

DELEGATION DE M. Josy REIFFERS

D -20100201

Adhésion de la Ville au réseau Fondation Agir Contre l'Exclusion. Décision. Autorisation.

Monsieur Josy REIFFERS, Adjoint au Maire, présente le rapport suivant :
Mesdames, Messieurs,

La Ville de Bordeaux souhaite lutter contre l'exclusion. A ce titre-là, elle a engagé des programmes et des actions ayant pour finalité de combattre toutes les formes d'exclusion.

La Fondation Agir Contre l'Exclusion, reconnue d'utilité publique, est un réseau de clubs d'entreprises, créé en partenariat avec les collectivités territoriales, et qui participe au développement économique et social des territoires en difficulté.

F.A.C.E. a pour vocation de faire émerger, de mettre en œuvre, de développer et d'essaimer des actions innovantes s'appuyant sur une participation active des entreprises.

F.A.C.E., outil de mobilisation local et national des entreprises, s'est donné comme mission :

- d'initier avec ses différents partenaires, des actions concrètes de prévention et de lutte contre les exclusions,
- de promouvoir l'égalité des chances et privilégier la mixité sociale, la diversité au sein des entreprises,
- d'assurer l'interface entre les entreprises, leurs dirigeants et leurs collaborateurs, et leurs partenaires associatifs locaux.

Afin de conjuguer leurs efforts pour lutter contre l'exclusion, F.A.C.E. et la Ville de Bordeaux décident de mettre en place et de soutenir un club d'entreprises F.A.C.E. qui sera géré par une association locale, appelée F.A.C .E. Bordeaux-Gironde créée à cet effet, sur le territoire de la ville. Vous trouverez les statuts en annexe.

Facilitateur du développement économique et s'inscrivant dans une démarche résolument tournée vers l'insertion de publics exclus et vers la prévention de l'exclusion, l'association locale FACE Bordeaux-Gironde sera un outil partenarial de mise en œuvre d'actions locales de lutte contre les exclusions, regroupant les entreprises locales souhaitant s'investir concrètement sur ce sujet, dans le cadre de leur responsabilité sociale.

L'association FACE Bordeaux-Gironde sera gérée et animée par un professionnel assurant la fonction de direction et présidée par un responsable d'entreprise.

Elle sera chargée de l'animation du club d'entreprises sur le territoire de Bordeaux et de la Communauté Urbaine de Bordeaux.

Au regard de l'intérêt de ces missions pour notre politique de lutte contre l'exclusion et de celle en faveur de l'emploi, il est proposé d'adhérer à la Fondation Agir Contre l'Exclusion et de soutenir l'association FACE Bordeaux-Gironde.

Le montant de l'adhésion est de 5 000 euros TTC.

Aussi, je vous demande de bien vouloir autoriser Monsieur le Maire à :

- faire adhérer la Ville de Bordeaux au réseau FACE
- me désigner pour le représenter au sein de l'association,
- verser le montant correspondant, soit 5 000 euros, prévu au budget de l'année en cours, fonction 9 – sous fonction 94 – nature 6281.

FACE- BORDEAUX GIRONDE

Association régie par la Loi du 1^{er} juillet 1901

Siège social

Maison de l'Emploi
100 Quai des Chartrons
33000 BORDEAUX

STATUTS

Handwritten initials: "AN" and a signature.

PREAMBULE

La Fondation Agir Contre l'Exclusion (ci-après « FACE ») est une fondation reconnue d'utilité publique par décret du 18 février 1994, ayant son siège 24 place Raoul FOLLEREAU (75010), et dont l'objet principal est la mise en œuvre de moyens de lutte contre les exclusions en partenariat entre les entreprises et les collectivités locales.

Pour agir au niveau local, FACE participe à la création de Clubs d'Entreprises sous la forme d'associations, en accord avec les collectivités locales, regroupant principalement des entreprises qui souhaitent participer au développement économique et social de territoires en difficulté.

Ces associations, agréées en qualité de membre du réseau FACE, exercent leurs activités sur un territoire défini, limité au périmètre de la collectivité locale initiatrice du projet.

C'est dans ce cadre que FACE et la Ville de Bordeaux (ci-après la « Collectivité Locale ») ont conclu une convention le 30 Novembre 2009 et se sont concertées afin que soit constituée la présente association, agréée par la FACE par convention en date du 30 Novembre 2009.

ARTICLE 1 - FORME :

Il est créé entre les adhérents aux présents statuts une association régie par la loi du 1^{er} juillet 1901, le décret du 16 août 1901 et les présents statuts.

ARTICLE 2 - DENOMINATION :

L'association a pour dénomination : FACE Bordeaux Gironde.

ARTICLE 3 - OBJET :

L'association a pour objet, sur le territoire de la ville de Bordeaux, pouvant être étendu par simple décision du Conseil d'Administration à la communauté de communes et /ou au département de la Gironde.

- de regrouper les entreprises et/ou les chefs d'entreprises locaux souhaitant agir contre les exclusions en partenariat avec les collectivités locales et en référence à la charte nationale des entreprises FACE,
- de favoriser la mise en œuvre et le développement d'actions contre les exclusions, notamment dans les domaines de l'accès à l'emploi, du développement économique local et de la prévention,
- de contribuer à l'évolution positive des relations des entreprises avec leur environnement social,
- d'être correspondant de FACE et ses outils au niveau du territoire défini par les présents statuts.

ARTICLE 4 - MOYENS D'ACTIONS :

L'association se propose d'atteindre ses objectifs, notamment par :

- la mobilisation des acteurs économiques, sociaux et institutionnels autour des questions de l'exclusion ;
- l'expérimentation et la mise en œuvre de méthodes ou d'outils favorisant l'accès à l'emploi des personnes en situation d'exclusion ;
- l'expérimentation de méthodes permettant d'exploiter des nouveaux gisements d'emplois ;
- l'accompagnement de projets émanants d'habitants ou d'associations répondant aux objectifs de lutte contre l'exclusion que s'est fixée l'association ;
- la prévention de l'exclusion par des missions d'information et de sensibilisation du public ;

ARTICLE 5 - SIEGE SOCIAL :

Le siège social est fixé :

Il pourra être transféré en tout autre endroit par une décision du conseil d'administration, soumise à la ratification de l'assemblée générale.

ARTICLE 6 - DUREE :

L'association est constituée pour une durée illimitée.

ARTICLE 7 - MEMBRES :

7.1. Collèges de membres :

L'association se compose de quatre collèges de membres, personnes morales ou physiques : les Membres de Droit, les Membres Actifs, les Membres d'Honneur et les Membres Adhérents.

- Sont **Membres de Droit** la FACE et la ville de Bordeaux.
- Sont **Membres Actifs** les établissements locaux des entreprises nationales et les entreprises locales ainsi que les partenaires institutionnels ayant exprimé leur souhait d'être associés à la gestion de l'association et ainsi pouvoir faire partie du conseil d'administration.
- Sont **Membres d'Honneur** les personnes physiques choisies en raison de leur compétence.
- Sont **Membres Adhérents** les personnes physiques et morales qui n'entrent pas dans les catégories ci-dessus.

7.2 Acquisition et perte de la qualité de membres :

Le conseil d'administration est seul compétent pour agréer toute personne en qualité de Membres Actifs, d'Honneur ou Adhérents. Le conseil d'administration précise lors de sa décision la catégorie à laquelle appartient le membre ainsi agréé.

La qualité de membres se perd par :

- la démission ;
- le décès (la dissolution pour une personne morale) ;
- la radiation prononcée par le conseil d'administration pour motif légitime, notamment pour non paiement des cotisations.

ARTICLE 8 - RESSOURCES DE L'ASSOCIATION :

Les ressources de l'association se composent :

- du montant des cotisations versées par les membres de l'association quelle que soit la catégorie à laquelle ils appartiennent ;
- de subventions accordées par l'Union Européenne, l'Etat, les régions, les départements, les communes, et de leurs établissements publics ;
- des emprunts décidés par le conseil d'administration ; des recettes provenant de biens vendus ou de prestations fournies par l'association ;
- des dons manuels ainsi que des dons des établissements d'utilité publique ;

Et, de toutes ressources autorisées par les textes législatifs et réglementaires.

ARTICLE 9 - CONSEIL D'ADMINISTRATION :

9.1. Composition du conseil d'administration

Le conseil d'administration est composé de six (6) à douze (12) membres élus pour une (1) année par l'assemblée générale parmi les Membres Actifs ; les deux tiers au moins des sièges devant revenir aux établissements locaux des entreprises nationales et aux entreprises locales.

Les membres sortants sont rééligibles indéfiniment.

En outre, la Collectivité Locale peut disposer d'un siège, si elle le souhaite.

Les personnes morales administrateurs sont représentées par leur représentant légal en exercice, ou par toute autre personne dont l'habilitation à cet effet aura été notifiée à l'association.

En cas de vacances d'un ou plusieurs postes d'administrateurs élus, le conseil peut les pourvoir provisoirement par cooptation. Les postes sont pourvus définitivement par la plus prochaine assemblée générale. Les mandats administrateurs ainsi élus prennent fin à l'époque où devait normalement expirer le mandat des administrateurs remplacés.

Les fonctions d'administrateurs cessent par la démission, la perte de la qualité de membres de l'association, la révocation par l'assemblée générale laquelle peut être décidée sans motif et la dissolution de l'association.

9.2. Réunion du conseil d'administration :

Le conseil d'administration se réunit autant de fois que l'intérêt de l'association l'exige, sur convocation du président faite par tout moyen dans un délai suffisant ou sur la demande d'au moins le tiers les administrateurs.

Le conseil ne délibère valablement que si la moitié des membres sont présents ou représentés. Les décisions sont prises à la majorité des voix ; en cas de partage, la voix du président est prépondérante.

Les administrateurs peuvent se faire représenter par un autre administrateur muni d'un pouvoir spécial à cet effet. Un administrateur ne peut recevoir plus de deux pouvoirs.

9.3. Pouvoirs du conseil d'administration :

Le conseil d'administration est investi des pouvoirs les plus étendus, pour gérer, diriger et administrer l'association, sous réserve de ceux réservés aux assemblées générales et aux membres du bureau.

Il dispose notamment, sans que cette énumération soit limitative, des pouvoirs suivants :

- Il agréé les membres de l'association ;
- Il fixe le montant de la cotisation annuelle ;
- Il peut radier un membre de l'association ;
- Il peut décider le transfert du siège social sous réserve d'une ratification par l'assemblée générale ;
- Il élit les membres du bureau ;
- Il établit le règlement intérieur qui devra être approuvé par l'assemblée générale.

9.4. Procès-verbaux :

Les décisions du conseil d'administration sont constatées par des procès-verbaux établis sur un registre coté et paraphé à la diligence du secrétaire.

Les procès-verbaux devront indiquer le mode, le lieu le cas échéant, la date de la réunion, la dénomination des administrateurs présents ou représentés et l'identité de toute autre personne ayant assisté à tout ou partie des délibérations, les documents et rapports soumis à discussion, un exposé des débats ainsi que les décisions et le résultat du vote.

Ce registre est tenu au siège de l'association et signé par le président de séance.

ARTICLE 10 - BUREAU :

10.1. Composition du bureau :

Le bureau de l'association est composé au minimum de :

- un président ;
- un secrétaire ;
- un trésorier.

Les membres du bureau sont élus par le conseil d'administration et choisis parmi ses membres.

Les membres du bureau sont élus pour la durée de leur mandat d'administrateur. Les membres sortants sont rééligibles indéfiniment.

10.2. Pouvoirs :

Le bureau assure la gestion courante de l'association et veille à la mise en œuvre des décisions du conseil d'administration. Ses membres exercent individuellement les pouvoirs définis ci-après.

10.3. Le président :

Le président est obligatoirement choisi parmi les établissements locaux des entreprises nationales ou les entreprises locales.

Il assure la gestion quotidienne de l'association et dispose notamment, sans que cette liste soit limitative, des pouvoirs suivants :

- Il représente l'association dans tous les actes de la vie civile et possède tout pouvoir à l'effet de l'engager ;
- Il a qualité pour représenter l'association en justice tant en demande qu'en défense ;
- Il convoque le conseil d'administration et l'assemblée générale, en fixe leur ordre du jour et préside leur réunion ;
- Il exécute les décisions arrêtées par le conseil d'administration et l'assemblée générale ;
- Il signe tout contrat d'achat, de vente, et plus généralement tous actes nécessaires à l'exécution des décisions du conseil d'administration et de l'assemblée générale ;
- Il représente son association au sein des instances nationales du réseau FACE ;
- Il peut déléguer ces pouvoirs à toute personne physique de son choix, qu'elle soit ou non administrateur ou membre de l'association.

10.4. Le secrétaire :

Le secrétaire veille au bon fonctionnement matériel, administratif, comptable et juridique de l'association. Il établit les procès-verbaux des réunions du conseil d'administration et des assemblées générales, Il tient les registres de l'association, il procède aux déclarations à la préfecture, et toutes autres formalités de publicité rendues obligatoires en vertu de dispositions légales et réglementaires.

Il peut déléguer, sous son contrôle, ses pouvoirs à toutes personnes de son choix.

10.5. Le trésorier :

Le trésorier établit les comptes annuels de l'association. Il procède à l'appel annuel des cotisations. Il établit un rapport financier qu'il présente avec les comptes annuels à l'assemblée générale annuelle.

ARTICLE 11 - CENSEUR :

FACE est nommée en qualité de censeur pour la durée de l'association. Elle est représentée à cet effet par toute personne physique qu'elle désignera.

Le censeur, en sa qualité d'autorité morale fondatrice de l'association, est chargé de veiller au respect des principes qui ont prévalu à la création de l'association, de la déontologie et à la stricte exécution des statuts.

Le censeur est convoqué aux séances du conseil d'administration et ne prend part aux délibérations qu'à titre consultatif. Il peut obtenir, sur simple demande formulée auprès du président, communication de tout document ou information qu'il juge nécessaire à l'exercice de sa mission.

Il peut présenter ses observations à l'assemblée générale ordinaire lorsqu'il le juge à propos.

ARTICLE 12 - ASSEMBLEE GENERALE :

Tous les membres de l'association, à jour de leur cotisation, ont accès aux assemblées générales et participent aux votes.

Les décisions collectives des associés peuvent être prises en réunion au siège social ou en tout lieu indiqué dans la convocation à l'heure fixée par l'initiateur de la convocation.

12.1. Convocation des adhérents :

Les assemblées générales sont convoquées par le président par tout procédé de communication faite au moins quinze (15) jours à l'avance. La convocation mentionne le lieu, le jour, l'heure et l'ordre du jour de l'assemblée.

Lorsque tous les membres sont présents ou représentés, l'assemblée générale délibère valablement sur convocation verbale sans délai.

12.2. Quorum :

Les assemblées générales qualifiées d'ordinaires ne délibèrent valablement, sur première consultation, que si le quart des membres de l'association sont présents ou représentés. Sur deuxième consultation aucun quorum n'est requis.

Les assemblées générales qualifiées d'extraordinaires ne délibèrent valablement, sur première consultation, que si la moitié des membres de l'association sont présents ou représentés. Sur deuxième consultation aucun quorum n'est requis.

12.3. Représentation aux assemblées :

Les membres peuvent se faire représenter aux délibérations de l'assemblée par un autre membre. Chaque mandataire ne peut disposer que de deux mandats.

Les mandats peuvent être donnés par tous procédés de communication écrite.

12.4. Pouvoirs des assemblées générales :

Les assemblées générales sont seules compétentes pour prendre les décisions suivantes :

- nomination, renouvellement et révocation des administrateurs ;
- ratification de la décision du conseil d'administration de transférer le siège social ;
- nomination et renouvellement des commissaires aux comptes ;
- approbation des comptes sociaux annuels ;
- approbation du règlement intérieur établi par le conseil d'administration ;



- extension ou modification de l'objet social ;
- modification des statuts ;
- dissolution et liquidation de l'association.

Toute autre décision relève de la compétence du conseil d'administration et des membres du bureau, sauf disposition contraire de la loi ou des présents statuts.

Les assemblées générales sont qualifiées d'ordinaires ou d'extraordinaires ; elles statuent dans les conditions de majorité suivantes :

- L'assemblée qualifiée d'extraordinaire statue à la majorité des deux tiers des présents ou représentés. Elle est compétente pour toutes décisions ayant pour effet de modifier les statuts et de décider la dissolution de la société,
- L'assemblée qualifiée d'ordinaire statue à la majorité simple des présents ou représentés. Elle est compétente pour toutes les décisions qui ne sont pas de la compétence de l'assemblée générale extraordinaire.

12.5. Tenue des assemblées – Procès-verbaux :

L'assemblée est présidée par le président ; à défaut, l'assemblée élit son président de séance.

Les procès-verbaux devront indiquer le mode, le lieu le cas échéant, la date de l'assemblée, les documents et rapports soumis à discussion, un exposé des débats ainsi que le texte des résolutions et, sous chaque résolution, le résultat du vote.

Les procès-verbaux des assemblées générales sont dressés à l'initiative du secrétaire établis sur un registre coté et paraphé.

Ce registre est tenu au siège de la société et signé par le président de séance.

ARTICLE 13 - REGLEMENT INTERIEUR :

Un règlement intérieur peut être établi par le conseil d'administration qui le fait approuver par l'assemblée générale. Ce règlement éventuel est destiné à fixer les divers points non prévus par les statuts, notamment ceux qui ont trait à l'administration interne de l'association.

ARTICLE 14 - EXERCICE SOCIAL :

Chaque exercice social a une durée d'une année, qui commence le 1^{er} janvier et finit le 31 décembre de l'année suivante.

A titre exceptionnel, le premier exercice social commencera le jour de la publication de l'association à la préfecture, pour finir le 31 décembre de la même année.

ARTICLE 15 - INVENTAIRE - COMPTES ANNUELS :

Il est tenu une comptabilité régulière des opérations sociales selon les normes du plan comptable général et faisant apparaître annuellement un bilan, un compte de résultat et, le cas échéant, une ou plusieurs annexes.

Tous ces documents sont mis à la disposition du commissaire aux comptes éventuellement nommé.

L'assemblée générale ordinaire doit statuer sur les comptes de l'exercice écoulé dans les six mois de la clôture de l'exercice.

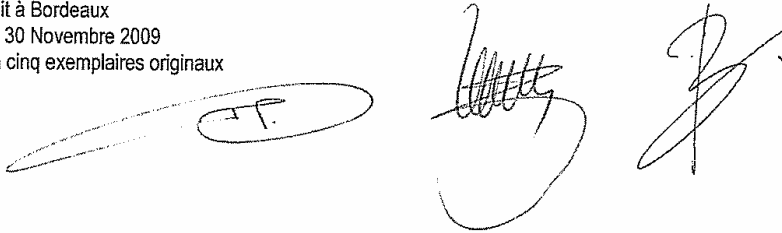
ARTICLE 16 - COMMISSAIRES AUX COMPTES :

L'assemblée générale nomme le commissaire aux comptes titulaire et le commissaire aux comptes suppléant.
Le commissaire aux comptes exerce sa mission selon les normes de la profession. Il établit et présente chaque année à l'assemblée générale appelée à statuer sur les comptes de l'exercice clos, un rapport rendant compte de sa mission et certifiant la régularité et la sincérité des comptes.

ARTICLE 17 - DISSOLUTION :

En cas de dissolution prononcée par l'assemblée générale, un ou plusieurs liquidateurs sont nommés par celle-ci et l'actif, s'il y a lieu, est dévolu suivant les règles fixées par la loi du 1^{er} juillet 1901 et le décret du 16 août 1901.

Fait à Bordeaux
Le 30 Novembre 2009
En cinq exemplaires originaux



ADOPTE A L'UNANIMITE

D -20100202

Convention financière 2010 entre la Ville de Bordeaux et l'association BRA. Agence de développement économique de Bordeaux et de la Gironde. Signature. Autorisation.

Monsieur Josy REIFFERS, Adjoint au Maire, présente le rapport suivant :
Mesdames, Messieurs,

Par délibération en date du 28 janvier 2008, nous avons autorisé Monsieur le Maire à signer une convention pluriannuelle de partenariat avec le BRA, fixant pour la période 2008-2010 le cadre d'actions du BRA ainsi que les contributions annuelles par collectivité.

Le BRA – agence de développement économique de Bordeaux et de la Gironde est né en 1996 d'un consensus entre les principales organisations publiques girondines en charge du développement économique. Le BRA consacre son activité à la promotion économique, la prospection et l'accueil d'entreprises souhaitant s'implanter à Bordeaux ou en Gironde.

En 2009, 32 décisions d'implantations, de relocalisation ou de développement ont été accompagnées par le BRA et ses partenaires . Ces décisions sont porteuses de 1422 créations d'emploi dans la période de trois ans suivant la prise de décision. Dix décisions sont d'origine étrangère et elles concernent 37.5 % des créations emplois attendues. 11 de ces implantations ont eu lieu à Bordeaux intra muros, avec un prévisionnel de création d'emplois à 3 ans de 193 postes.

