

DELEGATION DE Madame Virginie CALMELS

D-2015/377

Convention annuelle 2015 entre la Ville de Bordeaux et l'Association BGI - Bordeaux Gironde Investissement. Autorisation. Signature

Madame Virginie CALMELS, Adjoint au Maire, présente le rapport suivant :

Mesdames, Messieurs,

Bordeaux Gironde Investissement, agence de développement économique de Bordeaux et de la Gironde, porte, pour le compte des collectivités territoriales, les actions de promotion du territoire, de prospection et d'accompagnement des projets d'investissements.

Plan d'actions 2015 :

BGI intervient sur deux domaines principaux : la promotion du territoire, la détection / prospection et l'accompagnement et le traitement des projets.

La mission de promotion économique et de marketing territorial a pour objectifs, d'une part, d'accroître la visibilité du territoire et, d'autre part, de fournir des éléments d'argumentaires économiques, de concevoir des supports de communication disponibles pour les partenaires. La deuxième mission de BGI consiste dans la mise en œuvre du plan d'actions de prospection d'entreprises et l'accompagnement à l'implantation sur le territoire. Enfin, un système de veille économique et de communication sur les réseaux sociaux est également mis en place.

Dans le domaine de la détection et prospection des projets, BGI met en place une équipe dédiée et organisée selon des filières stratégiques :

- Aéronautique – Espace – Défense
- Tertiaire supérieur dont banque, assurances et informatique
- Numérique (économie du WEB - Jeux vidéo - Imagerie)
- Santé - Dispositifs médicaux
- Chimie verte
- Construction durable
- Photonique
- Energies marines renouvelables
- Secteur Viti-Vinicole

Enfin, concernant l'accompagnement des projets, BGI a pour mission :

- d'identifier des sites d'implantations en relation avec la profession immobilière et les collectivités territoriales
- d'apporter des réponses concrètes en matière de ressources humaines et de mobilité géographique
- de mettre à disposition une fonction ressources sur les questions liées aux dispositifs d'accompagnement financier : subventions, fiscalité et exonérations fiscales, financement de la formation...

En 2015, Bordeaux Gironde Investissement animera une nouvelle action pour le compte du territoire : la Mission Bordeaux Attractivité dont l'objectif est de construire le plan stratégique d'attractivité de Bordeaux en s'inspirant des bonnes pratiques et en intégrant les tendances actuelles du marketing territorial, en particulier l'exigence d'une dynamique transversale et partagée par tous les acteurs, ou l'engagement nécessaire des entreprises, mais aussi l'implication des citoyens. Cette mission, à l'initiative de la Ville de Bordeaux et pilotée par Bordeaux Gironde Investissement, associe l'Office du Tourisme, l'Aéroport de Bordeaux-Mérignac, la Chambre de Commerce et d'Industrie, Bordeaux Euratlantique, Congrès et Expositions de Bordeaux, la Cité des Civilisations du Vin, l'Université de Bordeaux et sera prochainement élargie aux acteurs de la culture, de l'international et du sport, avec un enjeu prioritaire sur les entreprises qui seront étroitement associées au travail de conception de cette nouvelle stratégie d'attractivité pour Bordeaux.

Résultats 2014 :

En 2014, les missions de BGI ont donné lieu à 24 décisions d'implantation, dont 20% concernent des entreprises à capitaux d'origine étrangère.

En matière d'emplois, les décisions d'implantations correspondent à un prévisionnel de création de plus de 900 emplois à 3 ans.

Vous trouverez en annexes le détail du plan d'actions, le budget prévisionnel et un projet de convention annuelle 2015 qui a pour objet de préciser les obligations de chaque partie et plus particulièrement les modalités de participation de la Ville de Bordeaux au financement du budget 2015 de l'association BGI.

Cette convention s'inscrit dans le droit fil des décisions prises en Conseil d'Administration de BGI en date du 16 décembre 2014.

La participation demandée pour 2015 à la Ville de Bordeaux est de 290 000 euros pour le plan d'actions 2015, se répartissant comme suit : 76 225 euros en cotisation et 213 775 euros en subvention.

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

- signer la convention annuelle 2015,
- verser la participation prévue au budget primitif 2015, soit 290 000 euros à l'association BGI répartie ainsi :
 - la cotisation, soit 76 225 euros par imputation sur la fonction 9 sous fonction 90 nature 6281,
 - la subvention soit 213 775 euros pour le plan d'actions 2015 par imputation sur la fonction 9 sous fonction 90 nature 6574.

ADOpte A L'UNANIMITE

MME CALMELS. -

Monsieur le Maire, mes chers collègues, merci.

Parmi les différentes actions menées par la Ville en matière de développement économique - vous connaissez bien sûr notre soutien aux pépinières, à la Maison de l'Emploi, à l'intermédiation positive et à l'animation de l'éco-système – figure la participation de la Ville à l'action de BGI qui est l'agence de développement du territoire.

BGI a pour missions principales :

D'accompagner les projets d'implantation qu'ils soient privés ou publics, et qu'ils soient français ou étrangers, au profit du territoire de Bordeaux et de la Gironde.

Egalement de prospecter et d'assurer la promotion économique du territoire Bordeaux et Gironde en France et à l'étranger en s'appuyant notamment sur un marketing territorial et une veille économique.

Et enfin d'accompagner les programmes de développement d'entreprises implantées qui dépendent de centres de décisions extérieurs.

En 2014 l'équipe de BGI qui était composée de 15 collaborateurs pour un budget de 2 millions d'euros a accompagné 37 décisions d'investissement sur le territoire dont près de 20% d'origine étrangère.

Vous avez vu le détail :

24 implantations qui représentent 432 emplois prévus à 3 ans,

9 délocalisations qui représentent 291 emplois à 3 ans ;

et 4 extensions représentant 190 emplois à 3 ans.

Depuis quelques années les missions de BGI ont été recentrées principalement sur les filières stratégiques pour le territoire, comme :

L'Aéronautique, Défense et Spatial, le Numérique, Optique, Laser et Photonique, les Activités tertiaires, et la Santé.

La participation demandée pour 2015 à la Ville de Bordeaux est de 290.000 euros pour le plan d'actions 2015. Elle se répartit comme suit :

76.225 euros en cotisations,

et 213.775 euros en subventions.

Cette participation est équivalente à celle qui avait été octroyée par la Ville en 2014.

M. LE MAIRE. -

Merci.

M. FELTESSE

M. FELTESSE. -

Monsieur le Maire, chers collègues, j'ai regardé attentivement cette délibération. En relisant le haut de la page 4 :

« En 2015 Bordeaux Gironde Investissement animera une nouvelle action pour le compte du territoire : la Mission Bordeaux Attractivité dont l'objectif est de construire le plan stratégique d'attractivité de Bordeaux en s'inspirant des bonnes pratiques et en intégrant les tendances actuelles du marketing territorial. »

j'ai eu le curieux sentiment de faire un retour en arrière il y a 6 ou 7 ans.

Il y a 6 ou 7 ans l'ensemble des collectivités avait dit : il faut avoir une marque unique et un marketing territorial. BGI a travaillé 2 / 3 ans là-dessus. Nous avons eu beaucoup de discussions. Bordeaux a décidé de lancer sa propre marque « Osez Bordeaux ».

Cette délibération est simplement l'occasion de vous demander, Monsieur le Maire, où en est cette marque globale ? Quelles sont les actions menées et envisagées jusqu'à maintenant dans un moment où le dynamisme de la Métropole Bordelaise est bien présent ?

M. ROUVEYRE. -

Monsieur le Maire, Madame CALMELS, mes chers collègues, merci de nous proposer cette délibération. Elle est une des très rares occasions pour le Conseil Municipal de débattre, ou en tout cas de poser des questions en matière économique et en matière d'emploi, et de formuler quelques remarques. C'est ce que je ferai. Ça sera extrêmement bref. Seulement quatre points.

