

Séance publique du 10 janvier 2007

Délibération n° 2007-3877

commission principale : développement économique

objet : **Plan marketing - Convention avec l'Aderly - Subvention**

service : Délégation générale au développement économique et international - Direction marketing et stratégies économiques

Le Conseil,

Vu le rapport du 19 décembre 2006, par lequel monsieur le président expose ce qui suit :

L'agglomération lyonnaise apparaît aujourd'hui, à l'échelle nationale, comme le territoire le plus dynamique et attractif sur le plan économique. Ce résultat repose sur des réussites fortes, que ce soit pour le nombre et l'excellence des pôles de compétitivité obtenus, la création d'entreprise où l'agglomération a réussi, en quelques années, à se positionner comme le territoire leader en France et le volume d'investissement dans l'immobilier d'entreprise (plus de 600 M€ en 2005). Ces réussites reposent sur la capacité du territoire et de ses acteurs à se fédérer et à définir en commun une stratégie partenariale, notamment dans le cadre de Grand Lyon, l'Esprit d'Entreprise.

Mais cette réussite nationale ne suffit plus à l'heure où les territoires sont en compétition à l'échelle internationale. Il apparaît nécessaire de franchir une étape et de se doter d'un plan marketing pour se positionner à l'échelle des autres métropoles concurrentes en Europe.

En effet, la compétitivité des territoires est aujourd'hui une réalité. Depuis le début des années 1990, plusieurs classements et études font état des différences de compétitivité et de performance entre les territoires, à différentes échelles. Si les méthodes et indicateurs diffèrent d'un classement à un autre, ils permettent de dégager les grandes tendances au fil du temps et de distinguer les axes d'intervention à privilégier par l'action publique, afin de rendre l'agglomération lyonnaise plus attractive.

Les études internationales reflètent le niveau de performance, c'est-à-dire de service, qu'offre une agglomération. Être dans les principales agglomérations européennes c'est assurer aux entreprises une offre de service de haut niveau, gage d'attractivité et ainsi :

- attirer de nouvelles entreprises, investisseurs, évènements,
- conserver et développer les grands comptes sur le territoire,
- développer un secteur tertiaire performant,

et par conséquent créer, sur le territoire de l'agglomération de Lyon, de nouveaux emplois et augmenter la richesse globale.

Conscients des possibilités d'améliorer la performance de l'agglomération lyonnaise par rapport à ces indicateurs-clés et désireux de faire entrer Lyon dans le club des villes européennes les plus dynamiques, les principaux acteurs économiques et institutionnels, sous l'impulsion des travaux lancés par les présidents de Grand Lyon, l'Esprit d'Entreprise se sont regroupés pour élaborer un plan marketing, s'articulant autour d'un travail de repositionnement de l'agglomération lyonnaise et d'actions ciblées de communication.

Un groupe de travail, composé de la chambre de commerce et d'industrie de Lyon, du pôle universitaire de Lyon, de l'Office de tourisme, de l'Agence de développement économique de la région lyonnaise (Aderly), de l'aéroport de Lyon Saint Exupéry, d'Eurexpo, du centre des congrès de Lyon, du département du Rhône et de la communauté urbaine de Lyon, a travaillé sur ces différents points et propose un plan d'actions pour 2007.

Les objectifs de ce plan d'action sont :

- de promouvoir Lyon à l'international avec une bannière unifiée et à travers des actions communes pour améliorer la visibilité de l'agglomération à l'extérieur,
- d'augmenter la notoriété de l'agglomération auprès de cibles économiques privilégiées : décideurs, influenceurs, investisseurs, chercheurs.

Les principales actions de ce plan, pour 2007, seront :

- les actions de relations de presse auprès des cibles économiques prioritaires,
- la mobilisation de 500 leaders et des clubs économiques lyonnais pour promouvoir les atouts de l'agglomération sur la base de témoignages d'entreprises,
- renforcer les actions de marketing et de communication communes aux partenaires pour les actions en France et à l'étranger : séminaire de promotion, actions au moment des salons internationaux, etc.,
- la mise en place d'une nouvelle signature commune.

Le plan d'actions, mené à l'initiative de Grand Lyon, l'Esprit d'Entreprise, garant d'une gouvernance partenariale, sera piloté techniquement par l'Aderly, pour le compte de l'ensemble des partenaires. L'Aderly aura alors en charge la gestion et l'organisation de l'ensemble des opérations mises en œuvre, sous une bannière collective à déterminer, qui sera utilisée par tous pour les opérations de communication extérieures. La réussite de ce plan d'actions reposera aussi sur la mise en synergie des moyens de communication des différents partenaires.

Ce plan d'actions fera l'objet de critères d'évaluation précis et d'un suivi des résultats semestriel.

La Communauté urbaine souhaite apporter son soutien aux partenaires à hauteur de 500 000 €, pour mettre en œuvre ce programme d'un budget global de 1500 000 € qui sera abondé par les huit autres partenaires.

Il est donc proposé que le conseil de Communauté accorde à l'Aderly une subvention de 500 000 € pour la mise en place d'un programme marketing et de communication partenarial en 2007 ;

Vu ladite convention ;

Ouï l'avis de sa commission développement économique ;

DELIBERE

1° - Attribue une subvention de fonctionnement de 500 000 € à l'Agence de développement économique de la région lyonnaise (Aderly), au titre de l'exercice 2007.

2° - Autorise monsieur le président à signer la convention à intervenir avec l'Aderly.

3° - La dépense correspondante sera prélevée sur les crédits inscrits au budget principal de la Communauté urbaine - exercice 2007 - compte 657 480 - fonction 90 - opération n° 0864.

Et ont signé les membres présents,
pour extrait conforme,
le président,
pour le président,