Le budget prévisionnel en annexe s'élève à 2 240 000 €. La participation de la Ville pour l'année 2010 au BRA – Agence de développement économique de Bordeaux et de la Gironde est d'un montant de 290 000 euros. Cette participation est répartie en cotisation (76 225 euros) et en subvention (213 775 euros).

Je vous demande donc, Mesdames, Messieurs, de bien vouloir autoriser Monsieur le Maire à :

- signer la convention de partenariat pour l'année 2010,
- verser la participation soit 290 000 € à l'association BRA – Agence de développement économique de Bordeaux et de la Gironde, ainsi répartie :
- la cotisation soit 76 225 euros par imputation sur la fonction 9 sous fonction 90 nature 6281,
- la subvention soit 213 775 euros par imputation sur la fonction 9 sous fonction 90 nature 6574.

**CONVENTION DE PARTENARIAT 2010
ENTRE LA VILLE DE BORDEAUX
ET LE BRA – AGENCE DE DEVELOPPEMENT ECONOMIQUE
DE BORDEAUX ET DE LA GIRONDE**

Entre Monsieur Alain JUPPÉ, Maire de Bordeaux, habilité aux fins des présentes par délibération du Conseil Municipal, en date du, et reçue à la Préfecture le

Et Monsieur Jean-Marie CHADRONNIER, Président – Agence de développement économique de Bordeaux et de la Gironde, autorisé par délibération du Conseil d'Administration, en date du 20 novembre 2009,

Exposé

La politique générale d'aide aux associations de la ville de Bordeaux fait l'objet de conventions de partenariat qui définissent les objectifs et les moyens de l'association, les conditions matérielles et financières de l'aide apportée par la Ville ainsi que les engagements des deux parties.

Considérant

Que l'association BRA – Agence de développement économique de Bordeaux et de la Gironde, domiciliée 2 place de la Bourse – BP 78 à Bordeaux, dont les statuts ont été modifiés et approuvés le 6 novembre 2009 et dont la déclaration de modification a été reçue en Préfecture de la Gironde le 26 novembre 2009, exerce une activité de promotion économique de Bordeaux et de la Gironde, présentant un intérêt communal propre,

Il a été convenu :

Article 1 – Activités et projets de l'association

L'association BRA – Agence de développement économique de Bordeaux et de la Gironde s'assigne au cours de la période du 1er janvier 2010 au 31 décembre 2010, la réalisation des activités de :

Marketing territorial et promotion économique :

- être le lieu d'élaboration et d'exécution du plan global d'actions marketing territorial destiné à exprimer / communiquer le positionnement économique international de Bordeaux et de la Gironde,
- assurer une veille économique et concurrentielle permanente.

Détection, prospection et traitement de projets :

- détecter et prospector, tant en France qu'à l'étranger, les acteurs et les opérateurs susceptibles de prendre des décisions d'investissement au bénéfice de Bordeaux et de la Gironde ; et à ce titre, définir et mettre en œuvre une stratégie permettant d'attirer les investisseurs.
- favoriser les programmes de développement émanant des sociétés déjà implantées en Gironde, mais dont les centres de décisions et de commandement sont extérieurs à ce territoire.

- détecter et accompagner les projets de délocalisation de services publics, et positionner l'agglomération bordelaise comme l'une des destinations pertinentes du redéploiement de l'emploi supérieur public.
- accueillir et accompagner les différents projets d'investissements en favorisant - à leur profit - la mobilisation locale des partenaires publics et privés concernés par ces projets d'investissement.
- organiser et coordonner la réception des entreprises et des investisseurs désireux de s'implanter en liaison avec les structures appropriées.
- favoriser l'insertion optimale des nouveaux investisseurs au sein du tissu économique bordelais et girondin.

De manière générale, l'association intégrera dans sa démarche les principes d'action suivants :

- coopération étroite tant au plan girondin qu'aquitain avec l'ensemble des pouvoirs publics, institutions et organismes concernés par l'action économique,
- l'association s'attachera en particulier à développer toutes synergies possibles entre ses propres buts et ceux poursuivis par les organismes de développement économique présents sur le territoire girondin.

Article 2 – Mise à disposition des moyens

La Ville de Bordeaux s'engage à mettre à disposition de l'association BRA – Agence de développement économique de Bordeaux et de la Gironde, dans les conditions figurant à l'article 3 :

- une participation de 290 000 € (DEUX CENT QUATRE VINGT DIX MILLE EUROS) pour l'année civile 2010 répartie de la façon suivante :
- 76 225 € (SOIXANTE SEIZE MILLE DEUX CENT VINGT CINQ EUROS) de cotisation,
- le solde, soit 213 775 € (DEUX CENT TREIZE MILLE SEPT CENT SOIXANTE QUINZE EUROS) en subvention.

Article 3 – Conditions d'utilisation de l'aide

L'association BRA – Agence de développement économique de Bordeaux et de la Gironde s'engage à utiliser les moyens mis à disposition par la Ville de Bordeaux, dans les conditions suivantes :

- la subvention sera utilisée pour la conduite de son plan d'actions ci-après annexé pour l'année 2010.

Au regard du budget prévisionnel en annexe, la réalisation des activités s'élève à 2 264 000 euros et la subvention municipale à 213 775 euros.

Article 4 – Mode de règlement

Pour 2010, la subvention de la Ville de Bordeaux, à la réalisation des activités du BRA, s'élève à 213 775 € (DEUX CENT TREIZE MILLE SEPT CENT SOIXANTE QUINZE EUROS).

Elle sera versée suivant le calendrier ci-après :

Tranche n°1 : 71 259 € à la signature de la présente convention,

Tranche n°2 : 71 259 € au mois de juin 2010,

Tranche n°3 : le solde, soit 71 257 € au mois de septembre 2010.

Elle sera créditée au compte de l'association BRA – Agence de développement économique de Bordeaux et de la Gironde n° 13335 00301 0408508467 2 33, établissement : Caisse d'Epargne Aquitaine Nord – 61 rue du Château d'Eau – 33076 Bordeaux cedex.

La cotisation 2010 est d'un montant de 76 225 euros (SOIXANTE SEIZE MILLE DEUX CENT VINGT CINQ EUROS).

Article 5 – Conditions générales

L'association BRA – Agence de développement économique de Bordeaux et de la Gironde s'engage :

1. à pratiquer une liberté d'adhésion et d'éligibilité de l'ensemble de ses membres à ses instances dirigeantes,
2. à déclarer sous 3 mois, à la Ville, toute modification remettant en cause ses liens avec le territoire de la commune de Bordeaux,
3. à déclarer sous 3 mois, à la Ville, tout changement intervenu dans son conseil d'administration,
4. à ne pas reverser tout ou partie de la subvention à d'autres associations, sociétés, collectivités ou personnes de toute nature,
5. à adopter un cadre budgétaire et comptable conforme au plan comptable général,
6. à restituer à la Ville les sommes éventuellement non utilisées.
7. à rappeler sur l'ensemble de ses outils d'information ou de communication et sur les supports qu'elle estimera les plus adaptés, l'aide que lui apporte la mairie, soit sous la forme de la présence du logo municipal, soit sous la forme du texte suivant : « association soutenue par la Mairie de Bordeaux ».

Article 6 – Condition de renouvellement

La présente convention est conclue pour la période fixée à l'article 1. Toute reconduction tacite est exclue. Le cas échéant, une nouvelle convention devra intervenir pour une nouvelle période.

Article 7 – Condition de résiliation

En cas de non respect par l'association BRA – Agence de développement économique de Bordeaux et de la Gironde de l'une des quelconques dispositions prévues aux présentes, la convention pourra être résiliée de plein droit par la Ville de Bordeaux, à l'expiration d'un délai de 15 jours suivant l'envoi d'une lettre recommandée avec accusé de réception valant mise en demeure.

La présente convention sera résiliée de plein droit sans préavis, ni indemnité en cas de redressement ou de liquidation judiciaire ou d'insolvabilité notoire de l'association BRA – Agence de développement économique de Bordeaux et de la Gironde.

Article 8 – Contrôle de la Ville sur l'association

Conformément à l'article L1611-4 du Code général des collectivités territoriales, l'association s'engage à communiquer aux fins de vérification par des délégués mandatés par le Maire :

- une copie certifiée de son budget,
- une copie certifiée de ses comptes (bilans et compte de résultat) pour l'exercice écoulé (la certification doit se conformer aux dispositions légales et réglementaires en vigueur, notamment les décrets du 27/03/1993 et 1/03/1984,
- tout document faisant connaître les résultats de son activité.

La Ville de Bordeaux et le BRA prévoient une réunion de suivi des opérations entre le 1^{er} juillet et le 31 octobre, dont l'ordre du jour est notamment constitué par :

- la présentation d'un rapport d'activités intermédiaires,
- la présentation d'une situation financière intermédiaire,
- l'ajustement du plan d'activités et du budget prévisionnel pour la fin de l'exercice,
- le mode d'utilisation par l'association BRA – Agence de développement économique de Bordeaux et de la Gironde des concours de la Ville de Bordeaux (dans le cadre où ceux-ci sont affectés dans la convention à des actions précises).

Article 9 – Droits de timbre et d'enregistrement

Les frais éventuels des présentes seront à la charge de l'association BRA – Agence de développement économique de Bordeaux et de la Gironde.

Article 10 – Election de domicile

Pour l'exécution des présentes, il est fait élection de domicile à savoir :
par la Ville de Bordeaux, en l'Hôtel de Ville,
par l'association BRA – Agence de développement économique de Bordeaux et de la Gironde,
2 place de la Bourse à Bordeaux.

Fait à Bordeaux en 4 exemplaires, le

Pour la Ville de Bordeaux,

Josy REIFFERS
Adjoint au Maire

Pour l'association B.R.A. – Agence de
développement économique
de Bordeaux et de la Gironde
Jean-Marie CHADRONNIER
Président



agence de développement économique
BORDEAUX - GIRONDE

PLAN D'ACTION ET BUDGET PREVISIONNEL 2010

**Conseil d'Administration
Vendredi 20 novembre 2009**

PLAN D'ACTION 2010

Avant-propos

Le projet de plan d'action 2010 pour le BRA – Agence de développement économique de Bordeaux et de la Gironde, s'inscrit dans le cadre actualisé du « Plan d'action stratégique 2008-2010 », adopté par le conseil d'administration de l'agence, le 6 décembre 2007.

Le bilan des deux années écoulées (2008 et 2009) témoigne de la capacité de l'agence à atteindre les objectifs fixés tant au plan quantitatif par l'obtention de décisions d'investissements porteuses de création d'emplois que qualitatif :

- Structuration progressive de la fonction de centre de services partagés (lieu de coordination et d'animation de l'action qui lui a été confiée en matière de marketing territorial), même si la mise en œuvre de la stratégie effective de communication économique aura souffert durant 2009 de plusieurs mois de décalage.
- Capacité d'adaptation aux sollicitations de ses partenaires financeurs :
 - Intégration des problématiques de création et de lancement du Pôle technologique « ECOPARC – Bordeaux / Blanquefort »
 - Recensement du foncier économique girondin (septembre 2009 – janvier 2010),
 - Coopération spécifique BRA - Conseil régional d'Aquitaine - INNOVALIS sur la présence AQUITAINE du rendez-vous annuel de l'informatique hospitalière (Salon HIT – Health Information technologies).

Le programme d'action proposé pour 2010 est soutenu par les ambitions suivantes :

- Ancrer les actions engagées en matière de marketing territorial avec pour double objectif :
 - L'actualisation permanente de l'analyse et du plan stratégique du territoire (plan marketing) avec pour 2010, la structuration des actions de comparaisons compétitives : élaboration d'une « batterie d'indicateurs » permettant de mesurer - en terme de résultats et d'image économiques - l'évolution dans le temps de la performance du territoire.
 - La mise en œuvre concrète de la stratégie de communication retenue pour le territoire afin de renforcer le positionnement économique national et international de Bordeaux et de la Gironde.
- Maintenir nos actions en matière de détection et de traitement des projets :
 - Action sur les réseaux nationaux et internationaux et dans ce contexte, faire de l'action Bordeaux ConneXion une véritable action transversale, fédératrice des talents pour un référencement amélioré de Bordeaux et de la Gironde auprès des acteurs clés de l'investissement.
 - Capitaliser sur les méthodes d'approche directe en se dotant d'un outil de veille économique.

Par rapport aux années précédentes, les questions de cibles sectorielles, d'objectifs poursuivis et de méthodologies utilisées étant à peu de choses près identiques à celles mises en œuvre et développées en 2008 et 2009), nous avons opté pour une présentation plus synthétique. Et répondant aux recommandations du conseil d'administration, une présentation par actions a été réalisée qui permette d'identifier les moyens mis en œuvre, résultats attendus et éléments de mesure de ces résultats.

PLAN D'ACTION 2010

Sommaire

1. Ingénierie de la détection et du traitement..... P. 4

Deux opérations liées au cœur de métier du BRA, traitées pour chacune d'entre-elles au plan national et international :

- 1.1. Prospection et traitement des projets tertiaires
- 1.2. Prospection et traitement des projets industriels

2. Marketing territorial..... P. 8

Deux opérations liées aux démarches de marketing territorial, qui devient une deuxième composante du cœur de métier du BRA :

- 2.1. Animation et coordination de la démarche collective marketing territorial « Bordeaux-Gironde »
- 2.2. Elaboration et coordination de la démarche marketing territorial « Pays girondins »

3. Actions transversales d'appui..... P. 11

Trois opérations à la fois à caractère transversal et d'appui aux autres actions du BRA

- 3.1. Promotion de l'offre territoriale
- 3.2. Production et traitement d'informations économique
- 3.3. Mise en œuvre du Pilote expérimental « Bordeaux ConneXion »

4. Budget prévisionnel 2010..... P. 17

1. Ingénierie de la détection et du traitement

1.1. DETECTION & TRAITEMENT DES PROJETS TERTIAIRES

<p>Objectifs</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Identifier et implanter des activités appartenant à des secteurs en croissance, pourvoyeurs de projets et d'emplois pérennes. - Renforcer les fonctions décisionnelles sur l'agglomération bordelaise. - Référencer Bordeaux Gironde comme une alternative pertinente à la région parisienne.
<p>Contexte</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Les projets d'investissement relevant d'activités tertiaires représentent les deux tiers des projets internationalement mobiles. - S'appuyer sur une offre immobilière locale dynamisée par les grands projets d'infrastructures de communication : LGV, A65, réseaux haut débit ... - Capitaliser sur la constitution d'un centre d'affaire à vocation internationale : Bordeaux Euratlantique, et sur la mise en marché des parcs technologiques (ECOPARC – BIOPARC – AEROPARC – Route des lasers)
<p>DETECTION Domaines et secteurs cibles prioritaires</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Centres de services partagés des entreprises industrielles et tertiaires, centres de relation clientèle. - Directions régionales ou interrégionales. - Centres de services informatiques (SSI). - Bureau d'études techniques et sociétés d'ingénierie. - Technologies de l'information et de la communication (activités logiciels et jeux vidéo). - Activités de « bancassurance », activités de conseil. - Organisations publiques et privées, ONG, OIG... - Activités relevant du secteur de l'économie créative
<p>Modes opératoires Actions</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Actions ciblées sur les « grands comptes » présents dans les capitales tertiaires européennes : LONDRES, BRUXELLES, GENEVE, PARIS ... - Présence sur des salons professionnels sélectionnés : MIPIM, SIMI, HIT - Actions sur les réseaux : <ul style="list-style-type: none"> ▪ Internationaux et nationaux : Bordeaux ConneXion, pôle Québec Chaudière Appalaches, co-organisation d'évènements, animation des réseaux de prescripteurs ▪ Locaux : coopération avec les pôles technologiques et les pôles de compétitivité, opérations Bordeaux Réflexe (animation de communautés sectorielles) - Organisation de voyages de presse en fonction de l'actualité - Suivi des comptes clés locaux de l'économie tertiaire, suivi des adhérents - Acquisition d'études de marchés sectorielles, actions de marketing direct - Actions d'intelligence économique : veille active sur Internet et les réseaux ad hoc - Recours ciblés à des cabinets de consultants spécialisés

DETECTION & TRAITEMENT DES PROJETS TERTIAIRES (1.1 suite)			
Critères d'évaluation	- Indicateur de moyens : Traitement de 130 à 140 nouveaux projets dont plus du tiers identifié par le BRA		
	- Indicateur de résultat : Remporter ou accompagner des décisions d'investissement obtenues en 2010 (création, relocalisation, extension) créant à terme 900 emplois		
BUDGET	Masse salariale totale affectée	Salaires directs	434 074
		Salaires indirect	133 723
	Crédits d'action		567 797
	Frais généraux (affectation)		152 450
			78 481
Coût analytique global	798 728 €		

1. Ingénierie de la détection et du traitement

1.2. PROSPECTION ET TRAITEMENT DES PROJETS INDUSTRIELS

Objectifs	<ul style="list-style-type: none"> - Contribuer au renforcement des pôles de compétitivité et des pôles d'excellence - Identifier et implanter des activités appartenant à des secteurs en croissance, pourvoyeurs de projets et d'emplois pérennes. - Référencer Bordeaux-Gironde comme un site pertinent d'implantation.
Contexte	<ul style="list-style-type: none"> - S'appuyer sur l'offre territoriale (logistique, foncière, infrastructures industrielles portuaires, ressources naturelles, ressources humaines, activités de production industrielle, recherche scientifique,...) pour obtenir des décisions d'implantations industrielles en Gironde (création, extension ou délocalisation d'unités de production). - Une concurrence forte de l'Europe de l'Est et des pays émergents sur les secteurs industriels banalisés. - Des opportunités sur des activités à forte valeur ajoutée et à fort contenu technologique s'appuyant sur : <ul style="list-style-type: none"> ▪ la présence des quatre pôles de compétitivité labellisés, ▪ la disponibilité de parcs technologiques entrant ou étant déjà en phase de commercialisation (ECOPARC – BIOPARC – AEROPARC – Route des lasers), ▪ la structuration des zones d'activités de la Gironde permettant une relative spécialisation de l'offre territoriale périurbaine et rurale. (émergence de systèmes de production localisés). - Présence de « gros » donneurs d'ordre justifiant l'étude d'une localisation Bordeaux-Gironde - Une différenciation positive par les coûts de Bordeaux- Gironde : coûts d'implantation et qualité de vie
DETECTION Domaines et secteurs cibles prioritaires	<ul style="list-style-type: none"> - Domaine des éco-industries : éco-construction, technologies propres (CLEANTECHS), chimie verte, énergies renouvelables. - Matériaux et applications : ASD, nautisme, biomatériaux, BTP, ... - Filière Biotechnologies, industries de la santé, de la nutrition et des dispositifs médicaux - Laser, Photonique, Optique - Logistique
Modes opératoires Actions	<ul style="list-style-type: none"> - Présence sur des salons professionnels sélectionnés : JEC, Monaco YACHT SHOW, Naval MEETINGS, EWEC, HUSUM, AERO SOLUTION, POLLUTECH, PHOTONICS WEST, FARNBOROUGH, OPTO, SITL, BIO, MEDICA, ... - Actions sur les réseaux de prescripteurs : organisations professionnelles, ambassades françaises et étrangères, Bordeaux ConneXion, Pôle Québec Chaudières Appalaches, ... - Suivi des comptes clés nationaux et régionaux. - Acquérir une meilleure connaissance des marchés : acquisition d'études de marché, veille économique, - Actions de marketing direct - Recours ciblés à des cabinets de consultants spécialisés

PROSPECTION ET TRAITEMENT DES PROJETS INDUSTRIELS (1.2 Suite)			
Critères d'évaluation	<ul style="list-style-type: none"> - Indicateurs de mise en œuvre de moyens : traitement de 35 à 40 nouveaux projets dont plus du tiers identifié par le BRA - Indicateur de résultat : obtenir ou accompagner des décisions d'investissement (création, relocalisation, extension) créant à terme 300 emplois 		
BUDGET	Masse salariale totale affectée	Salaires directs	361 804
		Salaires indirects	108 443
			470 247
	Crédits d'action		117 461
	Frais généraux (affectation)		63 644
Coût global			647 353 €

2. Marketing territorial

2.1. MARKETING TERRITORIAL « BORDEAUX-GIRONDE »

Objectifs	Elaborer une offre territoriale Bordeaux/Gironde attractive et différenciée pour les investisseurs et les cadres
Contexte	<ul style="list-style-type: none"> - Concurrence exacerbée des territoires sur le marché des investissements - Univers informationnel en mutation forte - Manque de visibilité économique du territoire Bordeaux/Gironde - Faisceaux de facteurs locaux favorables : <ul style="list-style-type: none"> ▪ grands projets structurants et notamment Bordeaux Euratlantique qui concerne un très large secteur d'activité et qui par son rôle moteur impliquera l'ensemble du territoire ▪ renouvellement des équipes publiques, ▪ dynamique économique et démographique, ▪ parties prenantes du développement du territoire en attente, ▪ nouveaux secteurs émergents, ▪ structuration de pôles de compétitivité, ...
Domaines et secteurs cibles prioritaires	<ul style="list-style-type: none"> - Investisseurs : entreprises nationales et internationales mobiles - Cadres supérieurs et/ou « nomades » - Scientifiques ou leaders « de branche » - Pays émergents « B.R.I.C » - Prescripteurs-relais (journalistes, consultants...) plus particulièrement dans les secteurs innovants et à forte valeur ajoutée, tertiaires ou industriels - et localement les parties prenantes du développement (entreprises, leaders, universités, communes...)
Modes opératoires Actions	<p>A - Techniques marketing territorial</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diagnostic territorial • Etudes concurrentielles • Animation ateliers, brainstorming... avec les acteurs locaux et les partenaires du BRA • Analyse des cibles, évolution et tendances • Analyse des grandes tendances économiques et technologiques • Synthèse Atouts/faiblesses/opportunités/menaces • Proposition du scénario pour le territoire et des domaines d'actions stratégiques • « Mise en vente » et promotion de l'offre ainsi constituée • Présentation du marketing territorial aux acteurs locaux