Mais peut-être, Madame CALMELS, en avant-propos, vous ne nous avez pas donné votre sentiment sur ce bilan qui accompagne cette délibération sur peut-être l'opportunité et l'intérêt qu'a la Ville à continuer de subventionner cette association. J'aurais aimé avoir votre avis sur cette décision qui donc a des conséquences sur le budget de la Ville. Est-ce que c'est une bonne décision ? Est-ce que c'était une subvention efficace ou pas ?

Dans le rapport de BGI qui est annexé à cette délibération les indicateurs d'emplois créés ou annoncés ont disparu. Seuls subsistent les objectifs.

Quand vous regardez le rapport de l'année dernière vous avez un tableau assez complet qui vous donne les nombres d'emplois annoncés. Aujourd'hui on a des objectifs qui ne sont pas expliqués, pas fondés, dont les chiffres stagnent en matière de création d'emplois et baissent, peut-être l'avez-vous constaté, en termes de décisions liées à l'investissement.

Donc ce rapport nous donne le sentiment qu'on est un peu dans l'effet d'annonce. J'aurais aimé avoir votre avis à ce sujet.

Deuxième élément, en parlant d'effet d'annonce nous avons suivi votre médiatique, voire très médiatique, lancement de la plate-forme pour l'emploi, un site sur lequel on peut retrouver les offres d'emplois sur Bordeaux.

J'ai posé des questions précises à ce sujet. On m'a renvoyé vers un autre élu. J'ai posé notamment la question des coûts puisqu'il est évoqué plusieurs milliers d'euros.

L'idée ce n'est pas de vous ennuyer, mais c'est simplement, peut-être l'avez-vous constaté avec moi, que cette plate-forme existe sur de nombreux sites. Elle a été vendue à d'autres collectivités et on retrouve exactement les mêmes offres d'emplois sur d'autres sites.

J'ai bien noté qu'il y avait la photo du maire et un petit mot, et qu'on avait créé « emploi.Bordeaux.fr ». Certes, là encore sur le papier en termes de communication c'est très intéressant j'imagine, mais en termes d'efficacité je me pose quelques questions, d'autant, comme je le disais, que ces offres sont présentes sur d'autres sites.

Troisième élément toujours dans l'effet d'annonce, j'ai suivi et j'imagine que l'ensemble des élus aussi ont suivi votre campagne de communication « Nos commerçants ont du talent ». C'est une campagne qu'on trouve d'ailleurs sur le mobilier urbain de la ville avec un # *bdxmon commerce*.

Je me suis amusé sur Twitter à regarder qui parlait de ce *hashtag*. En fait il y a 5 tweets dont 3 de votre compte, mais il a été assez peu relayé. Donc là encore on est beaucoup dans la communication.

Quatrième et dernier élément, j'y suis allé, je m'y suis intéressé, vous parlez sur le site Internet, puisque le *hashtag* renvoie aussi à un lien sur le site Internet, de 31.000 emplois à la clé.

Donc je me suis amusé, j'ai regardé la plate-forme que vous avez lancée et j'ai tapé « commerce » pour voir si on avait 31.000 emplois ou si on pouvait imaginer en avoir. Vous avez sur Bordeaux 2 emplois. Alors, peut-être qu'il faut utiliser d'autres mots clés.

Ce que je veux dire par là c'est que je me pose la question, Madame CALMELS et Monsieur le Maire, si en matière économique et en matière d'emploi - et je sais bien, là encore je le salue, qu'il y a des élus qui ont envie de faire des choses – si là on n'est pas d'abord sur de la volonté de communiquer avant d'être complètement efficace. Parce qu'en termes de communication on a eu 3 annonces différentes, mais en termes de réalité on est quand même assez éloigné de l'enjeu qui nous préoccupe tous.

M. LE MAIRE. -

Pas d'autres interventions ?

M. Yohan DAVID

M. YOHAN DAVID. -

En duo avec Virginie sans doute pour répondre aux dernières questions.

D'abord, Monsieur le Maire, chers collègues, moi je me félicite que nous ayons osé sur un marché de prestations de services qui coûte 10.000 euros à la Mairie de Bordeaux nous lancer dans cette expérimentation de lancement d'un site qui fédère les offres, certes, connues dans les autres sites Internet, mais sur une seule page et localisées, ce qui, à l'échelle des offres proposées est considéré comme unique en France. Deux collectivités territoriales importantes de France nous ont déjà contactés à la Maison de l'Emploi pour réfléchir à cette prestation pour elles-mêmes.

Je rappelle que l'emploi est un tel sujet pour nos concitoyens, que, alors que le site n'était pas référencé, en une semaine plus de 41.000 visiteurs ont consulté ces pages – ce ne sont pas des visiteurs uniques ; c'est un peu compliqué - Et les offres d'emplois pour lesquelles les demandeurs d'emploi ont postulé ont été chargées plus de 42.000 fois.

Sur les actions emplois de la Mairie de Bordeaux, si on ne faisait que de la communication ça se saurait et je ne pense pas que les médias et les acteurs viendraient nous suivre et écouterait ce qu'on a à dire.

Nous avons signé avec Virginie CALMELS, à sa demande, elle en parlera sans doute, un contrat avec la Cité des Civilisations du Vin entre la Ville et la Maison de l'Emploi, justement pour permettre aux personnes d'accéder aux 250 contrats de travail nouveaux qui vont démarrer au mois d'avril 2016 par des opérations destinées aux publics des quartiers, d'abord publics des quartiers de proximité, ce qu'on appelle dans notre jargon Chartrons Nord et Bacalan, et après, publics des quartiers au sens large du terme qui pourraient aller par exemple jusqu'au Grand Parc et aux Aubiers - Je pense qu'au Grand Parc nous trouverons un peu plus de personnes sur ce profil-là.

Deuxième chose que nous faisons au quotidien : la cinquième édition du forum emploi dans les quartiers qui avait été lancé par Josy REIFFERS – c'était jeudi, donc c'était un peu difficile pour nous - où 36 entreprises sont venues recruter concrètement des personnes. 1200 offres d'emplois portées par Pôle emploi pour recruter des gens.

L'idée de ce forum c'est bien de rapprocher l'offre d'emplois notamment du commerce, qui est le premier recruteur et employeur de Bordeaux, des demandeurs d'emploi ; et nous avons beaucoup de demandeurs d'emploi qui souhaitent accéder à ces métiers du commerce.

Nous aurons le 8 octobre un nouveau forum. C'est une première, je vous l'annonce, qui se tiendra à Auchan Mériadeck avec les associations qui accompagnent les demandeurs d'emploi vers l'emploi. Nous tiendrons un stand à ce moment-là. C'est un travail que nous faisons avec Anne BREZILLON.

Un dernier point, Virginie l'a dit dans son chapeau d'introduction, c'est toutes ces opérations et tout ce travail - et je suis un peu en retard parce que nous étions avec Alexandra SIARRI en train de finaliser dans le cadre des actions Politique de la Ville – qui consistent à créer des liens, des passerelles qui permettent d'être plus efficaces parce que nous avons malheureusement beaucoup de personnes au chômage à accompagner.

M. LE MAIRE. -

Mme CALMELS

MME CALMELS. -

M. ROUYEYRE, je vais répondre point par point à vos questions.

La première sur le bilan de BGI. Si je regarde les chiffres qui vous ont été communiqués pour 2014 et les prévisions pour 2015 on parle pour 2015 de plus de 1000 emplois. Donc on n'est pas en baisse par rapport à 2014, on est dans une épure sensiblement identique, voire légèrement en croissance, pour un budget de 2 millions.

Je pense que les chiffres parlent d'eux-mêmes. Je crois qu'aujourd'hui la Métropole bordelaise, la Ville de Bordeaux et plus généralement en France le sujet de l'emploi est un sujet majeur. Tous les acteurs contribuent à permettre d'avoir une vraie politique de l'emploi. Nous sommes vraiment en tant que collectivité devant notre mission de facilitateurs et d'accompagnateurs en ce sens. Je crois que vous l'avez compris avec l'intervention de Yohan DAVID.

Vous savez que Yohan DAVID est Conseiller délégué auprès de moi. A ce titre nous travaillons main dans la main et pas seulement Yohan et moi, mais, comme il vient de le dire, avec aussi Alexandra SIARRI et d'autres élus considérant que l'emploi est une priorité. Alain JUPPE a été clair sur cet objectif lors des dernières municipales. On s'y emploie et on s'y emploie de façon concrète.

