- *Budget pour les missions et Africalink : 150 K Euros (porté à 50/50 par les 2 partenaires)*

## II. ATTRACTIVITE DU TERRITOIRE ET RAYONNEMENT TOURISTIQUE

## A. LE MARKETING ECONOMIQUE TERRITORIAL

La création d'un discours économique partagé est une priorité pour l'ensemble du territoire métropolitain afin de promouvoir une image économique forte pour plus de rayonnement et d'attractivité.

### Action 1 –Réalisation et promotion d'un argumentaire économique partagé

La Métropole assure le pilotage de la **construction du message économique métropolitain** au travers de la réalisation d'un argumentaire économique. Elle y associera plus particulièrement la CCIMP, en lien avec les principaux partenaires économiques du territoire.



Reçu au Contrôle de légalité le 09 novembre 2017

Cet argumentaire inclut la valorisation de nos **6 filières d'excellence** (santé, industries numériques et créatives, maritime et logistique, énergie et environnement, mécanique et aéronautique, tourisme et art de vivre) ainsi que nos **grands projets structurants** (Henri Fabre, The Camp, ITER, Marseille Immunopôle, PIICTO, EOF …) et notre **écosystème d'innovation** afin d'augmenter la notoriété de la Métropole et son attractivité.

Etapes :

- Publication par AMP de l'argumentaire à l'automne 2017 ;
- Actions (à définir) de communication/diffusion et appropriation de l'argumentaire auprès des partenaires économique (dont membres de la gouvernance Eco) et des entreprises du territoire
- Actions de promotion sur :
  - les grands salons comme le MIPIM, le SIMI et le SDE, menées conjointement par la Métropole et la CCIMP, avec leurs partenaires.
  - les salons « filières » comme le SITL ou Monaco Yacht show ;
- Développement d'outils de communication en propre ou en commun, mais systématiquement coordonnés comme par exemple un film court (en différentes langues) de présentation du territoire diffusable dans toutes les manifestations à caractère économique ;

## Action 2 – Organisation/création de lieux de promotion du territoire métropolitain

Les deux partenaires piloteront avec les acteurs du territoire la mise en place de lieux de démonstrations des savoirs faire d'innovation de la Métropole comme :

- Le **Sky Lounge** *(convention séparée)* ou le projet de **d'un outil de promotion du Smart Port**, projet porté par le GPMM et la CCIMP avec la Métropole : construire un outil commun de valorisation des actions territoriales engagées dans le cadre du Smart Port.
  - Sous réserve de l'obtention des financements

## Action 3 – Création d'un événement économique de grande ampleur

Dans l'optique de doter le territoire d'un outil de rayonnement national/international, AMP et CCIMP conviennent de la mise en place d'un **évènement économique de grande ampleur** à l'automne 2018.
Objectif : valoriser l'ensemble des composantes (acteurs et initiatives) de notre dynamique économique. Cet événement, qui associera les autres partenaires du territoire, pourra prendre la forme d'un grand rendez-vous de l'attractivité économique (en général) ou d'une déclinaison plus thématique, autour de l'une des filières d'excellence et/ou des grands projets métropolitains.

## Action 4 – Co-pilotage des outils de mesure de l'attractivité

Développement, sous le pilotage des deux partenaires, et avec l'appui des agences d'urbanisme des outils de mesure et de valorisation de l'attractivité du territoire (tableaux de bords, argumentaires, observatoires…) en associant les acteurs nécessaires.

- *Moyens et budget à définir (porté à 50/50 par les 2 partenaires)*



Reçu au Contrôle de légalité le 09 novembre 2017

## B. LES GRANDS EVENEMENTS

Les partenaires s'accordent pour monter un groupe de réflexion stratégique sur la candidature à l'accueil des grands événements et aux labels nationaux et internationaux (= plusieurs dizaines de milliers de participants).

Dans un deuxième temps, il s'agira de passer d'un territoire qui accueille les grands événements à un territoire qui les crée.

### Action 1 - Partage d'information et analyse Swot et plan d'action

Constitution d'une base de données commune des structures/personnes ressources à mobiliser rapidement ; identification et constitution d'un réseau d'influence national ; identification des freins aux candidatures et à la résolution des problèmes

### Action 2 - Mise en place d'un accueil VIP

Afin de recevoir au mieux, et dans les meilleurs délais, les délégations d'examen des candidatures et labels (type capitale européenne de la culture), un accueil VIP sera co-construit en lien avec l'accueil VIP des grands investisseurs, porté par la CCIMP, Provence Promotion et le Top 20. Objectif : crédibiliser auprès des porteurs de projets la destination AMP pour l'accueil d'un grand événement.

## C. LE RAYONNEMENT TOURISTIQUE

Le tourisme est un des piliers de l'économie du territoire et ses pistes de développement sont nombreuses. Les partenaires s'accordent sur le nécessité de créer les conditions d'un plus grand développement à la hauteur des potentialités de la Métropole.