MARKETING TERRITORIAL « BORDEAUX-GIRONDE » (2.1 suite)			
Modes opératoires Actions (suite)	<p>B - Animation du CSO Marketing Territorial (Directeurs du développement économique des collectivités) sur la mise à niveau de l'offre territoriale prenant en compte les 2 thématiques : développement durable - économie de la connaissance</p> <ul style="list-style-type: none"> • Organisation, préparation, animation et compte-rendu des réunions du CSO marketing territorial, • Proposition d'action sur les domaines d'actions stratégiques retenus, élaboration de « feuille de route » et suivi, • Organisation d'ateliers de travail intégrant des experts et grands témoins sur les axes de travail retenus, • Etude des « bonnes pratiques » de territoires et expériences « modèles » dans les deux thématiques, proposition d'adaptation au territoire Bordeaux-Gironde, voir éventuellement l'organisation de missions d'études sur le terrain. 		
Critères d'évaluation	<ul style="list-style-type: none"> • Résultats de l'enquête de notoriété auprès des décideurs nationaux en 2010 (et européen en 2011) sur l'évolution de image économique du territoire Bordeaux-Gironde. • Sondage qualitatif auprès d'un échantillon local (entreprise leaders, organismes de développement économique...) sur les scénarii mis en place. • Adaptabilité aux besoins de la prospection. • Assiduité et « qualité » des participants au CSO Marketing territorial. • Réalisations effectives de « feuilles de routes » définies par domaines d'actions prioritaires. 		
BUDGET	Masse salariale totale affectée	Salaires directs 94 032 Salaires indirect 42 694	136 726
	Crédits d'action		78 866
	Frais généraux (affectation)		25 056
Coût global			240 648 €

2.2. ELABORATION ET COORDINATION DE LA DEMARCHE MARKETING TERRITORIAL « PAYS GIRONDINS »

Objectifs	<ul style="list-style-type: none"> - Accompagner le Conseil général de la Gironde dans la stratégie de développement économique au niveau des pays girondins s'intégrant et s'inspirant de la démarche globale « Marketing Bordeaux-Gironde » - Améliorer la lisibilité économique Bordeaux-Gironde - Contribuer à l'émergence de projets de développement et favoriser l'accueil de nouvelles activités sur ces territoires en fonction des spécificités de chaque pays, participer à l'élaboration d'un projet de développement équilibré sur l'ensemble du territoire girondin 		
Contexte	<ul style="list-style-type: none"> - Un phénomène de métropolisation qui concerne les 2/3 de la population girondine - Un rééquilibrage économique souhaité du territoire girondin - Renforcement des synergies (repérage des complémentarités) entre la stratégie de l'agglomération et les stratégies des pays 		
Domaines et secteurs cibles prioritaires	<ul style="list-style-type: none"> - Les acteurs du développement économique des pays girondins et de l'agglomération - Les investisseurs potentiels (création, extension, reprise, relocalisation) - Premiers « pays » ciblés : Pays Médoc (en cours) – Libourmais – Landes de Gascogne 		
Modes opératoires Actions	<ul style="list-style-type: none"> - « Recyclage et mise à jour » des études existantes (ne pas refaire ce qui a déjà été fait) - Analyse des propositions des pays concernant le schéma départemental des zones d'activités - Présentation de l'analyse de chaque pays aux responsables concernés - Participation à l'organisation et/ou animation d'ateliers de travail avec les partenaires socio-économiques du pays et de ses représentants - Participation à la phase d'élaboration de la stratégie de développement - Préconisations « marketing » finales pour mise en œuvre par les acteurs et les collectivités - Réalisation et mise à jour annuelle du fichier concernant le foncier économique girondin 		
Critères d'évaluation	<ul style="list-style-type: none"> - Finalisation des trois premières démarches sous réserve d'une réactivité de l'ensemble des acteurs. - Adhésion du Conseil général de la Gironde et des acteurs des pays concernés aux recommandations formulées à chaque étape. 		
BUDGET	Masse salariale totale affectée	Salaires directs 63 306 Salaires indirect 15 140	78 446
	Crédits d'action		3 325
	Frais généraux (affectation)		8 885
Coût global	90 655 €		

3. Actions transversales d'appui

3.1 PROMOTION DE L'OFFRE TERRITORIALE

Objectifs	<ul style="list-style-type: none"> - Faire connaître les atouts économiques de Bordeaux-Gironde auprès de publics ciblés pour améliorer l'impact économique du territoire en tant que lieu pertinent de développement et d'investissement pour les entreprises.
Contexte	<ul style="list-style-type: none"> - Bordeaux-Gironde souffre d'un déficit certain d'image économique. - Par ailleurs, de plus en plus de territoires ont appréhendé la nécessité d'une communication économique forte et efficace.
Domaines et secteurs cibles prioritaires	<ul style="list-style-type: none"> - Investisseurs : entreprises nationalement et internationalement mobiles... - Cadres supérieurs ou « nomades ». - Scientifiques / leaders de branche. - Prescripteurs relais (surtout dans les secteurs innovants et/ou à forte valeur ajoutée médiatique).
Modes opératoires Actions	<ul style="list-style-type: none"> - Sous contrôle du CSO Marketing territorial, mise en œuvre de la stratégie arrêtée en Conseil d'administration du BRA : <ul style="list-style-type: none"> ▪ Animation du CSO ad hoc (Directeurs du développement économique + directeurs de la communication) et interface avec l'agence de communication retenue ▪ Sous contrôle du CSO MARCOM, mise en œuvre des actions validées et budgétées dans le cadre de la démarche commune - Mobilisation des réseaux locaux : universités, entreprises, pôles technologiques, relais d'opinion, Bordeaux ConneXion - Référencement de la marque / slogan / logo arrêté en conseil d'administration - Réalisation et supports d'actions de promotion économique globale dans le cadre du plan d'action du BRA et en phase avec la stratégie globale du territoire telles que : organisation de conférences avec des décideurs économiques lors de missions sur le sol national ou à l'étranger, relations publiques, réponses aux sollicitations de journalistes...

PROMOTION DE L'OFFRE TERRITORIALE (suite)

BUDGET	Masse salariale totale affectée	Salaires directs 67 704 Salaires indirect 27 551	95 255
	Crédits d'action		48 550
	Frais généraux (affectation)		16 169
Coût global			159 975 €

3.2 PRODUCTION ET TRAITEMENT D'INFORMATIONS ECONOMIQUES

Objectifs	<ul style="list-style-type: none"> - Collecter les informations économiques et diffuser des produits correspondant aux besoins de l'équipe et des partenaires financiers du BRA
Contexte	<ul style="list-style-type: none"> - L'information économique est de plus en plus stratégique pour le BRA et ses partenaires dans les choix qu'ils sont amenés à effectuer. - Ces informations sont multiples et difficiles d'accès : pour être pertinentes et fiables, elles supposent une expertise de recherche, de sélection et de « traduction – mise à disposition » spécifique. - Demande croissante des partenaires pour des produits « clé en main », fiables et pertinents.
Cibles prioritaires	<ul style="list-style-type: none"> - L'équipe permanente du BRA - Les investisseurs potentiels et leurs collaborateurs - Les prescripteurs relais (journalistes, consultants, consulats...) - Les partenaires collectivités locales - Les adhérents du BRA (entreprises, formations professionnelles...)
Modes opératoires Actions	<p>En diffusion « proactive » majoritairement (et en réponse ponctuelle au coup par coup)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Actualisation permanente du site internet « bordeaux-region.com » (actualités Bordeaux-Gironde, documents téléchargeables, rubriques) • Fiches sectorielles : état des lieux d'une quinzaine de secteurs industriels et tertiaires caractéristiques des compétences du territoire • Fiches « Pays » (état des lieux des relations économiques et commerciales entre l'Aquitaine et les principaux pays partenaires) • Abécédaire des grands projets Bordeaux-Gironde (répertoires des équipements structurants, scientifiques, culturels, et d'aménagement en cours sur Bordeaux-Gironde) une cinquantaine de projets sont régulièrement suivis. • Base de données « Entreprises et savoir-faire » : 450 sociétés girondines enquêtées tous les 2 ans (prochaine enquête en 2010) et actualisées par une veille quotidienne de la presse économique • Agenda du BRA diffusé à 1500 ex. intégrant une présentation synthétique de l'économie girondine (chiffres clefs, faits marquants, performances) • Un panorama économique girardin synthétique (Chiffres clefs, Faits Marquants, Performances) • Benchmark des agences de développement françaises des principales villes concurrentes

PRODUCTION ET TRAITEMENT D'INFORMATIONS ECONOMIQUES (SUITE)

Critères d'évaluation	<ul style="list-style-type: none"> - Respect du planning d'actualisation des documents - Trafic du site internet (nombre de visiteurs, rubriques, retours projets - contacts investisseurs...) - Sous réserve de la diffusion systématique de l'ensemble des produits, ci-dessus, mise en œuvre d'une enquête de satisfaction auprès d'une trentaine de partenaires publics et organismes professionnels 		
BUDGET	Masse salariale totale affectée	Salaires directs 76 180 Salaires indirect 26 108	102 288
	Crédits d'action		38 723
	Frais généraux (affectation)		15 323
Coût analytique global	156 335 €		

3.3 PILOTE EXPERIMENTAL « BORDEAUX CONNEXION »

Objectifs	<p>Mobiliser les Amis de Bordeaux, vivant en France ou à l'étranger, pour tisser à travers la planète un réseau de complicités agissant en faveur de Bordeaux.</p> <p>Objectif : 200 amis en base de données qualifiée à fin 2010, dont 15% d'actifs (1 action en faveur de Bordeaux au moins par an)</p>
Contexte	<p>Demande des partenaires pour contribuer au rayonnement international du territoire, et à son développement.</p>
Cibles prioritaires	<p>Des professionnels liés au monde des affaires, des talents, des décideurs, des leaders en vue, des personnalités « médiatiques »,</p>
Modes opératoires Actions	<ul style="list-style-type: none"> • Identification des cibles individuelles (à travers les partenaires économiques, universités, grandes écoles, ambassades, collectivités...), et alimentation d'une base de données qualifiée, • Adaptation d'argumentaires communicants avec les partenaires locaux • Création d'un matériel de communication ciblé (prenant en compte la diversité des cibles), élaboration de dispositifs de communication adaptés (sur réseaux sociaux virtuels, mailings, ..) • Mise en place d'un réseau de collecte d'actualités locales et régionales, élaboration de canaux de diffusion de ces actualités (internet, mailings, ...) afin d'alimenter les amis de Bordeaux en informations sur le territoire • Identification d'un partenaire local / régional susceptible de créer et faire vivre un club « Bordeaux Talents » dont le but sera de valoriser à l'international les talents qui peuplent le territoire, soutien à cette création, diffusion de l'actualité relative à ces talents, mise en relation avec les Amis de Bordeaux à l'étranger • Création d'une autorité morale pour le projet : l'Académie des Amis de Bordeaux qui définira les grandes orientations de Bordeaux Connexion et suivra leur mise en œuvre, • Réalisation de 4 à 5 réunions à l'étranger (Paris, Londres, New York, Montréal, Bruxelles, ...) pour lancer le dispositif et créer un lien physique avec les amis de Bordeaux à l'étranger, • Animation (news, concours, conventions, wine tasting, ...), mesures « feedback », animation des clubs des réseaux sociaux, • Suivi personnalisé des cibles actives afin d'optimiser leur engagement et de s'assurer de leur implication.
Critères d'évaluation	<ul style="list-style-type: none"> • Evaluation du suivi des cibles testées (activité des cibles), du dispositif général utilisé (adaptation méthodes / objectifs), réflexions sur la pertinence des ressorts exploités, et sur la manière de les exploiter, • Enseignements tirés des réunions à l'étranger, évaluation de la mobilisation des personnalités emblématiques dans ce cadre, • Décision collective de poursuivre ou non.

PILOTE EXPERIMENTAL « BORDEAUX CONNEXION » (suite)			
BUDGET	Masse salariale totale affectée	Salaires directs 60 860 Salaires indirect 24 434	85 294
	Crédits d'action		46 674
	Frais généraux (affectation)		14 340
Coût analytique global	146 308 €		

4. Budget prévisionnel 2010

Recettes prévisionnelles 2010

FINANCEURS	BP 2010	Décomposition	
		Subvention	Cotisation
Conseil régional d'Aquitaine	298 000	221 775	76 225
Conseil général de la Gironde	210 000	133 775	76 225
C.C.I.B.	380 000	303 775	76 225
CUB	422 000	345 775	76 225
Mairie de Bordeaux	290 000	213 775	76 225
Adhésions	110 000	-	110 000
FEDER	530 000	530 000	-
TOTAL	2 240 000 €	1 748 875 €	491 125 €

Le budget de recettes prévisionnelles pour l'exercice 2010 repose sur les principes généraux suivants :

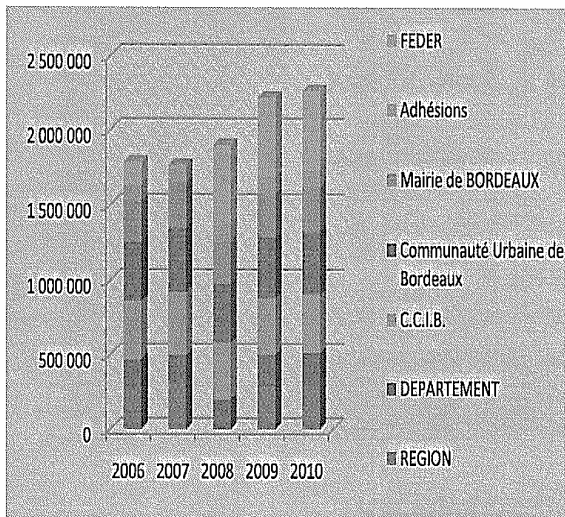
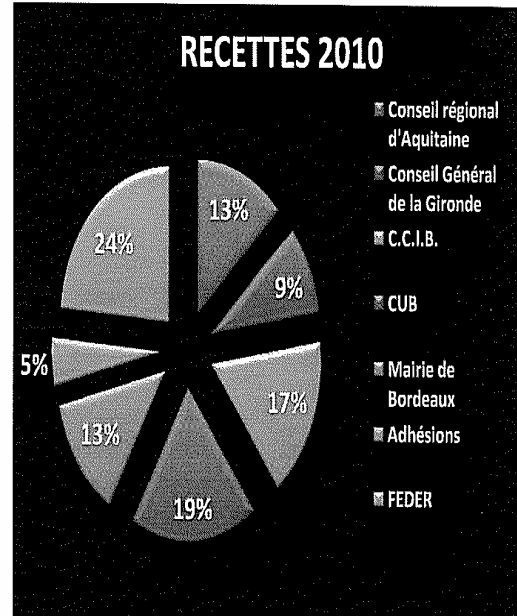
- Accompagnement des crédits FEDER au même niveau que sur l'exercice 2009, finançant le développement d'actions nouvelles et innovantes pour le BRA, à savoir :
 - Poursuite et développement des actions de marketing direct,
 - Mise en œuvre opérationnelle des actions de marketing territorial,
 - Lancement de l'action Bordeaux Connexion,
 - Organisation d'événements VIP mobilisant des réseaux internationaux.
- Maintien du niveau des cotisations des membres adhérents, et ce en renforçant les efforts de mobilisation des adhérents. En effet, en cette période de « crise économique », les entreprises ont naturellement tendance à resserrer leurs budgets de cotisation à des structures comme le BRA. L'équipe est donc mobilisée pour à la fois conserver les adhérents stratégiques, et intégrer de nouveaux adhérents dans l'optique de compensation des pertes éventuelles.

Par ailleurs, certaines opérations donneront lieu à la mise en place de financements spécifiques permettant de développer de nouvelles actions. A ce jour, certaines actions sont déjà identifiées pour 2010 :

- Action « Ecoparc »,
- Participation au salon HIT 2010,
- Plan de reconversion de la Défense, ...

Evolution du budget du BRA – 2006-2010

BUDGET BRA	2006	2007	2008	2009	2010
REGION	280 000	303 949	280 000	290 000	298 000
DEPARTEMENT	189 500	193 310	200 000	210 000	210 000
C.C.I.B.	393 500	427 396	380 000	380 000	380 000
Communauté Urbaine de Bordeaux	393 500	427 396	400 000	410 000	422 000
Mairie de BORDEAUX	280 000	303 949	280 000	290 000	290 000
Adhésions	102 000	112 000	110 000	110 000	110 000
FEDER	148 000	0	530 000	530 000	530 000
TOTAL hors FEDER	1 638 500	1 768 000	1 650 000	1 690 000	1 710 000
BUDGET GLOBAL	1 638 500	1 768 000	2 180 000	2 220 000	2 240 000



Dépenses prévisionnelles 2010

Conformément à l'attente du Conseil d'administration, le budget 2010 a été travaillé sur une double présentation :

- Présentation « classique » du budget par type de dépense,
- Présentation par « fiche action », répartissant l'ensemble des frais en trois catégories :
 - o Masse salariale affectée à l'action,
 - o Frais directs affectés (crédits d'action),
 - o Frais généraux affectés à l'action.

Au niveau des types de dépenses, les faits marquants sont :

- **Diminution du recours à des cabinets de consultants** pour la partie prospection, en accentuant les efforts financiers sur l'animation des réseaux et l'organisation d'opérations ciblées à destination de VIP,
- **Déploiement de l'action « marketing territorial »** du BRA, en s'appuyant sur des consultants spécialisés et la réalisation d'études spécifiques,
- **Présence renforcée sur des salons professionnels**, permettant à la fois de diffuser l'image économique du territoire, mais aussi de générer des contacts « prospects ».

Concernant le poids des actions sur 2010, plus de 85% du budget est consacré aux actions de :

- Prospection/traitement projets tertiaire et industriels,
- Marketing territorial,
- Marketing pays girondins,
- Promotion du territoire.

Les 15% restant concernent le **lancement de l'opération Bordeaux Connexion** ainsi que la fonction « **information économique** ».