Quand vous nous dites que ce n'est que de la communication... Vous savez, même si je viens du monde des médias et qu'on veut m'enfermer dans une image de communicante, non, j'ai dirigé des entreprises. Je ne suis pas une communicante. Je suis quelqu'un qui est dans l'action.

Depuis un an j'ai soumis au maire de cette ville un projet pour la mandature dans le cadre de mon domaine d'activité. Ce projet, avec les conseillers municipaux délégués auprès de moi, nous le mettons en œuvre quotidiennement. Nous avons des résultats concrets que l'on peut énoncer, mais je ne crois pas que ce soit le lieu aujourd'hui de faire le bilan exhaustif de la première année. En revanche, il est prêt. Si vous le souhaitez je me ferai un plaisir de vous le communiquer.

Il est assez dense, et comme nous l'avons déjà dit dans cette enceinte, il est assez dense en dépit d'une réduction des dépenses de fonctionnement de près de 24% sur un exercice.

On a fait beaucoup de choses qui ne sont pas des annonces, qui sont du concret. BGI en est une, ce n'est pas la seule. La mission Bordeaux Attractivité est un sujet important, mais essentiellement financé par la Métropole, donc ce n'est pas l'enceinte pour en parler en détail, même si elle bénéficiera aussi à la Ville de Bordeaux.

Pour revenir rapidement sur l'opération « *Jobi joba* » et le site dont vient de parler Yohan DAVID, vous avez raison de souligner qu'il y a aussi, notamment dans le cadre de la Région qui l'a lancée à quelques jours d'écart de la Ville de Bordeaux, une plate-forme d'agrégation d'annonces. Ce n'est pas exactement la même chose. Nous avons fait le choix de travailler avec une PME locale qui est à la fois une plate-forme d'agrégation d'annonces, mais aussi un service à valeur ajoutée sur l'emploi qui va au-delà des annonces, qui va aussi sur l'information et sur toutes les datas relatives à l'emploi.

La Région a fait le choix d'un acteur international qui est leader mondial des sites de recherche d'emplois.

Probablement que davantage de cohérence dans l'approche entre les différentes collectivités serait effectivement une bonne chose. De ce point de vue-là je vous rejoins. Je vous dirai même que je vais m'y employer à titre tout à fait personnel.

Donc franchement, là encore c'est un outil dont on devrait tous se féliciter, qui va coûter très peu d'argent public et qui a déjà, Yohan l'a dit, rencontré un grand succès avec beaucoup de transactions sur ce site.

Enfin plus généralement, vous parliez à Maribel BERNARD, Conseillère municipale déléguée auprès de moi en charge du commerce, de l'artisanat, des foires et marchés, de l'opération « Nos commerçants ont du talent », et là encore de façon très restrictive vous adressez de la communication.

Je crois que le soutien de la Ville de Bordeaux, notamment au travers de La Ronde des Quartiers et plus généralement de la politique de proximité pour le commerce, va dans le sens d'actions extrêmement concrètes qui dépassent largement ce que vous énoncez, c'est-à-dire la face immergée de l'iceberg, tout ce qu'il y a derrière dans l'action que nous pouvons mener pour l'emploi, pour le commerce et l'artisanat, et plus généralement pour le développement économique de la Ville de Bordeaux.

M. LE MAIRE. -

M. ROUYEYRE

M. ROUYEYRE. -

Monsieur le Maire, je répondrai très rapidement à Mme CALMELS.

Concernant le rapport, j'insiste. La question des emplois annoncés a disparu dans ce rapport. Concernant les objectifs, effectivement ce sont les mêmes, c'est pour ça que je parlais de stagnation, 1100 d'une année sur l'autre. Et surtout je faisais allusion aux décisions d'investissements qui baissent.

Deuxième élément. Sur la communication, Mme CALMELS, je suis dans ce Conseil depuis quelques années, je ne vous visais donc pas personnellement puisque j'ai l'habitude d'évoquer cette question de la communication. Je sais que c'est une habitude de la majorité municipale.

Simplement une question. Vous lancez une campagne d'affichage, donc vous la déployez partout. On peut estimer que quand vous lancez un *hashtag* au moins le réseau de commerçants partenaires va s'impliquer. Or il n'y a pas un commerçant qui a relayé ce *hashtag*. Donc je me dis que peut-être la campagne passe à côté de quelque chose, ou en tout cas qu'on ancre cette campagne sur la communication et peut-être pas sur les besoins réels.

Troisième élément, sur la question de la plate-forme - je vous remercie d'avoir avancé sur ce sujet - évidemment qu'à mon sens, et on est en pleine mutualisation, si cette plate-forme doit être créée et portée c'est par le président de la Métropole ; par le Maire de Bordeaux ça paraît un peu restrictif ; mais qu'au moins on imagine cette plate-forme à l'échelle de la Métropole, et peut-être des liens avec la Région.

Dernier élément, Mme CALMELS et M. DAVID, je sais que vous y êtes sensibles, mais si je vous évoque ça, peut-être l'avez-vous vu, c'est aussi par rapport à un article de Rue 89 paru tout récemment qui évoque, M. DAVID, cette rencontre de jeudi dernier. Ce sera ma conclusion, je vous lis juste le sous-titre. C'est un témoignage :

« L'indécence politique – Milieu d'après-midi, un peu de brouhaha, un petit groupe passe entre les tentes, défile, suivi de quelques photographes sous le nez des postulants. Un politicien tout sourire vient de se montrer. Indécence. »

Et là le témoignage c'est : « Prends ma place 5 minutes, guignol, et viens écouter ces gamins qui galèrent et viennent parfois jusqu'à quêter un job à 25 heures par semaine avec des Bacs + 2 ou Bacs + 4. »

Je vous épargne le reste du témoignage. C'est simplement pour vous dire que ce qu'on peut mettre en place, notamment si c'est vu comme de la communication, peut vraiment renvoyer à une certaine forme de violence vis-à-vis de ceux qui se trouvent au chômage.

M. LE MAIRE. -

J'en reste sans voix. Si vous viviez ailleurs que dans le monde de la communication, M. ROUYEYRE, si vous étiez ailleurs que sur Twitter, sur RUE 89... C'est vous qui êtes obsédé par la communication. Vous vivez dans ce monde. Vivez donc dans la vraie vie.

Moi je ne suis pas du tout choqué qu'un élu vienne se déplacer à l'occasion d'un forum sur l'emploi qui a été organisé par la collectivité qu'il représente. Ça me paraît tout à fait démocratique.

Cette espèce d'exploitation démagogique qui vient d'être faite n'appelle pas d'autres commentaires de ma part aujourd'hui.

Mme BERNARD

MME BERNARD. -

Juste, M. ROUYEYRE, j'espère que vous allez désormais tweeter sur « *bdxmoncommerce* ».

M. LE MAIRE. -

Ce n'est pas ça la bonne réponse. La bonne réponse c'est que la politique et la vie ce n'est pas Twitter.

M. DAVID veut dire quelque chose. C'était lui qui était visé.

M. YOHAN DAVID. -

Oui. Quand j'ai lu l'article de RUE 89 j'ai été particulièrement choqué et attristé parce que jeudi après-midi nous étions tous à Saint Emilion. Ce forum, je l'ai dit, a été créé par Josy REIFFERS avec la Ronde des Quartiers et Pôle Emploi. Il n'y a pas eu de passage l'après-midi, nous n'étions pas là, mais quand nous sommes passés à midi nous avons fait quelque chose de très modeste, non pas parce que nous étions en délicatesse mais parce que le cœur n'était pas à l'ouvrage. J'ai trouvé cette attaque détestable. Je tenais à le dire.

M. LE MAIRE. -

C'est l'attaque qui est indécente, réellement indécente.

Quelques remarques très brèves.

Si BGI n'existait pas il faudrait évidemment l'inventer. J'entends en permanence des questions sur son efficacité supposée ou réelle. BGI fait du bon travail. C'est le lieu où se retrouvent un certain nombre d'institutions qui doivent travailler ensemble, la Métropole, la Ville, la Chambre de Commerce et la Région.