### Action 1 – Soutien de la CCIMP à l'élaboration de la stratégie métropolitaine du tourisme :

- stratégie d'investissements en équipements touristiques attractifs ;
- stratégie de promotion et d'accueil pour les croisières répondant à l'ambition d'être dans le TOP 3 des ports de croisière de Méditerranée ;
- …

### Action 2 – Préparation de la mise en place d'un guichet unique métropolitain du tourisme d'affaires et des congrès ;

Pour une optimisation du secteur porteur qu'est le tourisme d'affaires et de congrès, les deux partenaires définiront ensemble, en lien avec les acteurs concernés du territoire et tout particulièrement la Ville de Marseille dont l'Office de Tourisme dispose d'une expertise reconnue, les caractéristiques d'un **guichet unique du tourisme d'affaires** à la hauteur des enjeux métropolitains.

### Action 3 – Prospective et promotion

- Réflexions communes sur la question de l'ingénierie de la connaissance sur le territoire ; étude des modalités de mise en place de moyens d'observation et d'analyse des projets d'investissement et de la vitalité du tissu hôtelier existant.



Reçu au Contrôle de légalité le 09 novembre 2017

- Les efforts de promotion sur de grands salons spécialisés seront renforcés entre Métropole et CCIMP et leurs partenaires.
- Elaboration d'une communication commune et/ou coordonnée.

### Action 4 – Urgence centres-villes

Les centres villes des villes moyennes comme celui de la ville centre sont des éléments essentiels de l'attractivité d'un territoire et de la qualité de son accueil. Ceux de la Métropole, comme de nombreux centres villes de France souffrent aujourd'hui d'une perte de dynamisme et de vitalité.
Une approche coordonnée Métropole, CCIMP et Communes doit permettre le renforcement de l'attractivité des centres villes du territoire, à réinventer autour de leur identité spécifique parfois, autour de nouvelles dynamiques urbaines souvent, afin de susciter l'envie.

- *Ce dernier item fait l'objet d'une convention d'application séparée, en particulier relative au commerce de proximité.*

## D. LES OUTILS DE L'ATTRACTIVITE

La mise en œuvre de la stratégie d'attractivité du territoire telle que définie par la gouvernance passera également par une coordination plus resserrée des moyens de promotion de la CCIMP et de la Métropole AMP et par l'utilisation d'« actifs stratégiques » (outils) affectés à cet effet. Celle-ci pourra s'opérer au travers la mise en place d'un conseil de l'attractivité, prévu par l'Agenda du développement économique.

### 1. PROVENCE PROMOTION :

L'agence est aujourd'hui devenue l'outil métropolitain de prospection à l'étranger, cofinancée majoritairement et à égalité par la Métropole et la CCIMP. Cette évolution a permis la mise en place d'une nouvelle gouvernance dans l'objectif de mettre en œuvre les recommandations de l'agenda du développement économique de la Métropole, au service du territoire et de ses filières d'excellence.
Les principales missions de l'agence :
- Prospecter de nouveaux investisseurs et entreprises afin de favoriser leur implantation sur le territoire.
- Aider à faire connaître, en France et à l'étranger, les atouts de la métropole Aix- Marseille Provence et du département des Bouches-du-Rhône dans les domaines de l'économie, de la recherche et de l'enseignement supérieur, des salons et congrès, du tourisme, de la production agricole, de la culture et du sport.

### 2. SKY CENTER/World Trade Center :

A l'instar d'autres grandes métropoles européennes qui disposent d'un lieu démonstrateur haut de gamme, Aix-Marseille-Provence Métropole et CCIMP souhaitent acter la mise en place d'un showroom territorial (« Vitrine » de la métropole) et outil réceptif haut de gamme dédié au business et au réceptif situé aux 29e et 30e étages de la future tour La Marseillaise. Les parties s'engagent à définir ensemble le contenu (équipements et message économique) pertinent et adapté au lieu.

- *Convention spécifique*

### 3. BUREAU DE LA METROPOLE A PARIS :

Pour renforcer la capacité de lobbying et le travail d'influence auprès des décideurs nationaux et européens (travail sur l'image et les prospects/lead PP), AMP a validé la création d'un bureau de la métropole (au sein des bureaux de la CCIMP gérés par sa filiale WTC SA) à Paris.



Reçu au Contrôle de légalité le 09 novembre 2017

Ce bureau opéré par AMP associera la CCIMP et ses partenaires afin de faire de ce lieu une vitrine de la Métropole à Paris au service d'évènements économiques, touristiques ou autres et pouvant servir de base pour les actions de prospection de Provence Promotion.

- *Convention spécifique*



Reçu au Contrôle de légalité le 09 novembre 2017

## 4. RESEAU AMBASSADEURS :

La Métropole construit une démarche globale d'attractivité économique dans laquelle la création d'un Club d'Ambassadeurs du territoire s'inscrit comme l'un des outils stratégiques, à l'instar de ce que font les territoires ayant mis en place une stratégie d'attractivité réussie (Lyon, Alsace, Ireland). Le réseau revendique sa vocation économique axé sur la dimension de promotion internationale et l'amélioration de l'image du territoire métropolitain auprès de l'ensemble des acteurs économiques.
La Métropole associera la CCIMP à recherche de la fusion des différentes initiatives.

## 5. CONSEIL DE L'ATTRACTIVITE :

L'Agenda du développement économique prévoit que le Comité de gouvernance économique définisse et installer un Conseil de l'attractivité. La CCIMP contribuera à la mise en place de ce Conseil.



Reçu au Contrôle de légalité le 09 novembre 2017