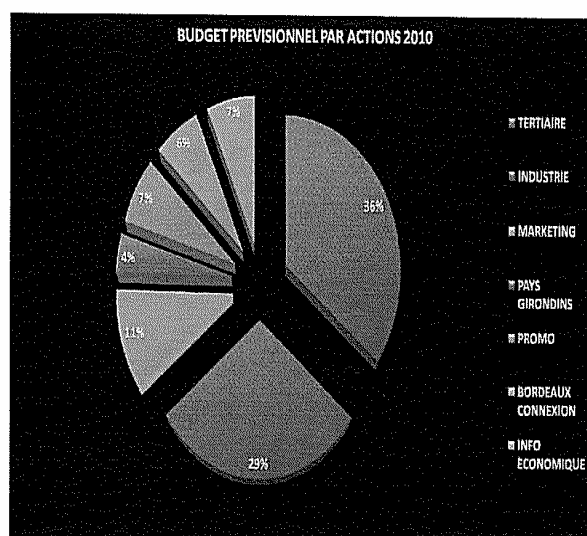


Tableau analytique des dépenses prévisionnelles 2010

	BP 2010	TERTIAIRE	INDUSTRIE	MARKETING	PAYS GIRONDINS	PROMO	BORDEAUX CONNEXION	INFO ECONOMIQUE
1 - TFSE (Travaux, Fournitures, Services Extérieurs)	356 798	110 020	76 941	71 966	257	48 068	32 415	17 133
1-1 : CONSULTANTS	134 887	18 169	14 061	68 922	64	7 717	15 104	10 850
1-2 : PARTICIPATIONS SALONS	174 650	81 650	53 000			40 000		
1-3 : IMPRESSION, REALISATION DOCUMENTS PROMOTIONNELS	25 185	9 494	9 306	2 817	113	205	182	3 069
1-4 : SITE INTERNET	22 076	707	574	226	80	146	17 129	3 214
2 - FRAIS GENERAUX DE FONCTIONNEMENT	174 189	61 607	49 960	19 669	6 975	12 693	11 257	12 028
2-1 : LOYER ET CHARGES	115 000	40 673	32 984	12 986	4 605	8 380	7 432	7 941
2-2 : LOCATION MATERIEL DE BUREAU : Machine à affranchir	630	223	181	71	25	46	41	44
2-3 : FOURNITURES DE BUREAU	6 000	2 122	1 721	678	240	437	388	414
2-4 : FOURNITURES INFORMATIQUES	7 000	2 476	2 008	790	280	510	452	483
2-5 : PETITS MATERIELS	5 000	1 768	1 434	565	200	364	323	345
2-6 : ASSURANCES	7 100	2 511	2 036	802	284	517	459	490
2-7 : COMMISSAIRE AUX COMPTES	8 803	3 113	2 525	994	352	641	569	608
2-8 : EXPERT COMPTABLE	7 296	2 580	2 092	824	292	532	471	504
2-9 : LOCATIONS DIVERSES	10 780	3 813	3 092	1 217	432	786	697	744
2-10 : HONORAIRES DIVERS	2 500	884	717	282	100	182	162	173
2-11 : FRAIS DE PORT ET D'ENVOI	1 000	354	287	113	40	73	65	69
2-12 : FRAIS BANCAIRES	8 611	3 046	2 470	972	345	627	556	595
2-13 : MAINTENANCE ET DIVERS	4 655	1 646	1 335	526	186	339	301	321

Séance du lundi 26 avril 2010

	BP 2010	TERTIAIRE	INDUSTRIE	MARKETING	PAYS GIRONDINS	PROMO	BORDEAUX CONNEXION	INFO ECONO-MIQUE
3 - FRAIS DE SALAIRES	1 402 779	518 577	429 400	124 597	71 875	86 896	78 045	93 389
3-1 : FRAIS DE SALAIRES PERSONNEL PERMANENT	1 363 627	504 729	418 170	120 176	70 307	84 043	75 515	90 686
3-2 : TICKETS RESTAURANT	14 652	5 182	4 202	1 654	587	1 068	947	1 012
3-4 : MEDECINE DU TRAVAIL	1 500	531	430	169	60	109	97	104
3-5 : PROVISION RETRAITE M. VERLET	23 000	8 135	6 597	2 597	921	1 676	1 486	1 588
4 - IMPOTS ET TAXES (Taxe sur les salaires et formation professionnelle)	133 273	49 220	40 847	12 129	6 570	8 359	7 249	8 899
5 - INSERTIONS PRESSE	-	-	-	-	-	-	-	-
6 - FRAIS DE MISSIONS ET DE RECEPTION	112 240	44 037	38 194	8 393	3 597	1 446	14 814	1 760
6-1 : ACCUEIL DELEGATIONS/INVESTISSEURS	2 000	1 000	1 000					
6-2 : MOBILITE								
6-3 : ANIMATION DES RESEAUX	14 500	3 850	3 850				6 800	
6-4 : MIPIM DEPLACEMENTS	1 500	1 500						
6-5 : VOYAGE DE PRESSE	-							
6-6 : MISSIONS	63 650	26 069	23 146	5 752	1 404	98	7 087	93
6-7 : VIE ASSOCIATIVE	4 000	1 415	1 147	452	160	291	258	276
6-8 : DEPLACEMENTS LOCAUX	26 590	10 203	9 051	2 189	2 033	1 056	669	1 390
7 - TRADUCTIONS / INTERPRETIAT	6 044	1 200	800					4 044
8 - REPROGRAPHIE	1 200	424	344	136	48	87	78	83
9 - POSTE ET TELECOMMUNICATIONS	32 251	11 406	9 250	3 642	1 291	2 350	2 084	2 227
10 - COTISATIONS DIVERSES	2 765	1 438	856	54	19	35	330	33
11 - DOCUMENTATION / BASES DE DONNEES	16 700	-	-	-	-	-	-	16 700
12 - INVESTISSEMENTS	1 760	798	761	63	22	41	36	39
TOTAL	2 240 000	798 728	647 352	240 648	90 656	159 974	146 308	156 334



	TERTIAIRE	INDUSTRIE	MARKETING	PAYS GIRONDINS	PROMO	BORDEAUX CONNEXION	INFO ECONOMIQUE	TOTAL
FRAIS ACTIONS	152 450	113 461	78 866	3 325	48 550	46 674	38 723	482 049
SALAIRES DIRECTS	434 074	361 804	94 032	63 306	67 704	60 880	76 180	1 157 960
Sous total frais directs	588 523	477 265	187 898	66 631	121 254	107 534	114 904	1 664 009
SALAIRES INDIRECTS	133 723	108 443	42 694	15 140	27 551	24 434	26 108	378 092
FRAIS GENERAUX	78 481	63 644	25 056	8 885	16 169	14 340	15 323	221 898
TOTAL FICHE	798 728	647 353	240 648	90 655	159 975	146 308	156 335	2 240 000

ADOpte A L'UNANIMITE

D -20100203

Association Centre Culturel et Touristique du Vin. Convention de partenariat 2010. Décision. Autorisation.

Monsieur Josy REIFFERS, Adjoint au Maire, présente le rapport suivant :
Mesdames, Messieurs,

La Ville a décidé de lancer le projet de création d'un Centre Culturel et Touristique du Vin afin de doter les deux principales filières économiques de la région, que sont le vin et le tourisme, d'un équipement d'envergure. Celui-ci devrait voir le jour en 2014 dans le quartier des Bassins à Flot.

Par délibération n° 20090496, en date du 28 septembre 2009, vous avez autorisé Monsieur le Maire à créer, avec la CUB, le CIVB, le Conseil Régional d'Aquitaine et la CCIB, l'association Centre Culturel et Touristique du Vin (CCTV) et à lui attribuer une dotation de 66 400 € pour l'année 2009.

Lors de sa séance du 21 décembre 2009 (délibération n° 20090710), le Conseil Municipal a autorisé Monsieur le Maire à signer la convention de partenariat 2009 avec l'association.

Dans le cadre du vote du BP 2010, une dotation de 55 547 € a été inscrite pour les actions 2010 de l'association, soit au total 121 947 € de la Ville de Bordeaux sur les deux exercices, le budget prévisionnel de l'association s'établissant à 725 929,73 € de décembre 2009 à juillet 2010.

Vous trouverez en annexe le projet de convention de partenariat 2010, le budget 2009-2010 de l'association ainsi qu'une présentation synthétique de ce futur équipement structurant pour la ville, la métropole et la région, et dont l'ouverture est prévue à l'horizon 2014.

Aussi, je vous demande, Mesdames et Messieurs, d'autoriser Monsieur le Maire à :

- signer la convention de partenariat 2010,
- décider le versement de la subvention soit 55 547 € à l'association Centre Culturel et Touristique du Vin, qui sera imputée sur la fonction 9 – sous fonction 90 – nature 6574.

ANNEXES

**CONVENTION DE PARTENARIAT 2010 ENTRE LA VILLE DE BORDEAUX ET
L'ASSOCIATION CENTRE CULTUREL ET TOURISTIQUE DU VIN**

Entre

La Ville de Bordeaux, représentée par délégation par M. Josy REIFFERS, Adjoint au Maire, chargé de l'emploi, du développement économique, de la recherche et de l'enseignement supérieur, conformément aux délibérations du Conseil Municipal du 28 septembre 2009 et du 2010,

Et

L'association Centre Culturel et Touristique du Vin, représentée par M. Alain JUPPE, Président du Conseil d'Administration,

Exposé

La politique générale d'aide aux associations de la ville de Bordeaux fait l'objet de conventions de partenariat qui définissent les objectifs et les moyens de l'association, les conditions matérielles et financières de l'aide apportée par la Ville ainsi que les engagements des deux parties.

Considérant

Que l'association Centre Culturel et Touristique du Vin, domiciliée 7 rue Duffour Dubergier à Bordeaux, dont les statuts ont été approuvés le 16 novembre 2009 et dont la déclaration de création a été reçue en Préfecture le 19 novembre 2009, a pour but de mener les études et les travaux préalables à la création, à Bordeaux, du Centre Culturel et Touristique du Vin, pour aboutir à cette création, le CCTV devra notamment assurer le pilotage des travaux et études préalables au lancement du concours de maîtrise d'œuvre architecturale et scénographique de l'équipement envisagé, et finaliser le montage juridique, économique et financier, et accompagner son exécution ; présentant un intérêt communal propre.

Il est convenu et arrêté ce qui suit :

Article 1 : Activités et projets de l'association

Afin de doter les deux principales filières économiques de la région que sont le vin et le tourisme d'un équipement d'envergure, la Ville de Bordeaux a décidé de lancer le projet de création d'un Centre Culturel et Touristique du Vin avec le concours du Conseil Régional d'Aquitaine, du Comité Interprofessionnel des Vins de Bordeaux, de la Communauté Urbaine de Bordeaux et de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Bordeaux.

L'association Centre Culturel et Touristique du Vin a été créée afin de mener à son terme la seconde phase d'études et de travaux préalables au lancement du concours de maîtrise d'œuvre.

Article 2 : Mise à disposition de moyens

Afin de soutenir la réalisation des objectifs énoncés dans l'article 1, la Ville de Bordeaux s'engage à mettre à disposition de l'association une subvention de 55 547 € pour le budget 2010. Cette subvention sera versée à l'association dès signature de la présente convention.

Article 3 : Mode de règlement

Pour 2010, la subvention de la Ville de Bordeaux, à la réalisation des activités retenues s'élève à 55 547 €.

Elle sera créditée au compte de l'association Centre Culturel et Touristique du Vin n° 13306 00160 00064463156 78, établissement Crédit Agricole d'Aquitaine, après signature de la présente convention.

Article 4 : Conditions générales

L'association s'engage :

- 1) à pratiquer une liberté d'adhésion et d'éligibilité de l'ensemble de ses membres à ses instances dirigeantes,
- 2) à déclarer sous 3 mois, à la Ville, toute modification remettant en cause ses liens avec le territoire de la commune de Bordeaux,
- 3) à déclarer sous 3 mois, à la Ville, tout changement intervenu dans son conseil d'administration,
- 4) à ne pas reverser tout ou partie de la subvention à d'autres associations, sociétés, collectivités ou personnes de toute nature,
- 5) à adopter un cadre budgétaire et comptable conforme au plan comptable général,
- 6) à restituer à la Ville les sommes éventuellement non utilisées.

Article 5 : Clause de publicité

L'association s'engage à mentionner le soutien apporté par la Ville de Bordeaux et à faire figurer le logo de la Ville de Bordeaux sur les documents destinés au public ainsi qu'à l'occasion de toute manifestation publique qui pourrait être organisée par ses soins. Le logo est à retirer à la Direction de la Communication qui devra également être destinataire de la totalité des éléments de communication ou d'information externe de l'association (affiches, plaquettes, dossiers de presse, ...).

Elle s'engage par ailleurs à ce que les relations qu'elle pourra développer, dans le cadre d'opérations de mécénat ou de parrainage ne puissent en aucune manière porter atteinte à

l'image de la Ville de Bordeaux ou laisser entendre, sauf autorisation expresse de sa part, que la Ville de Bordeaux apporte sa caution ou son soutien à ce partenaire.

Article 6 : Contrôle de la Ville sur l'association

Conformément à l'article L1611-4 du Code général des collectivités territoriales, l'association s'engage à communiquer aux fins de vérification par des délégués mandatés par le Maire :

- une copie certifiée de son budget
- une copie certifiée de ses comptes (bilans et compte de résultat) pour l'exercice écoulé (la certification doit se conformer aux dispositions légales et réglementaires en vigueur, notamment les décrets du 27/03/1993 et 01/03/1984)
- tout document faisant connaître les résultats de son activité.

Article 7 : Condition de résiliation

En cas de non respect par l'association de l'une des quelconques dispositions prévues aux présentes, la convention pourra être résiliée de plein droit par la Ville de Bordeaux, à l'expiration d'un délai de 15 jours suivant l'envoi d'une lettre recommandée avec accusé de réception valant mise en demeure.

La présente convention sera résiliée de plein droit sans préavis, ni indemnité en cas de redressement ou de liquidation judiciaire ou d'insolvabilité notoire de l'association.

Article 8 : Durée de validité

La présentation convention, qui s'achèvera le 31 juillet 2010, ne donnera lieu à aucun renouvellement automatique.

Seule une nouvelle convention signée par les deux parties serait de nature à prolonger dans le temps les effets de cette convention.

Article 9 : Avenant à la convention de partenariat

La présente convention peut être modifiée par la signature des deux parties d'un avenant, notamment pour régler toute disposition non prévue à la date de la signature.

Article 10 : Compétence juridictionnelle

Tous les litiges relatifs à l'interprétation ou à l'exécution des présentes seront soumis, en tant que de besoin, aux juridictions compétentes siégeant à Bordeaux.

Article 11 : Droits de timbre et d'enregistrement

Les frais éventuels des présentes seront à la charge de l'association CCTV.

Article 12 : Election de domicile

Pour l'exécution des présentes, il est fait élection de domicile à savoir :

- par la Ville de Bordeaux, en l'Hôtel de Ville – Place Pey Berland – 33077 Bordeaux cedex
- par l'association Centre Culturel et Touristique du Vin, 7 rue de Duffour-Dubergier, 33000 Bordeaux

Séance du lundi 26 avril 2010

Fait à Bordeaux en 4 exemplaires, le

Pour la Ville de Bordeaux,

Josy REIFFERS
Adjoint au Maire

Pour l'association Centre Culturel et
Touristique du Vin
Alain JUPPÉ
Président

Séance du lundi 26 avril 2010

Budget prévisionnel

DEPENSES	MONTANT			RECETTES	MONTANT		
	HT	TVA	TTC		HT	TVA	TTC
Matériels et mobilier de bureau et informatique	7 000,00	1 372,00	8 372,00				
Achat études et prestations de services				Subventions			
Etudes économique, juridique, financière	157 196,58	30 810,53	188 007,11	Subvention Mairie de Bordeaux			121 947,00
Etudes de programmation	72 711,00	14 251,36	86 962,36	Subvention CUB			121 947,00
Création marque et identité visuelle	36 107,00	7 076,97	43 183,97	Subvention CIVB			121 947,00
Événementiel lancement projet	15 500,00	577,50	16 077,50	Subvention CCIB			121 947,00
Fournitures non stockables	2 225,00	436,10	2 661,10	FEDER (%total)	32,8%		238 141,73
Fournitures administratives	4 100,00	803,60	4 903,60				
Locations immobilières	18 400,00		18 400,00				
Entretien et réparation	1 766,28	346,19	2 112,47				
Assurances	1 530,58		1 530,58				
Documentations	4 000,00	784,00	4 784,00				
Rémunérations intermédiaires et honoraires							
Cabinet comptable	5 352,00	1 048,99	6 400,99				
Commissaire aux comptes	3 400,00	666,40	4 066,40				
Communication et site	14 132,59	2 769,99	16 902,58				
Déplacements, missions et réceptions	36 116,00		36 116,00				
Frais postaux	800,00	156,80	956,80				
Téléphone et internet	3 400,00	666,40	4 066,40				
Taxes sur les salaires	12 234,37		12 234,37				
Salaires bruts	193 442,70		193 442,70				
Charges sociales	72 688,80		72 688,80				
Stagiaires	2 060,00		2 060,00				
TOTAL DES CHARGES	664 162,90	61 766,83	725 929,73	TOTAL DES PRODUITS			725 929,73



Mars 2010



L'esprit général du lieu : un lieu à vivre, à vocation culturelle et touristique

Le Centre culturel et Touristique du Vin (CCTV) sera avant tout un lieu de vie. C'est un lieu unique, vivant, ouvert sur le monde et innovant, qui inclura un parcours de découverte de l'univers des vins, mais aussi des salles de dégustation - dont une salle polysensorielle unique en France-, un auditorium, des restaurants, des bars à vins, des boutiques dédiées aux vins et aux produits régionaux. Il accueillera des expositions temporaires d'envergure nationale, des conférences, des projections de films, et comportera un espace d'information et de promotion touristique des vignobles de Bordeaux et d'Aquitaine.

Un voyage dans les civilisations du vin et une porte ouverte sur l'univers des vins

Il existe à travers le monde de nombreux musées du Vin, qui proposent la découverte des techniques viticoles anciennes ou modernes, ou de vignobles spécifiques, à travers en particulier des expositions d'objets. Mais aucun ne célèbre le vin dans son universalité, dans toute sa dimension culturelle et dans sa modernité. Le CCTV a cette ambition. Il invitera le visiteur à un voyage insolite, dans l'espace et le temps à la découverte des relations entre vin et civilisations : le vin sculpteur de paysages, le vin fédérateur de communautés vigneronnes, le vin qui lança les commerçants sur les mers, le vin lien entre les hommes, le vin des rituels, le vin symbole social, mais aussi le vin qui se déguste, le vin plaisir et le vin inspirateur des artistes et des poètes...

Bordeaux sera au cœur de ce lieu : Bordeaux la ville, Bordeaux le port, Bordeaux l'appellation et ses vins. Mais le CCTV sera aussi une fenêtre ouverte sur tous les vins : vins du Sud-Ouest, de France, du monde entier.

Un lieu pour tous les publics, entre divertissement et découverte culturelle

L'art de la viticulture, les secrets de l'œnologie, les arcanes de la dégustation, les liens que chaque civilisation entretient avec le vin sont l'objet d'études savantes, mais le vin est avant tout un produit du quotidien, de convivialité et de partage.

Pour accueillir le visiteur dans l'univers des vins, le CCTV privilégiera l'émotion, l'expérience, les sensations et le rêve. En parcourant librement un circuit ponctué de 10 temps forts, le visiteur pourra s'émerveiller devant des paysages, partager les confidences de vigneron amoureux de leurs terroirs, plonger dans l'activité fébrile du cuvier, entrer dans la grande saga des vins... ou encore rêver devant les rencontres entre le vin et les arts. Ce parcours comportera aussi des espaces d'approfondissement destinés aux passionnés.

Le CCTV s'adressera donc au grand public, visiteurs curieux de tous âges et toutes nationalités, mais il sera aussi un lieu de loisirs des Bordelais qui apprécieront son programme d'animations, comme celui des amateurs avertis et des professionnels qui y trouveront des espaces et moments dédiés.

Un lieu surprenant et innovant, fortement scénarisé

Le CCTV offrira une plongée dans l'univers culturel du vin et une palette d'expériences surprenantes : circuit d'éveil des sens, dégustations insolites, parcours faisant largement appel aux technologies innovantes (images 3D, hologrammes, diffusion d'odeurs..) dont un belvédère dominant le fleuve, sans pour autant négliger les interventions humaines (médiauteurs, spectacles vivants..).





Site Bassins à flots – Fourrière / Forges



Opéra de Sydney

Une nouvelle
architecture
emblématique
de la ville de
Bordeaux



CCTV Building - Chine

Un édifice porteur d'une vision forte de la
culture architecturale contemporaine



Projet de tour en Chine

Un « phare » dans la ville, symbole de la
place occupé par le vin et du rayonnement
du CCTV dans le vignoble

Un lieu entre divertissement et découverte culturelle

Notre ambition : offrir au public plusieurs heures de rêves, d'émerveillement, de découverte sur le thème des civilisations du vin



- Une durée de visite cumulée de l'ordre d'une demi-journée (parcours permanent) à une journée complète (offre culturelle « optionnelle »)
- Une offre culturelle régulièrement renouvelée pour favoriser la revisite

Les parti-pris scénographiques

- LE FOND : Une approche pluridisciplinaire des civilisations du vin: histoire, géographie, économie, agronomie, œnologie, sociologie, ethnographie, arts plastiques, littérature, musique - un équilibre subtil entre Bordeaux et le Monde ...
- LA FORME : Un modèle de visite proposant des approches ludiques, spectaculaires, oniriques, innovantes, sensorielles ...



Principes et organisation du Parcours Permanent

Un lieu *vivant* au contenu régulièrement *renouvelé*

- Un parcours permanent qui privilégie une *découverte active*
- Une visite qui soit une véritable *expérience personnelle*, basée sur l'expérimentation et la *sollicitation des sens*
- Une *palette d'animations*, d'événements, de rencontres, de moments de *dégustation*
- Une scénographie qui s'appuie sur des *technologies innovantes*
- *Des temps forts dans le parcours avec des animations spectaculaires*



Les ateliers

Un choix d'ateliers ludiques, pédagogiques, expérimentaux



- Une salle de dégustation conviviale
- Un espace de dégustation polysensoriel multimédia unique en France
 - Un atelier « assemblage » ou dégustations approfondies
 - Un espace « vins & gourmandises »



L'offre culturelle complémentaire

Les expositions temporaires



• Une salle pour des expositions de « prestige », à rayonnement national (550 m²) – 2 fois par an



• Une salle pour des expositions « zoom », à rayonnement régional (200 m²) – 3 fois par an



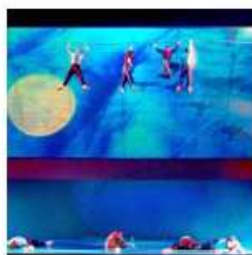
L'offre culturelle complémentaire

- Des rencontres, des conférences...
- Des colloques
- Des rendez-vous musicaux, cinéma...