J'ai été moi-même témoin d'un certain nombre d'opérations montées par BGI qui sont très utiles. Quand BGI amène à l'étranger, au Québec, et pas simplement au Québec, des délégations de jeunes entrepreneurs bordelais notamment dans la filière numérique, et organise des rendez-vous d'affaires avec des entreprises canadiennes ou québécoises, pour reprendre cet exemple, qui se concluent souvent par des contrats, BGI est utile et il faut continuer à la soutenir.

En ce qui concerne notre difficulté à trouver une signature commune, oui, c'est vrai, c'est difficile. On n'y est pas arrivé dans les 6 dernières années. Je pense qu'aujourd'hui la configuration nouvelle de notre Métropole permettra peut-être de progresser dans ce domaine où il y a eu beaucoup de blocages jusqu'à présent.

Je ne reviens pas sur Twitter ou pas Twitter. C'est assez misérable d'aborder les problèmes de l'emploi par ce biais-là.

Je voudrais quand même rappeler quelque chose, c'est que Bordeaux n'est pas un îlot de prospérité dans un océan qui serait encore plus prospère que lui. Les derniers chiffres du chômage, il faut quand même se les mettre en tête, ce qui peut expliquer que les choses ne soient pas aussi fructueuses qu'on pourrait le penser. Entre juillet 2014 et juillet 2015, une progression de 3,9% du chômage en France. En Aquitaine 5,2%. De très mauvais résultats en Aquitaine, beaucoup plus mauvais qu'au niveau national. Bordeaux fait mieux que l'Aquitaine.

Alors voilà. Nous n'avons pas de leçons à recevoir. Nous faisons tout ce que nous pouvons dans un contexte difficile. Je voudrais vraiment saluer les efforts de Virginie CALMELS, de Yohan DAVID et de Maribel BERNARD pour être aussi disponibles que possible et aussi engagés que possible dans ce combat pour l'emploi qui n'est pas gagné, naturellement, pas plus ici qu'ailleurs.

Je mets aux voix cette délibération.

Qui est contre ?

Qui s'abstient ?

Je vous remercie.

**CONVENTION DE PARTENARIAT 2015
ENTRE LA VILLE DE BORDEAUX
ET BORDEAUX GIRONDE INVESTISSEMENT**

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 Alain COUGRAND, Président de Bordeaux Gironde Investissement, autorisé par délibération du Conseil d'Administration du,

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 BGI – Bordeaux Gironde Investissement, domiciliée 15 Quai Louis XVIII à Bordeaux, dont les statuts ont été modifiés et approuvés le 11 janvier 2013 et dont la déclaration de modification a été reçue en Préfecture de la Gironde le 12 avril 2013, 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

Bordeaux Gironde Investissement intervient sur deux domaines principaux : la promotion du territoire, la détection / prospection et l'accompagnement des projets.

La mission de promotion économique du territoire de BGI a pour objectif de fournir des éléments de discours économiques, des outils de communication disponibles pour les partenaires, et la réalisation d'argumentaires ad'hoc pour les actions de prospection. Un système de veille économique est également mis en place.

Dans le domaine de la détection et prospection des projets, BGI met en place une équipe dédiée et organisée dans le domaine de l'industrie et du tertiaire :

- Aéronautique – Espace – Défense
- Tertiaire supérieur dont banque, assurances et informatique
- Chimie verte
- Construction durable
- Energies marines renouvelables
- Eolien
- Informatique dont informatique de santé
- Numérique (économie du WEB - Jeux vidéo - Imagerie)
- Photonique
- Santé - Dispositifs médicaux
- Santé – Pharmacie – Biotechnologies
- Nautisme – Refit yacht
- Secteur Viti-Vinicole

Enfin, sur l'accompagnement des projets, BGI a pour mission :

- d'identification de sites d'implantations en relation avec la profession immobilière et les collectivités territoriales
- d'apporter des réponses concrètes en matière de ressources humaines et de mobilité géographique
- de mettre à disposition une fonction ressources sur les questions liées aux dispositifs d'accompagnement financiers : subventions, fiscalité et exonérations fiscales, financement de la formation ...

Le plan d'actions pour 2015 est annexé à la présente.

Article 2 – Mise à disposition des moyens

La Ville de Bordeaux s'engage à mettre à disposition de l'association BGI – Bordeaux Gironde Investissement, dans les conditions figurant à l'article 3 :

- ⇒ une participation de 290 000 € (deux cent quatre vingt dix mille euros) pour l'année civile 2015 répartie de la façon suivante :
- 76 225 € (soixante seize mille deux cent vingt cinq euros) de cotisation,
 - 213 775 € (Deux cent treize mille sept cent soixante quinze euros)

Article 3 – Conditions d'utilisation de l'aide

L'association BGI – Bordeaux Gironde Investissement, 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 pour l'année 2015.

Au regard du budget prévisionnel en annexe, la réalisation des activités s'élève à 2 363 240 euros et la subvention municipale à 290 000 euros.

Article 4 – Mode de règlement

Pour 2015, la subvention de la Ville de Bordeaux, à la réalisation des activités de BGI – Bordeaux Gironde Investissement, s'élève à 213 775€ (deux cent treize mille sept cent soixante quinze euros).

La subvention de 213 775 € pour le plan d'actions 2015 sera versée suivant le calendrier ci-après :

- Tranche n° 1 : 60% à la signature de la présente convention soit
- Tranche n° 2 : 20% au mois de juin 2015
- Tranche n° 3 : le solde, 20%, au mois de septembre 2015

Le versement sera effectué au compte de l'association dont les références bancaires sont stipulées ci-dessous à la confirmation des dates de l'escale à Bordeaux :

RELEVÉ D'IDENTITÉ BANCAIRE

Domiciliation : Caisse d'Épargne Aquitaine Poitou Charentes - Bordeaux
Titulaire du compte : Bordeaux Gironde Investissement
Adresse : 15 Quai Louis XVIII à Bordeaux

Code banque	Code guichet	Numéro de compte	Clé RIB
13335	00301	08085084685	71

La cotisation 2015 est d'un montant de 76 225 euros (soixante seize mille deux cent vingt cinq euros)

Article 5 – Conditions générales

L'association BGI - Bordeaux Gironde Investissement 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 ».
- 8/ à mettre à disposition de la Ville de Bordeaux les bases de données et les supports de communication produits dans le cadre du plan d'actions (sous forme écrite et numérique, incluant des formats texte, pdf, photos et vidéo)

Article 6 – Condition de renouvellement

La présente convention est conclue pour la période du 1^{er} janvier au 31 décembre 2015. 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 BGI – Bordeaux Gironde Investissement, 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 BGI – Bordeaux Gironde Investissement.

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 BGI – Bordeaux Gironde Investissement prévoient une réunion de suivi des opérations entre le 1^o 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 BGI – Bordeaux Gironde Investissement (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 BGI – Bordeaux Gironde Investissement.

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 BGI – Bordeaux Gironde Investissement, 15 Quai Louis XVIII à Bordeaux.

Fait à Bordeaux en 4 exemplaires, le

Pour la Ville de Bordeaux,

**Pour l'association
BGI – Bordeaux Gironde Investissement**

**Virginie CALMELS
Adjoint au Maire**

**Alain COUGRAND
Président**

Présentation au Conseil d'administration
Mardi 16 décembre 2014 à 9 h



PROJET

Plan d'action et budget prévisionnel 2015

Ce document intègre les modifications retenues et adoptées lors de la réunion du Conseil d'administration du 26 septembre 2014 et les remarques du CSO du 4 décembre 2014.

SMART INSIDE
BORDEAUX

1. L'environnement économique	3
2. Les atouts du territoire (attractivité)	4
3. Les objectifs et leur mesure	5
4. Le plan d'action	7
a. Rappel des missions-----	7
b. Marketing territorial – Promotion de l'image économique de BORDEAUX - GIRONDE	8
c. Programme spécifique Bordeaux Alumni -----	16
d. Détection - prospection -----	17
e. Traitement, accueil et suivi des projets -----	18
5. Projet de budget	19
a. Recettes prévisionnelles -----	19
b. Présentation analytique des dépenses -----	20
Annexes	21
1. Programme « Bordeaux Alumni » -----	22
2. Action auprès des prescripteurs en France et à l'étranger -----	23
3. Organigramme Bordeaux Gironde Investissement -----	24
4. Fiches sectorielles -----(document séparé)	

Des faiblesses

- ✓ Une attractivité de la France en repli.
- ✓ 3^{ème} destination européenne pour les IDE (décisions) derrière la Grande-Bretagne et l'Allemagne
- ✓ 5^{ème} position pour le nombre d'emplois annoncés.
- ✓ Difficulté confirmée à attirer les investissements en provenance des pays émergents.

Des atouts

- ✓ **Une capacité à entreprendre, une créativité reconnue et une stabilité politique.**
- ✓ **Un maintien du nombre de décisions d'implantations industrielles, notamment américaines.**
- ✓ **« Un dynamisme des grandes agglomérations dont les stratégies de développement économique et de promotion des territoires témoignent de l'efficacité des solutions locales au service d'une attractivité nationale » (EY – Baromètre de l'attractivité - France 2013)**
- ✓ **Une attractivité réelle qui peut s'appuyer sur les entreprises à capitaux étrangers déjà implantées, celles qui sont implantées en Gironde sont donc une catégorie de comptes clés à rencontrer régulièrement**
- ✓ Un crédit d'impôt recherche, un crédit d'impôt innovation et la fiscalité des impatriés qui sont des éléments d'attractivité reconnus.

Mais aussi

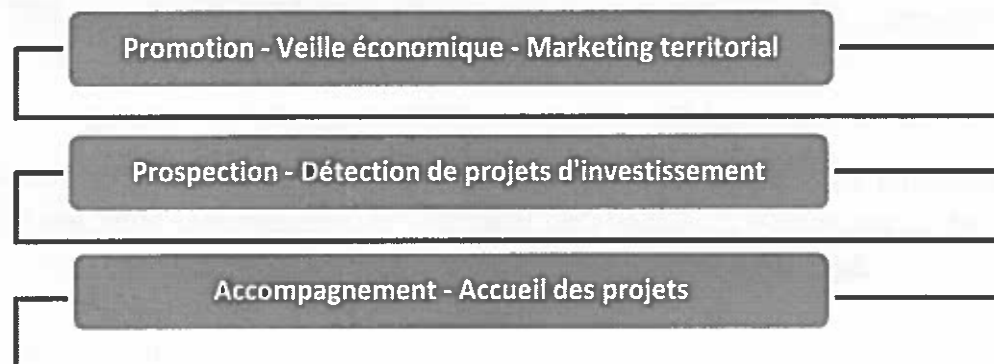
- ✓ Une concurrence toujours vive entre les métropoles et les régions européennes.
- ✓ Une coopération et un échange de bonnes pratiques dans le cadre du réseau « Invest in Aquitaine ».
- ✓ Une situation économique Aquitaine globalement moins impactée par la crise que de nombreuses régions (résistance sur les emplois industriels notamment) qui devrait permettre un rebond plus rapide en cas de reprise économique confirmée.

- **Une métropole dynamique**, en croissance, une offre de services comparable à la région parisienne associés à une croissance démographique remarquable : tous les éléments pour que Bordeaux devienne une métropole d'équilibre du Sud-Ouest européen.
- **Un territoire de projets :**
 - En **Recherche & Développement** : Plan Campus – université d'excellence, laboratoires et initiatives d'excellence, une R&D reconnue internationalement dans des domaines clés : mathématiques, neurosciences, cardiologie et oncologie, nouveaux matériaux, optique photonique, interface homme-machine, ...
 - **Dynamique urbaine** : projet BORDEAUX EURATLANTIQUE (Opération d'intérêt national), projet 50 000 logements pour accueillir un million d'habitants en 2030.
 - **Amélioration des infrastructures** : autoroutières - Ligne à Grande Vitesse Bordeaux Paris (2h en 2017) - troisième phase du tramway.
- **Une économie diversifiée** reposant sur des filières dynamiques, intégrées dans la mondialisation :
 - Aéronautique - Espace - Industrie de défense.
 - Optique - Photonique - Technologies Lasers.
 - Economie Numérique (label FRENCH TECH en 2014).
 - Activités liées à l'économie et l'industrie de la santé.
 - Activités tertiaires au standard international (Banques, Assurance, Conseil, Audit, ...).
- **Un climat « industrial friendly »** entretenu tant au niveau de la grande agglomération que de la région, qu'il sera nécessaire de développer auprès des activités tertiaires.
- **Un cadre de vie d'une qualité exceptionnelle**, de plus en plus recherché notamment par les activités technologiques et tertiaires.
- **Une présence remarquée dans de nombreux classements** dont :
 - Ville préférée des salariés pour travailler (Great Place to Work in 2014)
 - 3^{ème} métropole française où il fait bon entreprendre pour créer son entreprise (Institut de sondage Think) – 2014)
 - Dans le TOP TEN des CITIES ou the future 2014 -2015 dans la catégorie de 1 à 2 millions d'habitants (FDI Magazine)

Projet BGI 2015 - 3 - Les objectifs et leur mesure (1)

Rappel des principes stratégiques pour la période 2013 - 2015
Les mots clés de notre action « PROMOUVOIR - PROSPECTER - ACCOMPAGNER »

>> Une organisation verticale par métier et transversale par projet



>> Une organisation reposant sur la valorisation d'expertises

- Une approche Marketing /Promotion visant à appréhender l'intégralité de l'offre territoriale à l'aune des attentes des prospects et prescripteurs économiques et à mettre à disposition des partenaires, les éléments d'une colonne vertébrale d'arguments économiques (actualisés, mis en forme et accessibles).
- Une approche par filière (filières stratégiques et filières émergentes ou secondaires) : entretien de l'expertise sectorielle sur les cibles retenues par l'intermédiaire de relations régulières avec les partenaires concernés et en rencontrant les personnes en capacité à identifier les entreprises cibles.
- Le renforcement des expertises clés pour l'accompagnement des projets :
 - Foncier et immobilier
 - Dispositifs d'accompagnements financiers
 - Prise en compte de la dimension « Ressources humaines » : formation – mobilité

>> Une volonté de valoriser les informations collectées auprès de nos différents partenaires → création d'une fonction transversale d'alerte (intelligence économique).

Projet BGI 2015 - 3 - Les objectifs et leur mesure (2)

OBJECTIFS PROPOSÉS	
FILIERES STRATEGIQUES 25 à 30 décisions - 750 emplois	AUTRES FILIERES 10 à 12 décisions - 350 emplois
dont 2 à 3 centres de Recherche / Développement et 1 signature d'envergure internationale	
TENIR LES OBJECTIFS DU PLAN D'ACTION EN MATIERE DE PROMOTION ECONOMIQUE 7 rencontres presses – 2 voyages de presse – 3 évènements avec les ECHOS Accroître la visibilité économique du territoire	

Le travail effectué depuis de nombreuses années au sein de BGI permet aujourd'hui de disposer d'indicateurs de mise en œuvre des moyens :

Prises de contact « prescripteurs » (1)
 Entreprises rencontrées
 Comptes clés visités

Dossiers ouverts (projets identifiés)
 Décisions obtenues
 Emplois annoncés

Cette action de prise de contact prescripteurs qui a pris une nouvelle dimension en 2014 par la mise en œuvre de rencontres avec la représentation française dans les villes où l'AFII est implantée et à Paris auprès des ambassades des principaux pays de l'OCDE (voir détail en annexe), sera renforcée en 2015 auprès des consulats de France, des chambres de commerces binationales, l'organisations professionnelles étrangères ...

Passer d'une STRATEGIE de CONTACT à une réelle STRATÉGIE du LIEN

4 a - Projet BGI 2015 - Plan d'action : rappel des missions

Marketing territorial et Promotion économique

- Etre 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.



Traitement de projets

- 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.