Un auditorium (200 places) et une salle multimodale

Un grand spectacle nocturne (en haute saison)



Aménagement extérieur adapté

Un équipement d'envergure structurant



Un équipement de 10 630 m² utiles et 14 070 m² shon

Cœur de visite

5 690 m² utiles / 7 180 m² shon

Parcours de visite permanent
3 750 m² utiles

Espaces d'exposition temporaires
770 m² utiles

Ateliers / dégustations / médiathèque
550 m² utiles

Auditorium / salle évènements 250 p.
620 m² utiles

Espaces commerciaux

2 030 m² utiles / 3 000 m² shon

Accueil et plateforme touristique

1 090 m² utiles / 1 440 m² shon
Dont espace pique nique scolaires, garderie

Back office

1 830 m² utiles / 2 470 m² shon

Réserves, bureaux...

Les espaces commerciaux

La vinothèque – 410 m²



La boutique – 400 m²



Les espaces commerciaux
2 030 m²

La brasserie café – 400 m²
120 places



Vente à emporter – 90 m²

Restaurant et bar panoramique – 530 m²
120 places

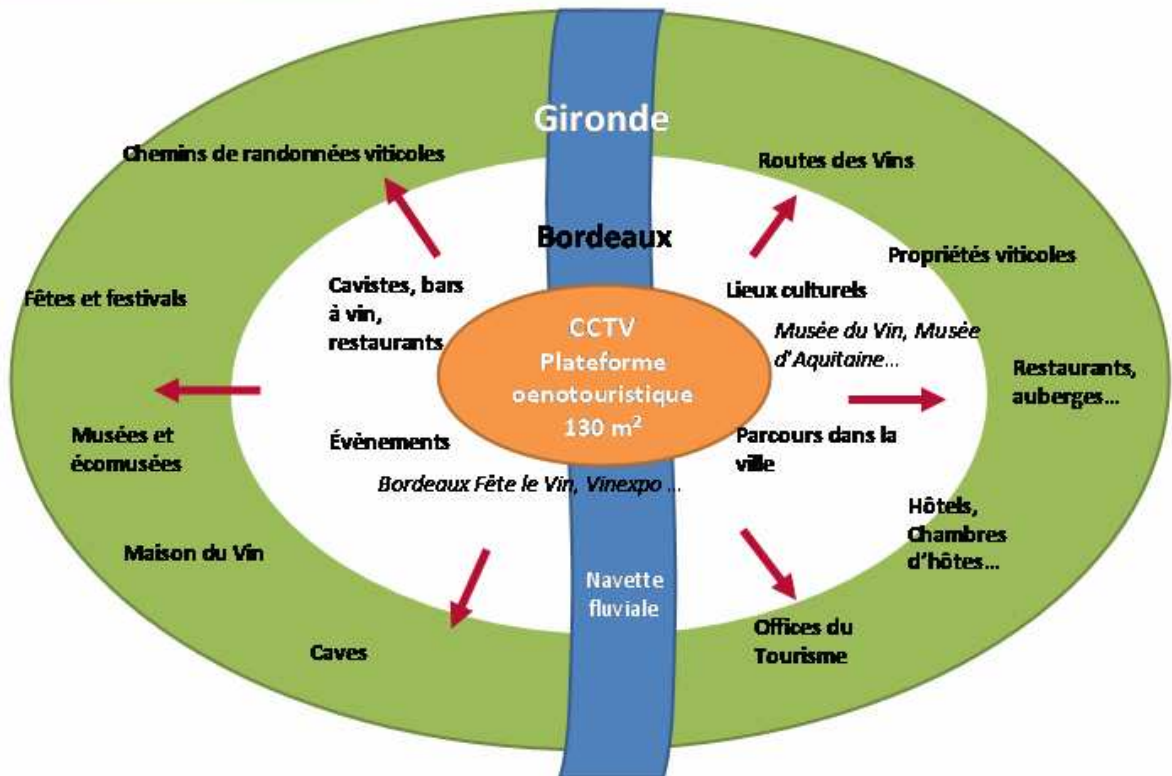


Le bar à vin – 200 m²





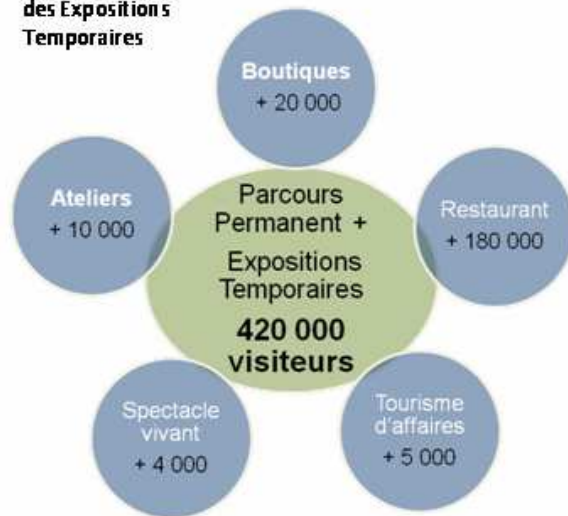
Un relais œnotouristique





Un lieu de vie sur le thème du vin, ouvert sur le monde et innovant, qui accueillera plus de 600 000 visiteurs par an

■ Clients non visiteurs du Parcours Permanent ni des Expositions Temporaires



Un public large,

- de tous âges et toutes nationalités,
- en groupe touristique ou professionnel,
- en couple ou en famille (ateliers, jeux et garderie pour les plus jeunes),
- amateurs avertis ou visiteurs curieux, **chacun y trouvera des espaces et des moments dédiés.**



Un bâtiment de référence tant au niveau architectural qu'écologique.



Des activités variées, ateliers, conférences, projections de films,..., des commerces et un espace d'information touristique sur les vignobles de Bordeaux et d'Aquitaine.

M. REIFFERS. -

On continue sur le Centre Culturel et Touristique du Vin.

Vous savez, mes chers collègues, puisque nous en avons déjà délibéré il y a 6 mois, qu'a été créée pour porter ce dossier une association loi 1901 dans laquelle nous sommes aujourd'hui quatre : deux collectivités, la Communauté Urbaine de Bordeaux et la Ville de Bordeaux, ainsi que la Chambre de Commerce et le CIVB.

Cette association avait présenté un budget prévisionnel d'environ 725 000 euros dans lequel en dehors des collectivités participent également les fonds européens.

Comme il s'agit d'un fonctionnement sur deux exercices budgétaires, 2009 et 2010, après avoir voté la participation de la Ville à la fin de l'année 2009 à hauteur de 55.547 euros, nous vous proposons de voter pour l'exercice 2010 la participation de la Ville.

Vous avez joint à ce projet de délibération un dossier sur le Centre Culturel et Touristique du Vin. Dans les avancées les plus récentes je retiendrai deux faits marquants importants.

Le premier c'est que nous avons eu le résultat d'une étude touristique qui montre que les prévisions de 400.000 visiteurs par an sont des prévisions qui sont un seuil minimal. L'agence qui a réalisé l'étude montre que l'on peut tabler sur 500.000, voire même au-delà.

La deuxième information importante c'est que le dernier Conseil d'Administration a décidé que la Ville serait le maître d'ouvrage pour ce Centre Culturel du Vin.

S'il y a d'autres questions, avec Sylvie CAZES, Monsieur le Maire, on peut éventuellement y répondre.

M. LE MAIRE. -

On m'interroge souvent sur l'état d'avancement de ce dossier. Une association de préfiguration a été constituée, financée comme il est dit dans le projet de délibération qui vous est soumis.

Elle a beaucoup et bien travaillé. Elle a fait réaliser par une agence spécialisée qui est considérée comme l'une des meilleures de France qui s'appelle Protourisme, l'étude de marché qui nous était réclamée par beaucoup de partenaires. Cette étude de marché valide une fourchette de fréquentation comprise entre 400.000 et 600.000 visiteurs, ce qui est tout à fait rassurant sur l'exploitation future de ce centre.

Nous sommes en train en ce moment de finaliser, de mettre au point de manière précise le coût du projet et son financement. J'ai demandé qu'on s'en tienne à 50 millions d'euros, ce qui est le minimum si l'on veut vraiment avoir quelque chose qui marque à la fois par sa qualité architecturale et surtout par la qualité de la scénographie proposée aux visiteurs.

Sur ces 50 millions d'euros on peut considérer aujourd'hui que nous en avons les trois-quarts grâce notamment à une très bonne mobilisation du mécénat qui répond bien.

Par ailleurs la Ville, la CUB, la Chambre de Commerce et le CIVB ont confirmé leur participation.

Je me suis entretenu de ce dossier avec le Président du Conseil Régional il y a quelques jours et je viens de lui écrire pour lui demander de me confirmer la participation, ou la non participation du Conseil Régional dans un délai compatible avec la poursuite de nos travaux, c'est-à-dire d'ici la fin du mois de mai. J'ai bon espoir que cette réponse soit positive, ce qui nous permettra d'avancer.

Par ailleurs nous sommes en coopération avec la CUB pour libérer l'emprise foncière qui est prévue à l'entrée des Bassins à Flots.

Nous reparlerons bien sûr de ce projet. Là il s'agit simplement d'une délibération un peu ponctuelle sur le financement de l'association de préfiguration.

Y a-t-il des votes contre ? Des abstentions ?

(Aucune)

ADOpte A L'UNANIMITE

D -20100204

Soutien à l'économie créative. Atelier la création au service de l'économie organisé par Cap Sciences. Décision. Autorisation.

Monsieur Josy REIFFERS, Adjoint au Maire, présente le rapport suivant :
Mesdames, Messieurs,

La Ville de Bordeaux souhaite impulser une politique de développement économique, de promotion et de programmation urbaine incluant un volet axé sur l'économie créative. Elle fonde ce projet sur un travail collaboratif avec l'ensemble des partenaires agissant dans ce secteur, la mise en avant des compétences développées sur son territoire, la création d'outils méthodologiques permettant d'associer les acteurs d'horizons différents.

L'Association CAP SCIENCES a capitalisé un savoir faire reconnu dans le domaine de la diffusion des savoir-faire et des connaissances, en mettant en œuvre des partenariats intégrant des scénographes, artistes, entreprises, scientifiques...sur le modèle d'un cluster culturel.

La formalisation de ces compétences au travers d'un atelier réunissant des personnalités qualifiées, et sa restitution publique en partenariat avec la Mairie, permettra à la ville de Bordeaux de se positionner comme pôle de diffusion des savoirs. Cette manifestation pourra être éventuellement reconduite annuellement, afin d'instaurer un rendez vous national et international dans cette spécialité.

L'opération consiste à :

- inventorer les réalisations exemplaires ouvrant des perspectives de coopération et de production dans domaine de l'approche scénographique du savoir, de la création scientifique, technique et artistique, en valider l'intérêt avec un ensemble de professionnels,
- sélectionner et présenter un cas exemplaire donnant lieu à l'organisation d'un évènement permettant de positionner Bordeaux en tant que pôle reconnu dans le domaine de la diffusion des savoirs,
- restituer les conclusions de cet « Atelier » par l'édition d'un « livre de l'Atelier » sous forme numérique et une présentation publique organisée en partenariat étroit avec la Ville dans un lieu à définir sur le territoire de Bordeaux, permettant de positionner Bordeaux en tant que pôle reconnu dans le domaine de la diffusion des savoirs, et étudier la reproduction annuelle de cette action.

Le budget, que vous trouverez en annexe, s'élève à 32 700€ HT, soit 36 522 € TTC.

Considérant l'intérêt de cette opération et ses retombées pour Bordeaux en termes d'image de ville créative, je vous demande d'autoriser Monsieur le Maire à :

- décider le versement d'une subvention de 20 000 €, à l'association CAP SCIENCES prévue au Budget Primitif de l'exercice 2010 (fonction 9 – sous fonction 90 - nature 6574),
- signer la convention ci-annexée.

CONVENTION DE PARTENARIAT 2010 VILLE DE BORDEAUX ASSOCIATION CAP SCIENCES

Entre, la Ville de Bordeaux, représentée par son Maire, Monsieur Alain JUPPÉ, habilité aux fins des présentes par délibération du Conseil Municipal en date du , et reçue à la Préfecture le,

Et l'Association CAP SCIENCES, représentée par son Président, Monsieur Daniel CHARBONNEL.

Exposé

La Ville de Bordeaux souhaite impulser une politique de développement économique de promotion et de programmation urbaine incluant un volet axé sur l'économie créative. Elle fonde ce projet sur un travail collaboratif avec l'ensemble des partenaires agissant dans ce secteur, la mise en avant des compétences développées sur son territoire, la création d'outils méthodologiques permettant d'associer les acteurs d'horizons différents.

Considérant

Que l'association CAP SCIENCES - Centre de culture scientifique technique et industrielle Bordeaux Aquitaine , domiciliée Hangar 20, quai de Bacalan Bordeaux, dont les statuts ont été modifiés le 25 juin 2008 et dont la déclaration de création a été reçue en Préfecture de la Gironde le 9 décembre 1994, a pour objet la diffusion, l'information et le soutien à la culture scientifique et technique dans la région Aquitaine et hors région, présentant un intérêt communal propre.

Et considérant, le projet présenté par l'association CAP SCIENCES,

- acteur reconnu de l'économie créative,
- animateur d'une plate-forme dans le domaine de la culture des sciences et des techniques
- centre de compétences et de diffusion des savoir-faire liés aux nouvelles approches de diffusion des connaissances, intégrant l'économie numérique,

qui consiste à organiser un atelier sur le thème de « la création au service de l'économie » présenté en annexe.

Il a été convenu :

Article 1 – Activités et projets de l'association

L'association CAP SCIENCES s'assigne au cours de l'année 2010 à organiser une manifestation dénommée « l'ATELIER, la création au service de l'économie », consistant à

- Inventorier les réalisations exemplaires ouvrant des perspectives de coopération et de production dans le domaine de l'approche scénographique du savoir, de la création scientifique, technique et artistique, en valider l'intérêt avec un ensemble de professionnels,
- Sélectionner et présenter un cas exemplaire donnant lieu à l'organisation d'un évènement permettant de positionner Bordeaux en tant que pôle reconnu dans le domaine de la diffusion des savoirs,

Article 2 – Mise à disposition des moyens

La Ville de Bordeaux s'engage à mettre à disposition de CAP SCIENCES, dans les conditions figurant à l'article 3 :

- une subvention de 20 000 € (VINGT MILLE EUROS) pour l'année civile 2010.

Article 3 – Conditions d'utilisation de l'aide

L'association CAP SCIENCES s'engage à utiliser les moyens mis à disposition par la Ville de Bordeaux, dans les conditions suivantes :

- la subvention sera utilisée pour l'action décrite à l'article 1 pour l'année 2010.

Au regard du budget prévisionnel, la réalisation de l'action s'élève à 32 700 € HT, soit 36 522 € TTC et la subvention municipale à 20 000 €.

Article 4 – Mode de règlement

Pour 2010, la subvention de la Ville de Bordeaux, à la réalisation des activités retenues s'élève à 20 000 €.

Elle sera créditée au compte de l'association CAP SCIENCES n° 42559 00041 21024781706 15, établissement Crédit Coopératif Mériadeck, après signature de la présente convention.

Article 5 – Conditions générales

L'association s'engage :

- 1) à pratiquer une liberté d'adhésion et d'éligibilité de l'ensemble de ses membres à ses instances dirigeantes,
- 2) à déclarer sous 3 mois, à la Ville, toute modification remettant en cause ses liens avec le territoire de la commune de Bordeaux,
- 3) à déclarer sous 3 mois, à la Ville, tout changement intervenu dans son conseil d'administration,
- 4) à ne pas reverser tout ou partie de la subvention à d'autres associations, sociétés, collectivités ou personnes de toute nature,
- 5) à adopter un cadre budgétaire et comptable conforme au plan comptable général,
- 6) à restituer à la Ville les sommes éventuellement non utilisées,
- 7) à rappeler sur l'ensemble de ses outils d'information ou de communication et sur les supports qu'elle estimera les plus adaptés, l'aide que lui apporte la Mairie, soit sous la forme de la présence du logo municipal, soit sous la forme du texte suivant « association soutenue par la Mairie de Bordeaux ». Le logo est à retirer à la Direction de la Communication qui devra également être destinataire de la totalité des éléments de communication ou d'information externe de l'association (affiches, plaquettes, dossiers de presse, ...).

Article 6 – Condition de renouvellement

La présente convention est conclue pour la période fixée à l'article 1. Toute reconduction tacite est exclue. Le cas échéant, une nouvelle convention devra intervenir pour une nouvelle période.

Article 7 – Condition de résiliation

En cas de non respect par l'association de l'une des quelconques dispositions prévues aux présentes, la convention pourra être résiliée de plein droit par la Ville de Bordeaux, à l'expiration d'un délai de 15 jours suivant l'envoi d'une lettre recommandée avec accusé de réception valant mise en demeure.

La présente convention sera résiliée de plein droit sans préavis, ni indemnité en cas de redressement ou de liquidation judiciaire ou d'insolvabilité notoire de l'association.

Article 8 – Contrôle de la Ville sur l'association

Conformément à l'article L1611-4 du Code général des collectivités territoriales, l'association s'engage à communiquer aux fins de vérification par des délégués mandatés par le Maire :

- une copie certifiée de son budget,
- une copie certifiée de ses comptes (bilans et compte de résultat) pour l'exercice écoulé (la certification doit se conformer aux dispositions légales et réglementaires en vigueur, notamment les décrets du 27/03/1993 et 1/03/1984,
- tout document faisant connaître les résultats de son activité.

Article 9 – Droits de timbre et d'enregistrement

Les frais éventuels des présentes seront à la charge de l'association.

Article 10 – Election de domicile

Pour l'exécution des présentes, il est fait élection de domicile à savoir :

- par la Ville de Bordeaux, en l'Hôtel de Ville,
- par l'association CAP SCIENCES, Hangar 20, quai de Bacalan à Bordeaux.

Fait à Bordeaux en 2 exemplaires, le

Pour la Ville de Bordeaux

Josy REIFFERS
Adjoint au Maire

Pour l'association
CAP SCIENCES
Daniel CHARBONNEL
Président

ANNEXE 2 : BUDGET PREVISIONNEL 2010



CENTRE
DE CULTURE
SCIENTIFIQUE
TECHNIQUE
INDUSTRIELLE
REGION
AQUITAINE

L'Atelier, la création au service de l'économie ©

Session de 2010 : l'Atelier, le Livre de l'Atelier

BUDGET PREVISIONNEL

		€, HT	€, TTC
CHARGES			
Coordination		4 500,00 €	5 382,00 €
Sélections, contacts, suivis			
10	450,00 €	4 500,00 €	
Réalisation du cas d'étude		3 500,00 €	3 500,00 €
Collecte, enquête, rédaction, actualisation			
10	350,00 €	3 500,00 €	
Organisation de l'Atelier 2010		9 200,00 €	10 082,00 €
Missions, réceptions, captation, témoins, animation			
6	450,00 €	2 700,00 €	
20	50,00 €	1 000,00 €	
1	1 000,00 €	1 000,00 €	
1	2 500,00 €	2 500,00 €	
2	500,00 €	1 000,00 €	
2	500,00 €	1 000,00 €	
Edition du Livre de l'Atelier 2010		10 500,00 €	12 558,00 €
Graphisme, iconographie, médias, traduction, mise en ligne			
10	450,00 €	4 500,00 €	
10	300,00 €	3 000,00 €	
1	1 500,00 €	1 500,00 €	
1	1 000,00 €	1 000,00 €	
1	500,00 €	500,00 €	
Sous-total		27 700,00 €	
Frais généraux & de gestion		5 000,00 €	5 000,00 €
18%	27 700,00 €	5 000,00 €	
TOTAL GENERAL		32 700,00 €	36 522,00 €

HANGAR 20
QUAI DE BACALAN
33300 BORDEAUX
T (33) 05 56 01 07 07
F (33) 05 57 85 93 81
contact@cap-sciences.net

Association Loi 1901
Siret 399 884 253 00036 - NAF 923B

www.cap-sciences.net

Séance du lundi 26 avril 2010

L'Atelier, la création au service de l'économie ©

Session de 2010 : l'Atelier, le Livre de l'Atelier

BUDGET PREVISIONNEL

	€, HT	€, TTC
PRODUITS		
sur financements déjà acquis par CAP SCIENCES	11 500,00 €	11 500,00 €
<i>Conseil régional d'Aquitaine</i>		
Financement du programme annuel, mission de SP	5 000,00 €	
Programme global, InfoSciencesAquitaine	500,00 €	
Programme cap-sciences.num	5 000,00 €	
<i>Communauté urbaine de Bordeaux</i>		
Accueil de manifestations professionnelles	1 000,00 €	
sur financement spécifique Conseil régional d'Aquitaine	2 000,00 €	2 000,00 €
Communication sur Economie numérique	2 000,00 €	
Prise en charge directe		
sur financement spécifique Ville de Bordeaux	16 722,41 €	20 000,00 €
Aide Service Développement économique	16 722,41 €	20 000,00 €
Valorisations Universités Bordeaux	1 000,00 €	1 000,00 €
Apports techniques et collaborations laboratoires	1 000,00 €	
Divers	1 477,59 €	2 022,00 €
TOTAL GENERAL	32 700,00 €	36 522,00 €

ADOPTE A L'UNANIMITE

D -20100205

Fondation Bordeaux Université. Approbation des statuts. Entrée de la Ville en tant que membre fondateur. Décision. Autorisation.