Détection, prospection de projets d'investissement

- Détecter et prospecter, 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. A ce titre, définir et mettre en œuvre une stratégie permettant d'attirer les investisseurs.
- Favoriser les programmes de développement émanant de 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.

Ambition : Accroître la visibilité du territoire Bordeaux-Gironde pour devenir un lieu majeur d'implantation et de développement de nouvelles activités économiques.

Positionnement : Bordeaux, le territoire où se bâtit votre futur.

Enjeux : Démontrer que c'est ici que se construit l'avenir en développant l'association intelligence / Bordeaux / métropole / territoire (Gironde)

- Affirmer la position de métropole économique européenne
- Plébisciter le territoire du Futur (technologique, scientifique, économique et urbain)
- Argumenter le discours
- Attirer de nouveaux investisseurs et talents

Cibles :

- Principales : investisseurs et prescripteurs économiques
- Cœur de cible : dirigeants, cadre sup ⁺⁺⁺, créateurs d'entreprise non aquitains dans des secteurs innovants ou relevant du tertiaire supérieur
- Cibles intermédiaires : cadres, salariés, investisseurs financiers, scientifiques, créateurs, intellectuels, ...

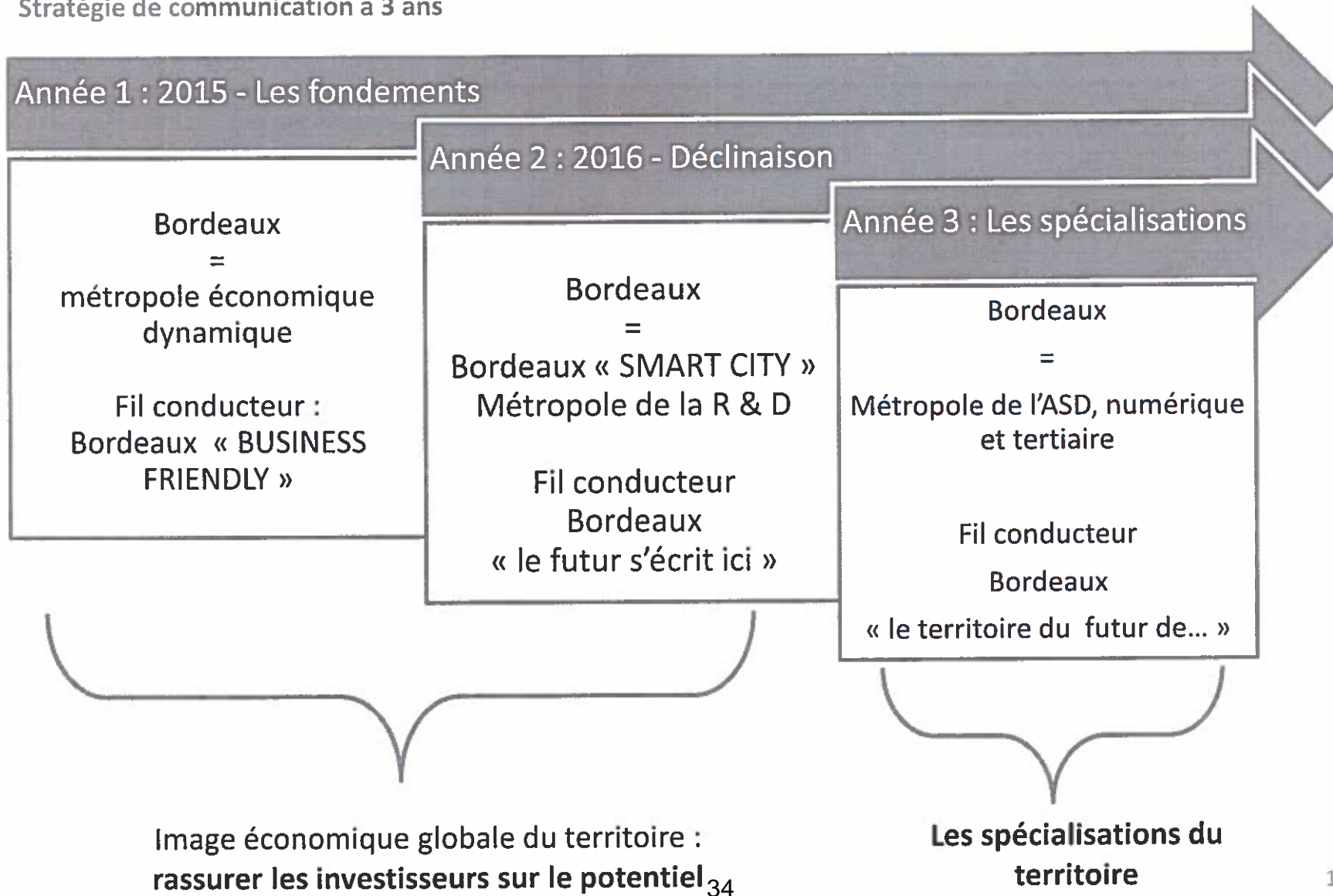
Partis pris (moyens/ principes) :

- Capitaliser sur la notoriété et la dynamique actuelle de Bordeaux
- Convaincre de la réalité économique du territoire et de ses savoir-faire
- Communiquer par la preuve en s'appuyant sur les entreprises innovantes du territoire
- Fédérer les acteurs économiques
- Bâtir un marketing territorial partagé
- Présenter des éléments graphiques identifiables aux plans national et international
- Avoir une communication globale et ne pas s'enfermer sur une spécialisation
- Utiliser l'image « préconstruite » de qualité de vie du territoire

Méthode :

- Développer une stratégie sur 3 ans en coordination avec les partenaires concernés
- Développer le « label » Smart Inside
- Amplifier la visibilité économique de Bordeaux-Gironde dans les médias nationaux et internationaux (papiers et numériques)
- S'associer avec un(des) partenaire(s) crédible(s) et reconnu(s) en résonance avec nos objectifs.
- Organiser les actions de communication autour d'un « mix » d'outils : relations presse, événementiel, supports papier et numérique, réseaux sociaux, publicité,...

Stratégie de communication à 3 ans



4 b - Projet BGI 2015 - Marketing territorial
Promotion de l'image économique de BORDEAUX-GIRONDE (4)

	2015	2016	2017
Objectif	Créer le réflexe Bordeaux-Gironde = dynamisme économique	Préciser Bordeaux-Gironde = Futur	Thématiser Bordeaux-Gironde : ses filières
Cibles	Principales : fonctions dirigeantes, investisseurs, prescripteurs éco, CSP ++ Cœur de cible : immobilier, banque, assurance, finances = tertiaire supérieur Intermédiaires : cadres, salariés	Principales : cadres sup.++, dirigeants, investisseurs, prescripteurs Cœur de cible : entreprises et startup innovantes, scientifiques, R&D Intermédiaires : cadres, salariés, étudiants	Principales : cadres sup.++, dirigeants, investisseurs, prescripteurs filières Cœur de cible : dirigeants entreprises des filières visées Intermédiaires : cadres, salariés, étudiants
Fil rouge	Territoire et métropole « BUSINESS FRIENDLY »	Territoire innovant où s'invente votre futur	Ici s'invente le futur des filières et technologies (ASD, Numérique, Photonique, santé)
Association avec marque	<u>Groupe les Echos</u> 5 ^{ème} quotidien national, 1 ^{er} dans la catégorie économique, lectorat quotidien > 500 000)	<u>Groupe Les Echos</u> (Conférence économique) Evènement international avec l'agence australienne de l'innovation <u>2THINKNOW</u>	<u>Usine nouvelle</u> Magazine de référence du monde industriel - 245 000 lecteurs. 1,6 million de visiteurs uniques mensuels sur le WEB
Support	Agence de relations Presse sur Paris	Agence de relations Presse sur Paris	Agence de relations Presse sur Paris

- **EVÉNEMENTIELS**

Avec le **Groupe Les Echos** :

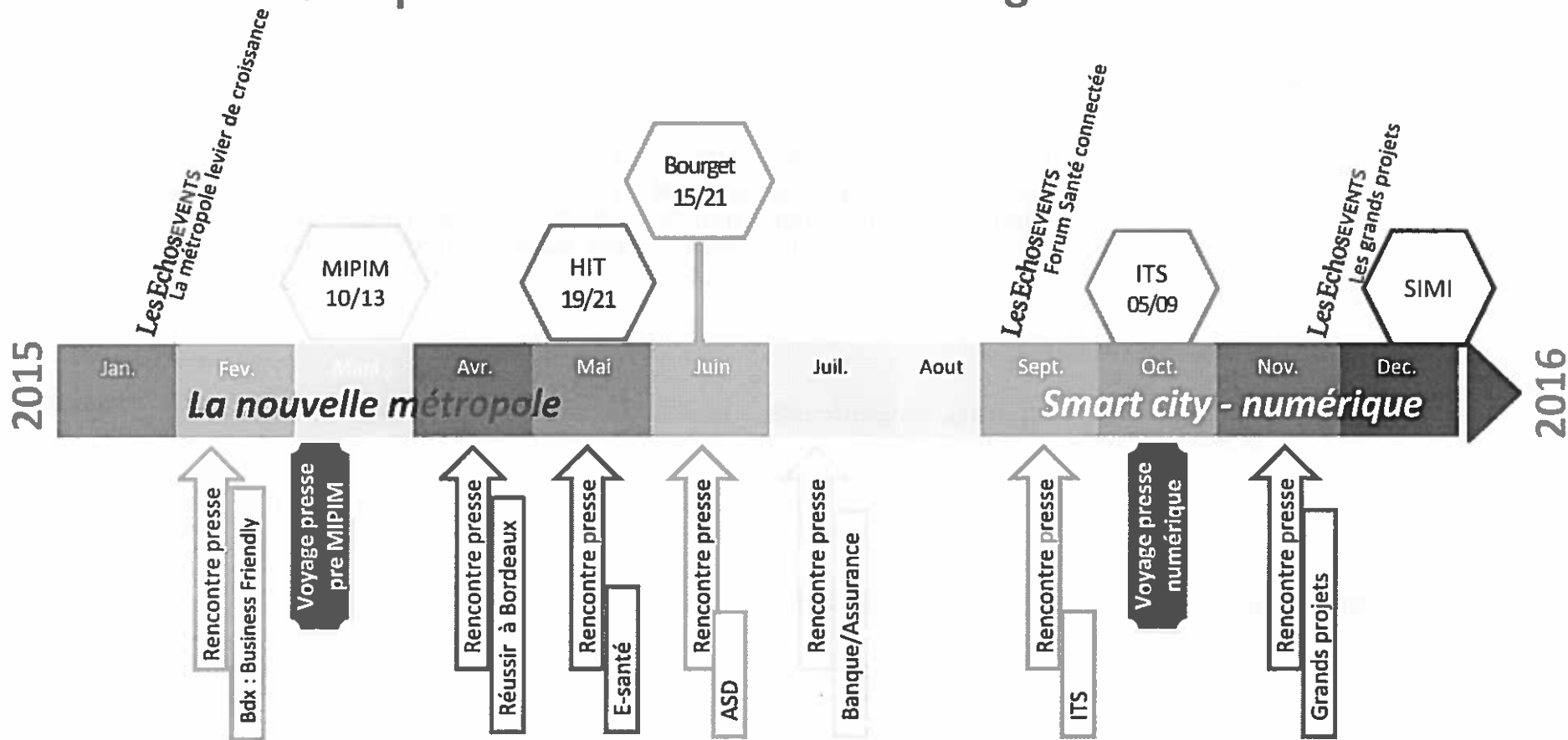
- 2 petits déjeuners Les Echos : fin janvier « **La métropole, un levier de croissance pour les entreprises** » et 4^{ème} trimestre 2015 « **Les grands projets du territoire** ».
- Partenariat avec la Conférence annuelle « **La Santé connectée** », organisée par les Echos, en coordination avec les acteurs locaux concernés.
- En complément, réalisation de vidéos de 3 minutes diffusées dans l'espace partenaire Les Echos.fr, 2 x ¼ page de publicité dans Les Echos Business et 2 x 1 page de publi-rédactionnel dans Enjeux Les Echos.

- **RELATIONS PRESSE**

Avec l'appui d'une **agence presse sur Paris** :

- Poser les fondamentaux du discours « média » par l'élaboration de dossiers de presse (généralistes ou spécialisés), des angles d'attaques, des arguments par thèmes majeurs..
- Créer les relations acteurs locaux/journalistes, bloggeurs aux niveaux national et international par :
 - l'organisation de **voyages de presse** : un pré MIPIM fin février/début mars et un « digital/ITS » en octobre.
 - l'organisation régulière, à Paris, de **rencontres presse** (petit déjeuner, interview, face à face, conférence...) sur les thèmes majeurs de l'année : 1 toutes les 5/6 semaines en fonction de l'actualité et des événements en cours.
 - la diffusion systématique de **communiqués de presse** sur l'actualité économique du territoire et des entreprises (2 à 3 par mois selon l'actualité a minima).
- Actions de média training pour les personnes devant intervenir dans le cadre d'opération presse.

Une présence média tout au long de l'année



4b - Projet BGI 2015 - Marketing territorial Promotion de l'image économique de BORDEAUX-GIRONDE (6)

- **E-NOTORIÉTÉ**
 - Par les réseaux sociaux (TWITTER, FACEBOOK, LINKEDIN, SITE INTERNET)
En parfaite complémentarité avec l'événementiel et les relations presse, les réseaux sociaux permettent la diffusion de contenus ciblés amplifiée par la reprise de l'information par les « lecteurs », revenir sur une actualité, augmenter le trafic sur le site internet, développer les liens avec les prescripteurs et relais d'opinion, créer et fidéliser une « communauté ».
- **SUPPORTS PROMOTIONNELS**
 - Réalisation de documents promotionnels (brochures, clips vidéo, présentations) en soutien aux actions de prospection
 - Participation au salon mondial ITS – Bordeaux, octobre 2015 : coordination des messages et des outils marketing développés sur le stand territorial commun, pris en charge financièrement par toute ou partie des membres financeurs.
- **MARKETING TERRITORIAL DES PAYS GIRONDINS**
 - Participer à la mise en place d'une stratégie de marketing territorial pour le territoire girondin et accompagner la mise en place des zones d'équilibre départemental en améliorant la lisibilité économique de l'ensemble du territoire. Renforcement des synergies (repérage des complémentarités) entre la stratégie de l'agglomération et les stratégies des pays

Projet BGI 2015 – Marketing territorial - Détail budgétaire (7)

Communication globale : Bordeaux - Gironde « Business Friendly »	280 000 €
Événementiels	90 000 €
<ul style="list-style-type: none"> • En lien avec le Groupe Les Echos : (5^{ème} quotidien national, 1^{er} dans la catégorie économique, lectorat quotidien supérieur à 500.000) <ul style="list-style-type: none"> ▪ Partenariat sur 2 conférences Les Echos : secteurs ASD et TERTIAIRE SUPERIEUR , en coordination avec les acteurs locaux (50 000€) ▪ Organisation d'une conférence « Les Echos - Bordeaux Métropole » sur le thème de la place de Bordeaux parmi les nouvelles métropoles, éléments du développement économique national (40 000€) 	
Relations presse économique France et Europe	90 000 €
<ul style="list-style-type: none"> • Agence parisienne de relations presse (70 000€). Objectif : augmenter la présence de Bordeaux dans les articles de la presse économique (70 000€) □ Mission permanente 5 à 7 jours /mois : conseil stratégique , constitution et gestion des fichiers journalistes / bloggers, gestion et suivi des contacts, suivi des calendriers rédactionnels et conseil stratégique □ Livrables <ul style="list-style-type: none"> ▪ Réalisation d'un dossier de presse générique « Business Friendly » (français, anglais, allemand) et de 2 dossiers de presse thématique par an et diffusion ▪ Rédaction et diffusion a minima de 12 à 15 communiqués de presse dans l'année ▪ 3 organisations de rencontres avec la presse économique sur Paris dans le cadre de déjeuner ou petit déjeuner ▪ Organisation de 2 voyages de presse: pré-MIPIM et octobre dans le cadre du congrès mondial ITS ▪ Organisation de 10 interviews dans l'année (industriels, élus, scientifiques...) • Frais de restauration, location de salle, logistique, transports des journalistes, traduction..(20 000€) (20 000€) 	
PLAN MEDIA : insertion dans la presse économique en soutien aux actions menées (numérique et/ou papier)	100 000 €
<ul style="list-style-type: none"> • 3 parutions dans les Echos (format 272x190) + 2 parutions Enjeux/Les Echos (55 000€) • Création de l'annonce presse et adaptation aux supports (45 000€) 	

Objectifs

- Favoriser la création de liens de qualité et durables entre une communauté d'étudiants répartie sur les 5 continents et la métropole de Bordeaux .
- Contribuer au rayonnement international et à l'attractivité du territoire de Bordeaux-Gironde.
- Renforcer les relations entre l'Université, les écoles d'ingénieurs, les écoles de commerce, et les entreprises du territoire.