Monsieur Josy REIFFERS, Adjoint au Maire, présente le rapport suivant :
Mesdames, Messieurs,

Le décret n°2007-383 du 21 mars 2007 a autorisé la création de l'établissement public de coopération scientifique dénommé « Université de Bordeaux » comprenant comme membres fondateurs les quatre universités bordelaises, l'Institut Polytechnique de Bordeaux, l'ENITAB (Ecole Nationale d'Ingénieurs des Travaux Agricoles de Bordeaux) et l'Institut d'Etudes Politiques de Bordeaux.

Afin de diversifier les ressources des universités et de renforcer leurs relations avec leur environnement économique, la loi dite LRU du 10 août 2007 et la loi de modernisation de l'économie du 4 août 2008 ont donné aux universités et aux Pôles de Recherche et d'Enseignement Supérieur la possibilité de créer des fondations disposant de l'autonomie financière et dont les fonds proviennent du mécénat et de la collaboration avec les partenaires socio-économiques.

Lors de son conseil d'administration du 18 décembre 2009, l'Université de Bordeaux a voté la création d'une fondation universitaire unique nommée « Fondation Bordeaux Université », commune aux établissements qui la composent, avec pour ambition de construire une grande université de dimension européenne, ancrée au cœur d'un territoire pour lequel elle souhaite constituer un facteur d'attractivité et de compétitivité.

La fondation Bordeaux Université est administrée par un Conseil de gestion assisté d'un bureau et représentée par son Président, Mr Jean-René FOURTOU (Président du Conseil de surveillance de Vivendi).

La Fondation Bordeaux Université contribuera à soutenir les ambitions que l'Université de Bordeaux s'est fixées dans son projet présenté à l'occasion de l'Opération Campus. Il s'agit en particulier de :

- accompagner la professionnalisation des formations et l'insertion des diplômés ;
- soutenir les projets de recherche des 11 pôles d'excellence,
- augmenter l'attractivité du campus bordelais,
- renforcer la dimension internationale de l'Université de Bordeaux.

Les moyens d'action pour parvenir à ces objectifs sont multiples : la création de chaires d'enseignement et/ou de recherche sur des thématiques intéressant les entreprises et l'Université, le montage de formations innovantes adaptées aux besoins des partenaires et des étudiants, le financement de bourses de mobilité et de prix, le soutien à la recherche d'excellence et aux projets créatifs, etc.

Afin d'accompagner et de structurer ces ambitions, la ville de Bordeaux a manifesté son souhait de s'engager auprès de la Fondation Bordeaux Université pour faire partie du cercle des premiers fondateurs aux côtés de Mr Jean-René FOURTOU (en tant que personne privée, et Président de la Fondation Bordeaux Université), des sociétés SFR et Sanofi et du Conseil Régional d'Aquitaine.

Séance du lundi 26 avril 2010

Le montant de la dotation initiale est de 1,75 millions d'euros constituée comme suit :

- un engagement de 500 000 euros de SFR, versé en décembre 2009 en une seule fois,
- un engagement de 500 000 euros de Sanofi-Aventis France, versé en 3 fois,
- un engagement de 250 000 euros de Monsieur Jean-René Fourtou, versé en une seule fois en janvier 2010,
- un engagement de 250 000 euros du Conseil régional d'Aquitaine, versé en deux fois, à raison de 125 00 euros en 2010 et 125 000 euros en 2011,
- un engagement de 250 000 euros de la Ville de Bordeaux, versé en 5 fois à raison de 50 000 euros par an.

En conséquence, je vous demande, Mesdames, Messieurs, de bien vouloir autoriser Monsieur le Maire à :

- approuver le projet des Statuts de la Fondation Bordeaux Université,
- approuver l'entrée de la Ville de Bordeaux en tant que membre fondateur de la Fondation Bordeaux Université pour un montant de 250 000 euros, à raison de 50 000 euros / an pendant 5 ans à compter de 2010,
- décider l'inscription en dépenses de la somme de 50 000 euros lors de la prochaine décision modificative sur la fonction 9 – sous fonction 90 nature 65737,
- me désigner comme représentant de la collectivité pour siéger au sein du conseil de gestion de la Fondation.

STATUTS
DE LA FONDATION BORDEAUX UNIVERSITE

votés à l'unanimité par le Conseil d'administration
du PRES Université de Bordeaux
le 18 décembre 2009
modifiés par le même Conseil le 17 février 2010

Statuts de la fondation universitaire de l'Université de Bordeaux

Vu l'article L719-12 du Code de l'éducation

Vu le décret n°2008-326 du 7 avril 2008 relatif aux règles générales de fonctionnement des fondations universitaires¹

Vu le décret n°2007-383 portant création de l'établissement public de coopération scientifique Université de Bordeaux²

Vu les statuts de l'Université de Bordeaux

Vu le règlement intérieur de l'Université de Bordeaux (art. 3.2)

ARTICLE 1 – Objet

Le PRES Université de Bordeaux est doté d'une fondation universitaire (la Fondation) après délibération du Conseil d'administration de l'Université de Bordeaux (l'Université) en date du 18 décembre 2009.

L'objet de la Fondation est de faire de Bordeaux l'une des plus grandes universités européennes, acteur majeur du développement de son territoire. Pour atteindre cet objectif, la Fondation crée de nouveaux partenariats mutuellement bénéfiques avec les entreprises, les institutions publiques et le monde socioéconomique en général. Elle s'adresse également à des mécènes attachés à l'Université de Bordeaux ou au prestige de sa région.

En suivant cette double stratégie, la Fondation vise à la fois à collecter de nouvelles ressources pour soutenir l'Université dans l'accomplissement des six missions³ qui incombent au service public de l'enseignement supérieur telles que définies à l'article L123-3 du Code de l'Éducation, et à rapprocher l'Université du monde socioéconomique à travers la promotion d'une culture d'ouverture et d'échange avec les entreprises et les acteurs sociaux et politiques.

Dans l'utilisation de ses ressources, une priorité est accordée au financement d'actions et de programmes dans les domaines suivants :

- Le soutien aux activités générales d'enseignement
- Le développement et la promotion d'une recherche d'excellence
- L'accompagnement de la professionnalisation des formations et de l'insertion des diplômés
- Le renforcement de l'attractivité du campus
- L'intensification de la reconnaissance internationale de l'Université de Bordeaux

Les moyens d'action de la Fondation, qui s'appuient principalement sur des partenariats entre l'Université et le monde socioéconomique, sont la création de chaires d'enseignement ou de recherche, l'attribution de bourses et de prix, le soutien à la publication, l'organisation de conférences, séminaires et colloques, le financement de projets dans le cadre d'appels organisés par la Fondation, la mise en place d'expérimentations dans les domaines touchant aux missions de la Fondation et visant à tester les vertus de dispositifs ou procédures innovants, et plus généralement le montage et le financement de projets entrant dans le cadre des missions de la Fondation telles que décrites ci-dessus.

¹ JORF n°0083 du 8 avril 2008, page 5930, texte n° 16

² JORF n°69 du 22 mars 2007, page 5278, texte n° 26

³ 1) La formation initiale et continue ; 2) La recherche scientifique et technologique ; la diffusion et la valorisation de ses résultats ; 3) L'orientation et l'insertion professionnelle ; 4) La diffusion de la culture et l'information scientifique et technique ; 5) La participation à la construction de l'Espace européen de l'enseignement supérieur et de la recherche ; 6) La coopération internationale.

ARTICLE 2 – Forme

La Fondation n'a pas la personnalité juridique. Elle est administrée par un Conseil de gestion, assisté d'un Bureau, et représentée, pour la réalisation de ses actes, par son Président (ou toute personne mandatée par lui).

Les règles financières et comptables applicables à la Fondation sont définies par le décret n°2008-326 du 7 avril 2008.

La Fondation prend pour nom « Fondation Bordeaux Université ».

Le siège de la Fondation est fixé au lieu du siège de l'Université de Bordeaux (166, cours de l'Argonne, 33000 Bordeaux).

Article 3 – Dotation et fondateurs

La dotation est constituée par la décision de personnes physiques ou morales d'affecter de manière irrévocable à l'Université de Bordeaux, à l'objet de la Fondation, des biens, droits ou ressources. Ces personnes reçoivent alors la qualité de fondateur.

La dotation est consommable dans les limites précisées par l'article 9 du décret 2008-326.

Le montant minimal de contribution à la dotation pour être reconnu fondateur est de cinq cent mille euros (500 000 €) pour les grandes entreprises et les groupes, et de deux cent cinquante mille euros (250 000 €) pour les institutions et organismes publics, les personnes physiques, les associations ou fondations et les petites et moyennes entreprises. Ce montant minimal peut être modifié sur décision du Conseil de gestion.

Au moment de sa création, les fondateurs sont :

- Monsieur Jean-René Fourtou – Vivendi, Bureau de Jean-René Fourtou, 42 avenue de Friedland, 75380 Paris cedex ;
- Sanofi-Aventis France – 9, boulevard Romain Rolland, 75159 Paris cedex 14 – représenté par son Directeur général, Nicolas Cartier ;
- SFR – Tour Séquoia, La Défense 6, 1 place Carpeaux, 92915 Paris La Défense – représenté par son Président-Directeur général, Frank Esser ;
- Le Conseil régional d'Aquitaine – Hôtel de Région, 14 rue François de Sourdis, 33 000 Bordeaux – représenté par son Président, Alain Rousset ;
- La Ville de Bordeaux – Hôtel de Ville, place Pey Berland, 33000 Bordeaux – représentée par son maire Alain Juppé.

Le montant de la dotation initiale est de un million sept cent cinquante mille euros, constituée comme suit :

- un engagement de 500 000 euros de SFR, versé en décembre 2009 en une seule fois ;
- un engagement de 500 000 euros de Sanofi-Aventis France, versé en 3 fois.
- un engagement de 250 000 euros de Monsieur Jean-René Fourtou, versé en une seule fois en janvier 2010 ;
- un engagement de 250 000 euros du Conseil régional d'Aquitaine, versé en deux fois, à raison de 125 00 euros en 2010 et 125 000 euros en 2011 ;
- un engagement de 250 000 euros de la Ville de Bordeaux, versé en 5 fois à raison de 50 000 euros par an.

ARTICLE 4 – Conseil de gestion de la Fondation

Le Conseil de gestion de la Fondation est composé de 18 sièges, répartis en 4 collèges :

- Collège « Établissement », composé de 6 sièges, dont un est affecté de droit au Président de l'Université de Bordeaux. Les 5 autres membres sont élus par le Conseil d'administration du PRES Université de Bordeaux, au sein des membres fondateurs et des membres associés du PRES Université de Bordeaux, sur proposition du Président de l'Université.
- Collège « Fondateurs », composé de 6 sièges, attribués aux six premiers fondateurs. Le nombre des fondateurs n'étant pas limité, s'il dépasse le nombre de sièges au collège « Fondateurs », les membres de ce collège sont désignés par l'Assemblée des fondateurs, en son sein.
- Collège « Personnalités qualifiées », composé de 3 sièges. Les membres sont désignés par le Président de la Fondation, après avis du Conseil de gestion.
- Collège « Donateurs », composé de 3 sièges. Les membres sont élus par l'Assemblée des donateurs selon les dispositions prévues à l'article 15 des présents statuts.
-

La durée du mandat des membres du conseil de gestion est fixée à deux ans.

Chaque membre du Conseil de gestion, s'il ne peut ou ne souhaite se faire représenter, peut donner procuration à un membre du Conseil. Nul ne peut être porteur de plus d'une procuration.

Le mandat des membres du Conseil de gestion est renouvelable.

Les fonctions des membres du Conseil de gestion sont exercées à titre gratuit.

Lorsqu'un siège devient vacant, par décès, démission ou empêchement définitif, un nouveau membre du collège concerné est désigné selon les modalités propres à ce collège et pour la durée du mandat restant à courir.

Le Recteur de l'Académie de Bordeaux, Chancelier des Universités d'Aquitaine, siège aux réunions du Conseil de gestion. Il assure les fonctions de commissaire du Gouvernement auprès de la Fondation. Sa voix est consultative.

ARTICLE 5 - Fonctionnement et compétences du Conseil de gestion

Le Conseil se réunit au moins deux fois par année civile sur convocation du Président de la Fondation ou à la demande d'au moins un quart de ses membres. Les décisions sont prises à la majorité absolue des membres présents ou représentés. En cas de partage égal des voix, la voix du Président de la Fondation est prépondérante. Le quorum est atteint lorsque la moitié au moins des membres en exercice est présente. Toutefois, pour toute décision relative aux statuts et à leur modification ou à la gouvernance de la Fondation (désignation du Bureau et du Président, compétences déléguées au Président de la Fondation) le quorum est atteint lorsque sont présents les deux tiers au moins des membres en exercice.

Le Conseil, à la majorité absolue des membres présents ou représentés :

- Désigne en son sein le Président de la Fondation pour une durée de deux ans et les membres du Bureau pour la même durée
- Détermine les compétences déléguées au Président de la Fondation
- Fixe le programme d'activités de la Fondation. Il examine et détermine les projets retenus pour être exécutés dans le cadre des activités de la Fondation, conformément aux objectifs définis à l'article 1
- Examine une fois par année la situation financière de la fondation, en liaison avec le Commissaire aux comptes de la Fondation ou son suppléant, tous deux nommés par l'Université, après avis du Conseil de gestion de la Fondation
-

Le Conseil délibère notamment sur :

- Le programme d'activité de la Fondation

- Le rapport annuel d'activités présenté par le Bureau de la Fondation
- L'état prévisionnel des recettes et des dépenses et propose les modifications nécessaires lorsque, en cours d'exercice l'équilibre est substantiellement affecté
- L'acceptation des dons et legs et les charges afférentes et sur les conditions générales de leur acceptation
- L'agrément de nouveaux fondateurs et les conditions de cet agrément
- Les décisions de recrutement et de rémunération des contractuels recrutés pour les activités de la Fondation.
-

Enfin, le Conseil de gestion peut :

- entendre toute personne dont le conseil jugerait la présence utile
- ajouter un point à l'ordre du jour
- proposer au Conseil d'administration de l'Université de Bordeaux des modifications statutaires (que ce dernier n'est pas tenu d'accepter).

ARTICLE 6 – Président de la Fondation

Le Président est désigné pour deux ans par le Conseil de gestion, en son sein.

Il représente la Fondation et exerce les compétences qui lui sont déléguées par le Conseil de gestion.

Il peut recevoir délégation de signature du Président de l'Université de Bordeaux.

Il est ordonnateur secondaire des dépenses et des recettes. Il peut déléguer sa signature à un ou plusieurs membres du bureau.

Il transmet au Président de l'Université de Bordeaux toutes les délibérations adoptées par le Conseil de gestion et, une fois par an, le rapport financier présentant les prévisions de recettes et dépenses ainsi que les comptes de l'exercice clos.

Le Président de la fondation convoque les réunions du Conseil de gestion et en fixe l'ordre du jour sur proposition du Bureau.

ARTICLE 7 – Bureau de la Fondation

Pour l'exécution de ses décisions, le Conseil de gestion de la Fondation est assisté par un Bureau composé de 5 membres qu'il désigne en son sein, après avis du Président de l'Université. Leur mandat est renouvelable.

Le Bureau est composé du Président de la Fondation, d'un trésorier, d'un secrétaire et de deux vice-présidents dont l'un est nécessairement issu du collège des fondateurs et l'autre du collège des représentants de l'Université de Bordeaux.

Les fonctions des membres du Bureau sont exercées à titre gratuit.

ARTICLE 8 - Fonctionnement et compétences du Bureau

Le Bureau se réunit au moins deux fois par an, sur convocation du Président de la Fondation, ou à la demande de la moitié de ses membres. Les décisions sont prises à la majorité des membres présents ou représentés. En cas de partage égal des voix, la voix du Président est prépondérante.

Le Bureau :

- Prépare les réunions du conseil de gestion de la fondation et en propose l'ordre du jour au Président
- Elabore le compte rendu des réunions du Conseil de gestion de la Fondation
- Elabore le rapport annuel d'activités et le présente au Conseil de gestion de la Fondation
- Contrôle l'exécution matérielle des projets retenus par le Conseil de gestion de la Fondation

Le trésorier :

En relation avec les services financiers et comptables de l'Université suit la comptabilité administrative de la Fondation

Présente annuellement l'état prévisionnel des recettes et des dépenses et le compte administratif de l'exercice clos au Conseil de Gestion

Prépare le rapport financier présenté annuellement au Conseil d'Administration de l'Université de Bordeaux

ARTICLE 9 – Ressources de la Fondation

Les ressources de la Fondation sont constituées par :

- Le revenu de la dotation formée par les contributions des membres fondateurs
- La fraction consommable de la dotation qui ne peut excéder chaque année 20 % de son montant total, calculé au début de chaque année civile
- Les revenus des biens meubles et immeubles de l'Université de Bordeaux, dévolus à la Fondation
- Les dons et legs pouvant ou non être assortis de charges
- Les produits des partenariats
- Les subventions de l'Etat, des collectivités territoriales ou de tout autre organisme public
- Un abondement annuel de l'Université de Bordeaux, déterminé par le Conseil d'administration de l'Université, pour couvrir les besoins de fonctionnement
- Les produits financiers
- Les recettes d'activités accessoires (ventes ou prestations) réalisées dans le respect des objectifs de la Fondation
- Les éventuelles contributions aux missions de la Fondation versées par une fondation partenariale créée par un membre de l'Université de Bordeaux

ARTICLE 10 – Dépenses de la Fondation

La Fondation engage des dépenses dans le strict respect de ses statuts et de son objet, tel que défini à l'article 1.

Elles peuvent notamment prendre la forme

- d'achats de biens et de services ou d'équipements nécessaires à l'activité de la Fondation,
- d'acquisitions d'actifs mobiliers ou immobiliers dans la mesure où elles sont nécessaires à l'activité de la fondation,
- du montant des aides spécifiques attribuées en application des dispositions du deuxième alinéa de l'article L 821-1 du code de l'éducation
- des charges découlant de l'acceptation de dons et legs qui en sont assortis,
- des frais de personnel nécessaires à la réalisation des missions de la Fondation,
- de rémunérations de prestations,
- de prise en charge de frais,
- de subventions à des personnes physiques ou morales,
- des frais de gestion remboursés à l'Université de Bordeaux,
- de manière générale de toute dépense concourant à l'accomplissement des missions de la Fondation.

Pour les projets supérieurs à 500 000 euros ou les projets pluriannuels de plus de 1 000 000 euros, l'autorisation préalable du Conseil d'administration de l'Université est exigée.

Les dépenses engagées respectivement par les membres du Conseil de gestion ou du Bureau et autres personnes agissant dans le cadre des activités de la Fondation peuvent être remboursées par la Fondation pour leur montant réel sur présentation des justificatifs correspondants.

ARTICLE 11 – Modalités d'établissement des comptes

L'agent comptable de l'Université de Bordeaux établit chaque année un compte rendu financier propre à la Fondation qui est transmis au Président de l'Université de Bordeaux. Il est annexé au compte financier et soumis pour approbation au Conseil d'administration de l'Université.

ARTICLE 12 – Contrôle interne et externe

La Fondation est soumise au contrôle de différentes instances.

Les délibérations du Conseil de gestion sont transmises au Président de l'Université par le Président de la Fondation.

L'agent comptable de l'Université vérifie la régularité des comptes de la Fondation.

Le Conseil d'administration de l'Université approuve une fois par an l'état prévisionnel de recettes et de dépenses ainsi que les comptes de la Fondation.

Le recteur de l'Académie de Bordeaux, chancelier des universités d'Aquitaine, assure les fonctions de commissaire du Gouvernement auprès de la Fondation.

Le commissaire aux comptes, désigné par le conseil d'administration de l'Université, certifie les écritures comptables après en avoir contrôlé la régularité et la sincérité.

La chambre régionale des comptes ou la cour des comptes examine les comptes de la Fondation lors du contrôle des comptes de l'université

Article 13 – Exécution des opérations de recettes et de dépenses

L'agent comptable de l'Université de Bordeaux recouvre les recettes et effectue les paiements relatifs aux activités de la Fondation.

Conformément à l'article 8 du décret n°2008-326 du 7 avril 2008, la Fondation est autorisée à déroger aux règles de la comptabilité publique pour les opérations nécessaires à la conduite des activités de la Fondation relatives à l'ensemble des missions et moyens d'action définis à l'article 1er des présents statuts. Dans l'exécution de ces opérations de recettes et de dépenses, les règles de la comptabilité des fondations s'appliquent.

Ainsi, conformément à l'article 8 du décret n°2008-326 du 7 avril 2008, le recouvrement des recettes telles que :

- les dons et legs,
- les produits financiers,
- les produits des partenariats,
- les revenus des biens meubles et immeubles de l'Université de Bordeaux, dévolus à la Fondation
- les frais d'inscription ou de participation à des formations, des colloques, des séminaires, des activités artistiques, culturelles (spectacles, expositions, visites, concours) ou sportives (compétitions), organisées par la Fondation,
- les ventes et prestations de services réalisées dans le respect des objectifs de la Fondation,
- de manière générale l'ensemble des recettes nécessaires à la conduite des activités de la Fondation,

et le paiement des dépenses telles qu'exposées à l'article 10 des présents statuts, et plus généralement l'ensemble des dépenses nécessaires à la conduite des activités de la Fondation suivent les règles de la comptabilité des fondations.

Les recettes et les dépenses de la Fondation sont retracées dans un état prévisionnel annexé au budget de l'Université de Bordeaux.

ARTICLE 14 – Régie de recettes et de dépenses

Des régies d'avances et de recettes peuvent être créées auprès de l'Université de Bordeaux dans les conditions prévues par le décret n° 92-681 du 20 juillet 1992 modifié relatif aux régies de recettes et régies d'avances des organismes publics.

ARTICLE 15 – Accroissement ultérieur de la dotation

L'accroissement de la dotation initiale est le résultat de l'affectation irrévocable de biens, droits ou ressources par de nouveaux fondateurs à l'Université de Bordeaux, à l'objet de la Fondation. L'agrément des nouveaux fondateurs est décidé par le Conseil de gestion, selon la procédure qu'il a lui-même fixée, relative notamment à la nature du candidat et au montant de sa participation à la dotation.

Article 16 – L'Assemblée des fondateurs

L'Assemblée des fondateurs est constituée des personnes physiques ou morales ayant contribué à la création de la dotation initiale, ainsi que des personnes physiques ou morales agréées par le Conseil de gestion pour contribuer à l'accroissement de cette dotation.

Si le nombre de fondateurs est supérieur au nombre de sièges du collège « Fondateurs » au sein du Conseil de gestion, l'Assemblée des fondateurs désigne en son sein, pour deux ans, ses représentants au Conseil.

Les modalités de cette désignation ainsi que les autres dispositions relatives à cette Assemblée sont fixées par le règlement intérieur de la Fondation.

Article 17 – L'Assemblée des donateurs

L'Assemblée des donateurs est constituée de l'ensemble des donateurs (personnes physiques ou morales) ayant réalisé au bénéfice de la Fondation un don d'un montant minimal fixé par le Conseil de gestion. Tout donateur ne participe donc pas de droit à cette assemblée. Seuls ceux dont le don est d'un montant égal ou supérieur au montant fixé à cette fin par le Conseil de gestion peuvent participer à l'Assemblée des donateurs.

L'Assemblée des donateurs désigne en son sein, pour deux ans, ses représentants au Conseil de gestion.

Les modalités de cette désignation ainsi que les autres dispositions relatives à cette Assemblée sont fixées par le règlement intérieur de la Fondation.

Article 18 – Directeur de la Fondation

Le Conseil de gestion de la Fondation nomme le Directeur de la Fondation. Il met fin à ses fonctions sous réserve de l'accord du Conseil d'administration de l'Université de Bordeaux et dans le respect des dispositions prévues dans le contrat de travail.

Le Directeur de la Fondation dirige les services de la Fondation et en assure le fonctionnement. Il assiste de plein droit, avec voix consultative, aux réunions du Conseil de gestion, du Bureau, de l'Assemblée des fondateurs et de l'Assemblée des donateurs.

ARTICLE 19 - Règlement intérieur

Un règlement intérieur peut être établi par le Bureau qui le fait approuver par le Conseil de gestion. Ce règlement est destiné à fixer les différents points non prévus par les présentes dispositions, notamment ceux qui ont trait aux modalités d'administration courante de la Fondation.

Le règlement intérieur est transmis avec la délibération du Conseil de gestion au Président de l'Université.

Article 20 - Dissolution de la Fondation

La dissolution est décidée par le Conseil d'administration de l'Université.

Les fondations universitaires n'ayant pas la personnalité morale, le patrimoine de la Fondation fait partie du patrimoine de l'Université de Bordeaux.

En cas de dissolution, les fonds disponibles sont utilisés jusqu'à épuisement dans des actions conformes à celles qui sont prévues à l'article 1 des présents statuts ou apportés à une autre fondation universitaire de l'établissement ayant un objet comparable.

Les dons et legs assortis de charges restent consacrés aux actions auxquelles ils ont été affectés par le donateur ou le testateur.

Article 21 – Modification des statuts

Le Conseil d'administration de l'Université de Bordeaux peut seul modifier les présents statuts, soit sur proposition du Conseil de gestion de la Fondation, soit à son initiative et après avis du Conseil de gestion.

Fondation Bordeaux Université

PLAN STRATEGIQUE 2010-2011

Sommaire

Présentation	3
Glossaire	4
I – PLAN STRATEGIQUE	6
1/ Rappel de la gouvernance de la Fondation	6
2/ Rappel de la stratégie générale de la Fondation	7
La règle de la Fondation	7
Positionnement de la Fondation vis-à-vis de l'Université	8
Logique de l'intérêt partagé	9
Force de frappe multidisciplinaire	10
Positionnement de la Fondation vis-à-vis du service de valorisation (Aquitaine Valo)	10
Positionnement vis-à-vis des 7 établissements membres de l'Université de Bordeaux	11
Politique d'acceptation et d'utilisation des dons	11
Mise en place de fonds dédiés	11
3/ Bilan 2009	12
Avant le recrutement du chargé de mission au 1 ^{er} avril 2009	12
Bilan à compter du 1 ^{er} avril 2009	12
État des lieux des ressources	13
CA du PRES du 18-12-2009	14
4/ Prochaines étapes et décisions	15
Premier Conseil de gestion de la Fondation le 06-01-2010	15
Lancement de la Fondation	15
5/ Analyse SWOT	16
Résultats	16
Analyse	17
6/ Plan de développement 2010-2011	18
Les quatre axes de développement	18
Les objectifs de recrutement	20
Les objectifs financiers	21
II - PLAN FINANCIER DE LA FONDATION POUR 2010-2011.....	22
1/ EPRD Dépenses 2010	24
2/ EPRD Dépenses 2011	25
3/ EPRD Recettes 2010	26
4/ EPRD Recettes 2011	27
5/ Plan financier sur 2010 et 2011, présenté par trimestre, avec financement UBx ..	28
6/ Plan financier 2010-2011, présenté par trimestre, pour la seule FBU (hors Chaire MH)	30
7/ Plan financier 2010-2011, présenté par trimestre, pour la seule Chaire MH	31

Présentation

Le Plan stratégique de la Fondation Bordeaux Université (FBU) se découpe en deux parties.

Le plan stratégique en tant que tel (I) a pour objectif de présenter les grandes lignes de développement visées par la Fondation (FBU).

Il s'ouvre par le rappel de la stratégie générale suivie par la Fondation (1). Celle-ci est déclinée sous la forme d'une règle simple (« 1-2-3-4-5 »), complétée par une clarification du positionnement de la Fondation vis-à-vis notamment de l'Université de Bordeaux (UBx) et par la mise en évidence de la « logique de l'intersection » qui est au fondement de notre recherche de partenaires industriels.

Relativement à cette stratégie, s'ensuit un état des lieux des activités et des ressources qui propose un bilan de ce qui a été réalisé en 2009 (2) et indique les prochaines étapes (3). Compte tenu à la fois du bilan et de la stratégie générale, l'analyse SWOT permet de visualiser clairement les difficultés d'ensemble du projet et les axes de développement qui doivent en être déduits (4). Sur cette base, un plan de développement pour 2010-2011 est proposé (5).

Le plan financier 2010-2011 (II) sur lequel s'appuie le plan de développement est constitué de huit tableaux présentant deux types d'informations¹. Les tableaux 1, 2, 3 et 4 présentent l'état prévisionnel des recettes et des dépenses (EPRD) de la FBU pour 2010 et 2011. Le tableau 5 présente l'EPRD complet, trimestre par trimestre. C'est le document central de ce plan financier. Les tableaux 6 et 7 détaillent simplement le tableau précédent.

¹ La légende de ces différents tableaux est présentée à la suite du tableau 6.

Glossaire

Conseil de gestion : organe décisionnel de la Fondation (équivalent d'un conseil d'administration), composé de représentants des fondateurs, de représentants des donateurs, de représentants de l'Université et de personnalités qualifiées extérieures. Il désigne le Président de la Fondation, le Bureau et le Directeur.

Voir pages 6 et 15

Voir Statuts, art. 4 et 5

Don avec charge : don réalisé à l'attention de la Fondation accompagné d'exigences en termes d'utilisation. Il peut s'agir du montage d'une formation, du financement d'une recherche spécifique, de l'achat de matériel et de sa mise à disposition pour une équipe de recherche ou de formation, de l'attribution d'un prix, ou de bourses, etc. Ce don fait l'objet d'une convention entre le donateur et la Fondation qui stipule, de manière plus ou moins précise, l'objectif et les conditions d'utilisation de ce don. Par définition les dons avec charges sont des dons fléchés.

Don fléché : don réalisé à l'attention d'une action, d'un domaine ou d'un projet spécifiques. Les types de cibles pouvant faire l'objet d'un fléchage sont déterminés par le Conseil de gestion (ex. : action menée par la Fondation, projets d'établissement à financer, domaine de recherche - neurosciences, électrophysiologie cardiaque, archéologie, littérature polonaise, etc.).

Voir également « Fonds dédiés »

Voir page 11

Donateur : en général, toute personne physique ou morale ayant affecté, de manière irrévocable, des biens, droits ou ressources à l'objet de la Fondation ; au sein de l'organisation de la Fondation, les donateurs sont distincts des fondateurs en ceci que leur don ne vise pas à la constitution ou à l'accroissement de la dotation. Ils sont représentés au sein du Conseil de gestion par trois représentants élus au sein de l'Assemblée des donateurs, qui regroupe ceux d'entre eux qui ont effectué un don supérieur à un certain montant, fixé par le Conseil de gestion.

Voir Statuts art. 17

Dotation : capital placé générant des revenus utilisables par la Fondation. La « dotation initiale » est constituée par l'apport des premiers fondateurs et inscrite dans les statuts ; par la suite elle peut être accrue par l'apport d'autres fondateurs agréés par le Conseil de gestion. La loi autorise à consommer jusqu'à 20% de la dotation tous les ans.

Voir Statuts art. 3 et 15

Établissement prévisionnel des recettes et des dépenses (EPRD) : budget de la Fondation *annexe* à celui de l'Université, donc étanches l'un à l'autre. Contrairement au budget d'un organisme public, il n'est qu'une évaluation et peut ne pas être respecté (y compris dans la répartition des trois masses : salaires, fonctionnement, investissement) tant qu'il reste à l'équilibre.

Voir page 22

Voir Statuts art. 9-11 et 13

Fondateur : au sein de l'organisation de la Fondation, les fondateurs sont des donateurs dont la spécificité est de participer à la constitution ou à l'accroissement de la dotation. Un fondateur l'est à vie. Ils sont représentés au Conseil de gestion par 6 représentants élus par l'Assemblée des fondateurs (si le nombre de fondateurs excède le nombre de sièges attribués à leur collègue au sein du Conseil de gestion). Il convient de les distinguer des « membres fondateurs de l'Université de Bordeaux », qui sont les 7 établissements ayant créé le PRES Université de Bordeaux.

Voir Statuts art. 16

Fondation partenariale (FP) : type de fondation créé par la Loi n°2007-1199 du 10 août 2007 relative aux libertés et responsabilités des universités (article 28 – modifiant le Code de l'éducation, art. L. 719-12), n'ayant pas fait l'objet d'un décret d'application. Le statut de la FP reprend globalement celui des fondations d'entreprise. Seuls les établissements publics administratifs disposant des responsabilités et compétences élargies en matière budgétaire et de gestion des ressources humaines peuvent créer des FP (Décret n° 2008-606 du 26 juin 2008, art.2).

Fondation universitaire (FU) : type de fondation créé par la Loi n°2007-1199 du 10 août 2007 relative aux libertés et responsabilités des universités (article 28 – modifiant le Code de l'éducation, art. L. 719-12), et soumis au décret du Décret n° 2008-326 du 7 avril 2008. La FU n'a pas de personnalité juridique, mais une autonomie financière vis-à-vis de l'Université qui l'abrite.

Voir Statuts

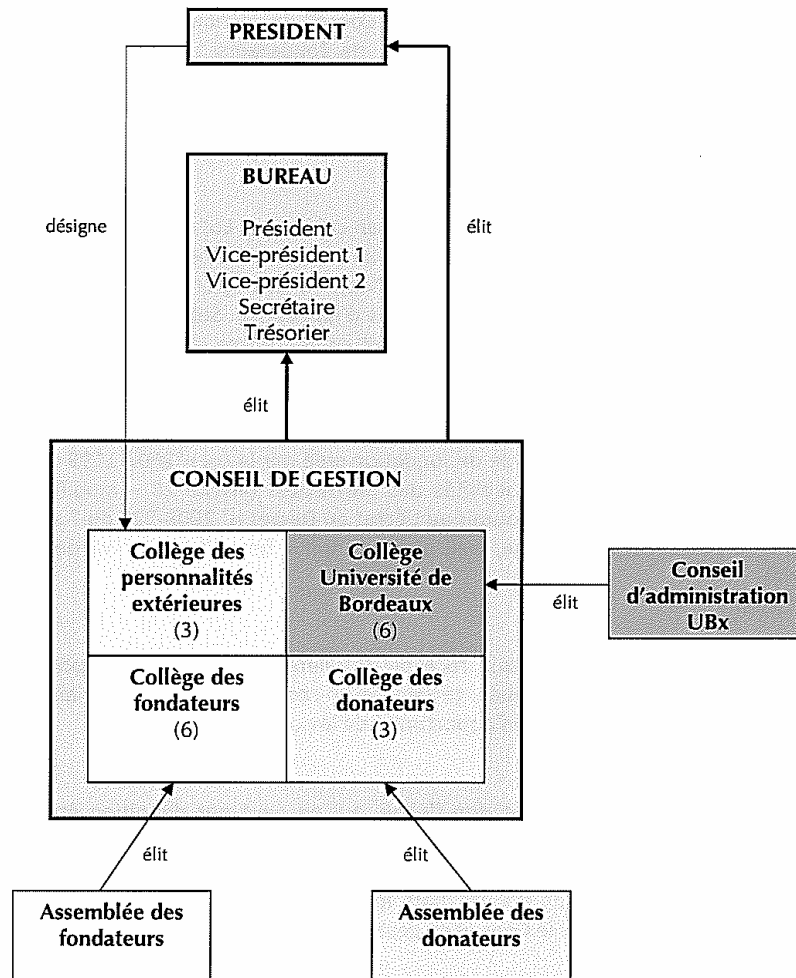
Fonds dédiés : caisses destinées à recevoir régulièrement des fonds importants pour des domaines de recherche spécifiques, gérées par un conseil scientifique en lien avec le Conseil de gestion qui décide ou non de l'opportunité de les créer.

Voir page 11

Prélèvement sur les dons : tout don fléché, qui ne peut par définition être utilisé par la Fondation pour son propre financement, peut faire l'objet d'un prélèvement visant à financer les frais de gestion qu'il occasionne pour la Fondation. Le montant de ce prélèvement d'une part, et d'autre part le type et le montant du don donnant lieu à prélèvement, sont fixés par le Conseil de gestion.

I – PLAN STRATEGIQUE

1/ Rappel de la gouvernance de la Fondation



2/ Rappel de la stratégie générale de la Fondation

La FBU a pour objectif de soutenir l'Université de Bordeaux dans l'accomplissement de ses missions. Cet objectif comporte au moins deux volets, l'un en amont et l'autre en aval du don. Il s'agit en amont de trouver des financements supplémentaires pour l'Université et en aval de contribuer à son rayonnement et à sa recherche d'excellence. En effet, c'est autant par ce qu'elle apportera de soutien financier à l'UBx que par ce qu'elle réalisera elle-même, que la Fondation atteindra son objectif. C'est pourquoi elle n'entend pas être simplement une agence de moyens, une caisse faisant transiter des fonds et proposant une défiscalisation attractive, mais aussi une agence de services, menant des projets en partenariat avec les établissements et les organismes donateurs.

Dans le cas d'une chaire d'enseignement, par exemple, la Fondation peut jouer le seul rôle de caisse financière, laissant à l'établissement le soin d'organiser la chaire et lui allouant simplement les crédits recueillis à cette fin à travers des dons. Cependant, la FBU se propose aussi, si les établissements le souhaitent, d'être le maître d'œuvre de la chaire, c'est-à-dire d'organiser, de recruter, de financer, d'évaluer, etc. C'est aussi en tant qu'agence de services que la FBU souhaite attribuer des bourses, des prix, organiser des événements à destination de la communauté universitaire.

La règle de la Fondation

On peut présenter la stratégie générale de la Fondation à travers une règle en 5 points :

1 objectif	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Faire de Bordeaux l'une des plus grandes universités européennes, acteur majeur du développement de son territoire
2 stratégies	<ul style="list-style-type: none"> ▪ D'abord la recherche de nouveaux partenariats mutuellement bénéfiques avec les entreprises et les institutions publiques ▪ Puis la recherche de mécènes attachés à l'Université de Bordeaux, au prestige de sa région...
3 exigences	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Une exigence d'ouverture (sur le monde socio-économique : enjeux sociétaux, besoins des entreprises...) ▪ Une exigence de performance (résultats, efficacité, transparence...) ▪ Une exigence de fidélité aux missions du service public (justice sociale, intérêt général, universalisme)
4 missions	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Accompagner la professionnalisation des formations et l'insertion des diplômés ▪ Soutenir et promouvoir la recherche d'excellence ▪ Augmenter l'attractivité du campus bordelais ▪ Renforcer la dimension internationale de l'Université de Bordeaux
5 moyens d'action	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Chaires d'enseignement ▪ Chaires de recherche ▪ Bourses et prix (pour étudiants, enseignants-chercheurs...) ▪ Appels à projets pour utilisation des fonds (activité culturelle, projets scientifiques innovants...) ▪ Expérimentations (sur l'insertion, sur l'enseignement...)

Positionnement de la Fondation vis-à-vis de l'Université

La présentation de la stratégie nécessite de préciser le positionnement quelque peu ambigu de la Fondation par rapport à l'Université :

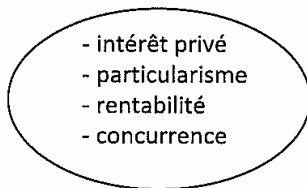
- *juridiquement*, la Fondation est une émanation de l'Université, au même titre qu'un service finances ou communication. La Fondation n'a pas la personnalité morale, elle n'est pas l'employeur, elle ne peut agir en justice, etc. ;
- *politiquement*, en revanche, elle a sa gouvernance propre, distincte de celle de l'Université, et son budget est autonome.

Le choix a été fait de renforcer cette autonomie, à travers deux ensembles de dispositions. Tout d'abord, les statuts confient à l'Université le soin de désigner ses propres représentants au Conseil de gestion (collège Université : 6 membres), aux fondateurs le soin de désigner entre eux leurs représentants (6 membres) et aux donateurs le soin de désigner en leur sein leur 3 représentants. Les personnalités extérieures sont désignées par les autres membres du Conseil de gestion. Ensuite, non seulement le président de l'Université délègue sa signature au président de la Fondation, ce qui donne à ce dernier le pouvoir d'engager les dépenses, mais le choix a été fait de déroger le plus possible aux règles de la comptabilité publique, ce qui permet plus de souplesse dans la gestion des libéralités.

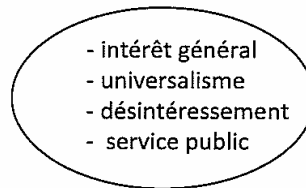
Logique de l'intérêt partagé

La stratégie de développement de la FBU s'assoit sur le principe suivant : dans la recherche d'entreprises partenaires et la réalisation d'actions menées en commun, tout doit être mis en œuvre pour que chacun conserve son identité, sa culture, ses objectifs et ses intérêts.

Logique de l'entreprise

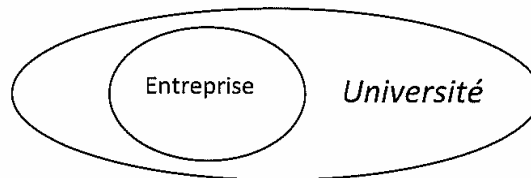


Logique de l'Université



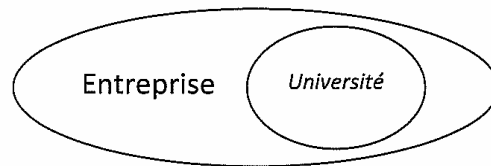
La logique de l'intérêt partagé n'est donc ni celle du mécénat (principe philanthropique), qui entend faire jouer aux entreprises le jeu de l'Université, du service public :

principe philanthropique
(mécénat) :



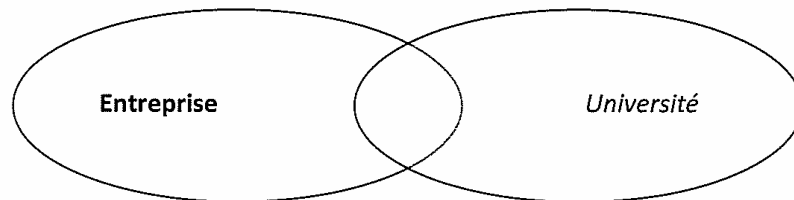
ni celle de la privatisation de l'enseignement supérieur et de la recherche (principe de la prestation de service) qui exige de l'Université qu'elle suive les règles de la rentabilité, définies d'après un intérêt particulier au service duquel elle serait :

principe de la prestation de service
(privatisation) :



La logique de l'intérêt partagé est celle de l'intersection entre ces deux sphères indépendantes, et qui doivent le rester (principe du partenariat) :

Logique de l'intérêt partagé =
Focus sur l'intersection entre deux ensembles indépendants (partenariat)



Force de frappe multidisciplinaire

L'argument fort de la Fondation dans la recherche de partenariats tient principalement à sa capacité à proposer et accompagner des projets de recherche ou de formation pluridisciplinaires, appuyés sur une Université qui couvre l'ensemble des champs de la connaissance.

Mettant en avant les 11 pôles d'excellence définis lors de l'Opération campus, la Fondation insiste sur le fait que l'Université de Bordeaux est l'une des rares structures d'enseignement et de recherche à pouvoir proposer des projets mêlant sciences exactes et sciences humaines et sociales.

Positionnement de la Fondation vis-à-vis du service de valorisation (Aquitaine Valo)

Présentée dans un objectif de recherche de financement, la logique de l'intérêt partagé définit clairement l'espace dans lequel la Fondation monte des partenariats : l'action de la Fondation se situe *en amont des recherches et des formations*, à l'inverse de la valorisation qui se situe en aval.

Ce qui distingue l'action de la Fondation de celle d'Aquitaine Valo, c'est que la Fondation cherche ou suscite des dons pour soutenir la recherche ou l'enseignement, alors que la cellule de valorisation cherche des clients qui n'interviennent dans le processus de financement de l'Université qu'après que la recherche ou la formation a été réalisée.

Bien entendu, la cellule de valorisation peut œuvrer en amont des ces partenariats pour les susciter, dans une logique de prospection. Dans ces cas, les deux structures travaillent de concert pour déterminer dans quelle mesure le projet serait mieux porté par un don ou par un contrat. La nature du projet (distance par rapport aux phases d'application, enjeux de propriété intellectuelle, etc.) permet assez facilement de délimiter le champ du don, donc celui de la Fondation.

Positionnement vis-à-vis des 7 établissements membres de l'Université de Bordeaux

La Fondation est abritée par l'Université de Bordeaux. Elle ne propose pas de caisses de réserve pour chaque établissement, que ceux-ci viendraient remplir de dons qui leur seraient dédiés et dont ils seraient maîtres de l'utilisation. De tels fonds sont réservés à des thématiques, par exemple un fond dédié à la recherche archéologique que la FBU aurait pour mission d'utiliser selon les termes de la convention passée avec le(s) donateur(s). Les établissements, en tant que tels, peuvent bénéficier du soutien financier de la Fondation selon deux méthodes : soit en se servant de la Fondation comme d'un outil de défiscalisation en apportant, pour un projet précis, un ou des dons que la Fondation a pour devoir d'utiliser selon les termes de la convention signée entre elle et le donateur, soit lors de l'appel à projets blanc que celle-ci organise.

Politique d'acceptation et d'utilisation des dons

Le Conseil de gestion adopte une charte qui détermine dans quelles mesures un don peut être accepté. Les critères sont, entre autres, la provenance (refus des dons d'organismes sectaires...), le montant du don si celui-ci est accompagné d'une charge (il doit couvrir les dépenses impliquées par la charge...).

Le Conseil adopte également une politique d'utilisation des dons et des fonds qui présente les modalités d'appels à projets, le positionnement vis-à-vis des établissements, la création de fonds dédiés...

Mise en place de fonds dédiés

Il importe de constituer des fonds pouvant recevoir et sécuriser sur le long terme des financements importants. Un certain nombre de chercheurs sont susceptibles de bénéficier de tels dons (neurosciences, cardiologie...). Il est urgent de mettre en place ces structures au sein de la Fondation. Des fonds dédiés, dont l'utilisation est décidée par un conseil scientifique du fonds, en relation avec le Conseil de gestion, sont des structures souples et transparentes qui répondent aux besoins des scientifiques (liberté dans l'utilisation), des donateurs (fléchage assuré et transparence) et de la Fondation (non dispersion des fonds, des structures et des relations).

3/ Bilan 2009

Avant le recrutement du chargé de mission au 1^{er} avril 2009

- Choix du statut de fondation universitaire
- Constitution d'un groupe de travail et production d'un rapport général justifiant ce choix
- Choix du futur président de la Fondation (Jean-René Fourtou)
- Décision de recruter pour 6 mois un « chargé d'étude stratégique », à la demande de J.-R. Fourtou, afin d'effectuer une analyse comparée des fondations en France, en Europe de l'Ouest et en Amérique du Nord.

Bilan à compter du 1^{er} avril 2009

Préalable

- o Réalisation de l'étude comparée
- o Constitution d'une « équipe » composée de J.-R. Fourtou, M. Tunon de Lara et R. Gouin

Stratégie

- o Conception d'une stratégie générale pour la FBU (voir sections 4 et 5)
- o Identification des premières cibles pour les fondateurs
- o Réflexion sur les politiques d'acceptation et d'utilisation des dons et du revenu du capital

Organisation interne et management

- o Rédaction des statuts
- o Réflexion et proposition de solution pour les difficultés juridiques et comptables
- o Proposition de solution au problème urgent de la localisation de la FBU
- o Clarification des besoins de recrutement à court et moyen termes
- o Constitution de groupes de travail (PME, Vin)
- o Désignation des « référents Fondation » pour chaque fondateur, au sein de l'UBx et au sein de l'organisme fondateur
- o Achat et installation d'un logiciel de gestion des dons/projets/contacts de la Fondation (Eudonet)

Communication

- o Organisation de plusieurs opérations de communication (événements juin et octobre 2009)
- o Conception et diffusion de plaquettes de présentation
- o Conception d'une page Fondation sur le site de l'UBx
- o Rencontre de préparation avec les équipes communication des établissements

- Articles de presse (Figaro, SudOuest, l'Expansion, Vie universitaire...) et émission de radio (BFM Radio)
- Rédaction d'un cahier des charges pour la réalisation du logo et de la charte graphique de la FBU ; recherche d'un prestataire en cours

Recherche de fondateurs

- Lettres d'engagement obtenues : SFR, Jean-René Fourtou, Conseil régional d'Aquitaine, Sanofi-Aventis, Ville de Bordeaux
- En cours de négociation : GDF-Suez (ou Lyonnaise des eaux), UIMM (Aquitaine + nationale), Safran
- Rencontres et négociations **provisoirement** infructueuses pour la recherche de *fondateurs* : Rhodia, M6, BNP, Caisses des Dépôts, Novartis, CUB, CIVB, B. Arnault, F. Pinault, D. de Rothschild
- Pistes prochaines : Nestlé, Agfa Healthcare, Philips, General Electric...

Projets de chaires et action en cours

- Chaires en cours de montage
Recherche : - LYNCEO (réalité virtuelle - volet santé -, portée par 2ADI)
Formation : - Management hospitalier public-privé (recherche d'un nouveau partenaire en cours)
- Management et GRH Chefs d'équipe hôpital (Novartis-Bx2-CHU)
- Développement durable (Gdf Suez-IEP)
- Discussions pour projets de chaires avec : Rhodia, Agfa, Nestlé (pour l'Institut de la Nutrition Aquitaine Québec),
- Action
Expérimentation avec le bureau des stages de Bordeaux 3 (Groupe de travail PME de la Fondation, bureau des stages Bordeaux 3, Plateforme Insertion UBx)

État des lieux des ressources

- Finances : 50 000 euros avaient été prélevés sur le fonds de roulement de l'UBx et placés sur l'UB950 pour financer le démarrage de la Fondation, et principalement le salaire du chargé de mission. Il reste encore quelques milliers d'euros sur cette ligne.
- Ressources humaines : hors titulaires de l'Université, la FBU ne compte aujourd'hui qu'une seule personne (R. Gouin) travaillant à temps plein à son développement et une personne l'accompagnant bénévolement (Jean-René Fourtou) ; ils bénéficient du soutien du secrétariat du président Tunon de Lara, du secrétariat général de Bordeaux 2 ainsi que des services du PRES (communication, services financiers et GRH).
- Ressources matérielles : la FBU est depuis le début hébergée gratuitement à Bordeaux 2 et travaille sur du matériel de Bordeaux 2 (bureautique, mobile).

CA du PRES du 18-12-2009

- Vote à l'unanimité des nouveaux statuts de la FBU, comprenant notamment le choix définitif du nom de la Fondation (« Fondation Bordeaux Université »)
- Désignation des membres représentants de l'UBx au sein du Conseil de gestion de la Fondation ; les 4 universités, l'IPB et Sciences po Bordeaux seront les 6 représentants ; l'ENITAB sera invitée systématiquement (avec voix consultative)
- Vote du budget alloué à la Fondation pour son lancement (60 000 euros)

4/ Prochaines étapes et décisions

Premier Conseil de gestion de la Fondation le 06-01-2010

Ordre du jour :

- 1/ Désignation du Président et du Bureau et définition de leurs compétences
- 2/ Désignation du Directeur
- 3/ Désignation des personnalités extérieures
- 3/ Programme d'activités 2010
- 4/ Etablissement prévisionnel des recettes et des dépenses 2010
- 5/ Politique d'acceptation des dons
- 6/ Politique d'agrément des prochains fondateurs
- 7/ Acceptation des premiers dons
- 8/ Recrutements
- 9/ Evènement de lancement de la Fondation
- 10/ Prochain Conseil de gestion
- 11/ Questions diverses

Lancement de la Fondation

- Grand évènement à organiser en mars
- Campagne de communication à réaliser

Première campagne de levée de fonds

Si une telle opération s'avère possible pour la FBU, étant donné ses ressources humaines, il s'agira d'une campagne à destination des parents d'étudiants pour financer un programme de bourses de stages

5/ Analyse SWOT²

Le bilan de l'action menée depuis 9 mois et l'état des lieux des ressources permettent de dresser un tableau général présentant clairement les atouts, les faiblesses, les opportunités et les menaces relatives au projet. Le modèle SWOT permet de saisir efficacement l'articulation entre les dimensions interne (ressources) et externe (contexte) de la Fondation.

Résultats

		Positif	Négatif
Interne	S	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Université multidisciplinaire ▪ Stratégie commune, politique de site ▪ Succès de l'Opération campus ▪ Effectifs de masse ▪ Pôles d'excellence ▪ Jean-René Fourtou ▪ Cohésion de la direction (JRF MTDL RG) ▪ Cohérence du pilotage (discours unique, clair et efficace) ▪ Projets de chaires déjà en cours ▪ Propositions innovantes <p>→ Les points forts viennent principalement de l'Université</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Insuffisance des ressources humaines ▪ Dotation encore limitée ▪ Montant des tickets d'entrée très élevé ▪ Difficultés juridiques (statuts, gestion comptable) <p>→ Les points faibles tiennent à la Fondation elle-même</p>
	O	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Soutien de grands groupes ▪ Image de l'UBx très positive (Campus) ▪ Image de Bordeaux favorable (Girondins, CHU, A. Juppé, modernisation) ▪ Soutien politique unanime ▪ Forte implication financière et politique ambitieuse du Conseil régional ▪ Grand emprunt ▪ Besoins de projets pluridisciplinaires du côté des industriels <p>→ Les opportunités sont liées avant tout à l'image actuellement positive dont bénéficient Bordeaux et l'UBx</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Conjoncture économique défavorable ▪ Faiblesse relative du tissu industriel local ▪ Multiplication des concurrents (notamment Paris) ▪ Succès et développement avancé de deux concurrents directs (multidiscipl.) : Auvergne et Strasbourg ▪ Intentions de montage de fondations partenariales ▪ Loi HPST sur les fondations hospitalières <p>→ Les menaces sont d'abord le fait de projets concurrents locaux et nationaux</p>
Externe	T		

² "SWOT" : Strengths – Weaknesses – Opportunities – Threats

Analyse

La synthèse d'une analyse articulant dimensions interne et externe permet deux enseignements :

1/ L'inadéquation de la stratégie et des ressources

La stratégie qui fait de la Fondation une structure abritée par toute l'UBx et s'appuyant sur sa force de frappe multidisciplinaire nécessite non seulement des compétences techniques multiples mais aussi des ressources suffisantes pour assurer le montage et le suivi parallèles de nombreux projets.

À l'heure actuelle, le développement de nouveaux projets est impossible étant donné les effectifs de la Fondation. Si le choix a été fait de désigner pour chaque fondateur un correspondant scientifique, compétent dans le domaine d'activité du fondateur (Francine Krief de l'ENSEIRB pour SFR, Catherine Durandeau de Bordeaux 2 pour Sanofi-Aventis), en revanche les projets qui se montent parallèlement ont pour seul et unique interlocuteur R. Gouin. Ainsi qu'il est prévu pour la chaire Management hospitalier public-privé, des chargés de mission peuvent être recrutés pour le suivi et le développement de ces actions, et dont le salaire est intégré au budget de la chaire. Mais la structure générale de la Fondation doit elle aussi être étoffée, afin d'axer prioritairement le travail sur les projets et non sur le financement du fonctionnement interne.

La gouvernance actuelle est sans aucun doute un point fort du projet (cohésion, cohérence, disponibilité, implication), la faiblesse du soutien fonctionnel devient un facteur très risqué pour le développement de la Fondation.

Si la FBU entend bien être une agence de services, maître d'œuvre sur de nombreux projets (chaires, prix, action sociale, campagnes de levée de fonds...), il faut qu'elle en ait les moyens, ce qui n'est pas le cas aujourd'hui.

2/ L'enjeu communicationnel prioritaire

L'étude du contexte d'émergence de la Fondation met l'accent à la fois sur l'image favorable dont bénéficient aujourd'hui Bordeaux et l'Université et sur la multiplication de projets concurrents (y compris sur le créneau qu'est la multidisciplinarité).

Il semble alors indispensable de jouer immédiatement sur cette image favorable pour se mettre à hauteur de nos principaux concurrents et limiter localement le développement de projets parallèles.

Le caractère d'urgence du développement de la Fondation n'est pas tant le fait des menaces portées par l'arrivée d'autres projets concurrents que l'opportunité, aujourd'hui, que nous fournit le contexte favorable à l'image bordelaise. Or, cette chance de pouvoir bénéficier d'un bruit de fond très positif pourrait ne pas durer. La Fondation doit se servir de cette chance, car face aux principaux concurrents c'est sa meilleure arme.

6/ Plan de développement 2010-2011

Le plan de développement a pour objectif d'articuler la stratégie générale aux enjeux définis par l'analyse SWOT.

Pour les années 2010-2011, la FBU doit poursuivre quatre axes de développement majeurs, qui sont étroitement liés les uns aux autres. L'achèvement des activités en cours et la réalisation des projets à l'étude sont évidemment programmés.

Les quatre axes de développement

1/ Donner corps aux partenariats tissés avec les Premiers Fondateurs en montant ensemble des projets, des programmes ou des évènements.

Les projets prioritaires pour 2010 et 2011 sont les projets montés avec les fondateurs. Le premier évènement auquel nous souhaitons associer les fondateurs est le lancement officiel de la Fondation, qui devrait être une opération de communication de grande envergure (envisagée en mars 2010).

2/ Accélérer la recherche de fonds, à la fois à travers de nouveaux fondateurs pour augmenter le capital, et à travers des dons fléchés ou non fléchés.

Les cibles sont des grands groupes déjà contactés (Safran, GDF-Suez/Lyonnaise des eaux, Rhodia, Novartis, AGFA Healthcare...) ou ceux avec lesquels l'Université a des relations étroites (Philips, General Electric, Thales, Dassault...), des acteurs économiques locaux (UIMM Aquitaine, club d'entreprises, PMI/PME...), des grandes fortunes (notamment dans le monde du vin), des professions (médecins, avocats, notaires...) et des anciens Bordelais ou des anciens de l'UBx qui ont fait fortune. Il n'est pas envisagé pour le moment de campagne de levée de fonds massive à destination de tous les anciens étudiants ou du grand public.

3/ Consolider l'organisation de la Fondation en recrutant une équipe qui puisse pallier les faiblesses pointées précédemment et répondre aux exigences imposées par les trois autres axes de développement.

Les besoins de compétence recouvrent principalement les volets secrétariat, gestion, communication et suivi des montages de projets.

4/ Assurer la visibilité et la légitimité de la Fondation, aussi bien vis-à-vis des laboratoires et des facultés bordelais que du milieu socio-économique local ou de l'échelle nationale.

La communication interne et externe est l'une des priorités des deux prochaines années. Elle doit rassurer ceux qui voient dans notre projet un danger pour l'Université publique ou un concurrent pour leurs activités, et convaincre les incrédules que la Fondation est un outil parfaitement adapté pour soutenir l'Université, développer l'innovation et participer au développement économique de son territoire. Elle doit en outre jouer sur l'image bordelaise favorable pour se placer dans le peloton de tête de la compétition nationale engagée entre les fondations.

Ces quatre axes sont étroitement liés : sans une équipe suffisante au démarrage les projets avec les partenaires ne pourront être montés et suivis convenablement et la recherche de fonds sera trop limitée. Cette recherche ne sera fructueuse que si la Fondation parvient à se rendre visible et légitime dans le paysage universitaire et économique local et national. Cette condition suppose encore une fois qu'une équipe puisse prendre en charge rapidement et de manière régulière la communication de la Fondation.

Les objectifs de recrutement

Pour le fonctionnement général de la Fondation, le renouvellement du poste de R. Guoin (échéance 31 mars 2010) doit être accompagné dès janvier du recrutement d'un chargé de mission. Deux pistes sont possibles : soit privilégier la dimension communicationnelle, soit mettre l'accent sur la recherche de fonds. L'idéal serait un profil mixte, le chargé de mission travaillant à la fois au développement de la communication avec le service de l'UBx en soutien et se concentrant sur la recherche de mécènes (non de partenaires). Ces deux aspects sont très liés et la spécialisation sur la recherche de mécènes permettrait de financer plus directement le fonctionnement de la Fondation. Seul un demi-poste paraît envisageable au départ.

Le secrétariat pourra être pris en charge, au premier semestre, par le secrétaire de la chaire Management Hospitalier qui n'aura pas au début de cette fonction de lourdes tâches. À partir du second semestre, la Fondation devra recruter son propre secrétaire.

L'équipe devra très certainement être renforcée par un comptable à partir du second trimestre 2010, une fois qu'une solution aura été trouvée pour la gestion comptable de la Fondation. Au cours des trois premiers mois de 2010, l'Université de Bordeaux assurera cette gestion.

Concernant la Chaire MH, le budget prévoit deux recrutements dès janvier : un secrétaire (demi-poste) et un chargé de mission (demi-poste).

Récapitulatif

Effectif actuel : 1

Recrutements :

Janvier 2010 → Demi-poste de chargé de mission mécénat/communication (FBU)
Demi-poste de secrétaire (chaire MH)
Demi-poste de chargé de mission (chaire MH)

1^{er} Avril 2010 → Demi-poste de comptable (FBU)
Renouvellement R. Guoin (FBU)

1^{er} juillet → Demi-poste secrétaire (FBU)

Effectifs

décembre 2010 : 1 poste + 3 demi-postes (FBU) = 2,5 postes
2 demi-postes (Chaire MH) = 1 poste

La distribution en demi-postes paraît optimale du point de vue des besoins de compétences. On peut cependant imaginer que la chaire MH ne recrute qu'une seule personne, chargée de l'ensemble des tâches d'administration et de développement.

Les objectifs financiers

Objectifs financiers pour 2010

Dotation : juin 2010 → **3 millions** (2 grandes entreprises + une institution ou une personne)
 décembre 2010 → **4.5 millions** (3 grandes entreprises supplémentaires)

Budget fin 2010: **à l'équilibre sans soutien de l'UBx** ou des établissements pour le prochain exercice (EPRD 2011)

Objectifs financiers pour 2011

Dotation : juin 2010 → **5.5 millions**
 décembre 2010 → **6.5 millions**

Budget fin 2011: **excédentaire de 100 000 euros** pour financer des projets, toujours sans soutien de l'UBx ou des établissements pour le prochain exercice (EPRD 2012)

Rappel sur la composition du budget

Les recettes sont constituées

- du revenu de la dotation,
- des dons obtenus dans le cadre de partenariats ou de dons avec charge qui sont par définition fléchés vers des actions à mener qui représentent un coût pour la FBU (chaires, bourses, prix...)
- du pourcentage prélevé sur les dons par la FBU pour frais de gestion dans le cadre des dons avec charges (montant à fixer par le Conseil de gestion)
- des dons obtenus dans le cadre de mécénat pur (sans charge)
- éventuellement de la part consommable de la dotation
- du financement de l'UBx

Les dépenses sont constituées

- des salaires, frais de fonctionnement et d'investissement pour l'activité de la Fondation
- des charges afférentes à certains dons
- du financement d'actions menées par la FBU (bourses, primes, appel à projets...)

ADOPTE A LA MAJORITE
VOTE CONTRE DU GROUPE COMMUNISTE