1^{ère} promotion Bordeaux Alumni

Cette première promotion, rassemblant 45 étudiants de 25 nationalités différentes, leur parrain ainsi que les représentants des structures d'enseignement supérieur partenaires, se sont réunis pour la soirée de lancement le 13 novembre dernier. Le programme de cette promotion se prolonge jusqu' en mai 2015.

Promotion Bordeaux Alumni 2015 - 2016

La mise en route de cette 2^{ème} promotion s'engagera en début d'année en parallèle de l'action d'animation de la promotion précédente et suivra son programme d'octobre 2015 à mai 2015.

Un effectif de 100 Alumni et de 100 parrains, bien qu'ambitieux, constitue notre objectif, compte tenu des premiers enseignements tirés de la 1^{ère} promotion. Un renforcement de la plateforme développée en interne par B.G.I. nécessite un investissement de 6 000 euros pour répondre aux suggestions et propositions des utilisateurs.



Animation à long terme de la communauté Bordeaux Alumni

A la fin de la promotion, la majorité des Alumni retourneront dans leur pays d'origine ou ailleurs à l'étranger pour terminer leur cursus.

La communauté d'Alumni répartie sur les 5 continents devra restée connectée à Bordeaux et à son territoire si l'on veut que ce réseau soit vivant et pérenne (Les liens avec les Alumni seront maintenus par :

- la plateforme membres.bordeaux-alumni.com : la messagerie de l'extranet et le répertoire « d'amis » que chacun se sera constitué durant les 6 mois de la Promotion ;
- la présence sur les réseaux sociaux que les alumni auront adoptés durant la promotion, les outils étant déjà créés : Compte Twitter : [@BordeauxAlumni](https://twitter.com/BordeauxAlumni), Page Facebook : [Bordeaux-Alumni](https://www.facebook.com/Bordeaux-Alumni), Page Google+ : [Bordeaux Alumni](https://plus.google.com/+BordeauxAlumni).
- une newsletter bimensuelle (le rythme restera à définir) en français (pour maintenir le niveau de langue) adressée à tous les alumni sur leur boîte mail, reprenant une sélection des actualités diffusées sur le site www.bordeaux-alumni.com

Des éléments plus détaillés sur ce programme sont intégrés, en annexe n°1.

Projet BGI 2015 - 5c - Plan d'action « Détection - Prospection »

Identification des cibles de prospection

Concentrer les actions de détection et de prospection des projets sur les domaines (filères ou technologies) identifiés en 2013 et 2014 et qui demeurent en correspondance avec les atouts et les potentiels du territoire Bordeaux-Gironde.

• FILIERES STRATEGIQUES

- ✓ AERONAUTIQUE/ SPATIAL/DEFENSE
- ✓ TERTIAIRE SUPERIEUR
- ✓ ECONOMIE NUMERIQUE
- ✓ SANTE

• AUTRES FILIERES

- ✓ CHIMIE VERTE
- ✓ CONSTRUCTION DURABLE
- ✓ PHOTONIQUE - OPTIQUE – LASER
- ✓ EMR
- ✓ FILIERE VITIVINICOLE

Une méthodologie d'approche qui repose sur une identification des cibles en s'appuyant notamment sur les connaissances et réseaux de nos partenaires et sur une approche des cibles, une prise de contact et une définition des activités de suivi faisant l'objet d'un reporting régulier.

Comme pour 2014, des fiches sectorielles ont été élaborées, en collaboration avec nos partenaires, et sont intégrées en annexe n°4 (document séparé)

Cette activité de Détection / Prospection **produit des résultats multiples** : dossiers d'implantation, de développement ou de relocalisation, contrats de sous-traitance ou de maintenance, informations stratégiques, contrats de Recherche & Développement, développement d'activités logistiques, apports d'affaires pour les sociétés de services... Il s'agira d'exploiter au mieux en relation avec nos financeurs ces informations de façon à déterminer les actions à engager : prise de contact, lobbying, intervention des grands élus, ...

Projet BGI 2015 - 5d - Plan d'action « Traitement, accueil et suivi »

Une fonction « ressources »

Implication dans le traitement des dossiers identifiés par l'équipe prospection , afin de répondre :

- **Aux besoins fonciers et immobiliers** : identification de sites d'implantations en relation avec la profession immobilière et les collectivités territoriales sur cette question.
- **Aux attentes des investisseurs en matière de ressources humaines** (compétences disponibles, rémunérations, outils de formation...) **et de mobilité géographique** (participation à l'accompagnement de la mobilité collective, information sur les dispositifs d'accueil existants).
- **Aux besoins en matière de financement des projets** par la mise à disposition d'une fonction ressources sur les questions liées aux dispositifs d'accompagnement financiers : subventions, fiscalité et exonérations fiscales, financement de la formation, ...

.... au bénéfice de l'ensemble des projets traités par BGI

Une fonction « traitement »

Prendre en charge les différents projets susceptibles de s'implanter sur le territoire Bordeaux-Girond :

- Projets relevant des filières prioritaires ou émergentes identifiées
- Traitement des sollicitations spontanées ou portées à la connaissance de BGI par les réseaux et les partenaires

..... qui participe par sa connaissance fine du territoire et de ses acteurs, à l'analyse permanente des forces, faiblesses, menaces et opportunités affectant le territoire et fait donc intégralement partie du développement souhaité de la fonction « alerte ».

Bordeaux Gironde Investissement a développé Au fil des années, un progiciel informatique permettant de connecter l'ensemble de nos ressources « Information » : gestion des projets, gestion des contacts, suivi des implantations, Reporting, Comité technique et connections avec l'ensemble de nos supports de communication. Il convient cette année de procéder à une mise à jour.

Projet BGI 2015 - 5a - BUDGET PREVISIONNEL - RESSOURCES 2015

Bordeaux Gironde Investissement - RESSOURCES 2015			
FINANCEURS	BUDGET TOTAL	Dont cotisations	Promotion de l'image économique de BORDEAUX - GIRONDE
REGION	282 675	(76 225)	
DEPARTEMENT	188 565	(76 225)	
CCIB	360 000	(76 225)	(80 000)
CUB	622 000	(76 225)	(200 000)
MAIRIE DE BORDEAUX	290 000	(76 225)	
F E D E R	530 000	-	
ADHESIONS	90 000	(90 000)	
TOTAUX	2 363 240	(471 250)	(280 000)

Projet BGI 2015 - 5b - BUDGET PREVISIONNEL - DEPENSES 2015

1 - TFSE (Travaux, fournitures, services extérieurs)	120 864	260 000
1-1 : prestations de services (créations, infographiste, prestation AFIL,)	62 600	
1-2 : Sous-traitance plan global de communication + Agence Presse		115 000
1-3 : Manifestations / Evènementiels lié à la communication globale		90 000
1-4 : Manifestations / Evènementiels	41 600	
1-5 : Impression, réalisation documents promotionnels	13 600	
1-6 : Insertion Presse		55 000
1-7 : Site Internet	3 064	
2 - FRAIS GENERAUX DE FONCTIONNEMENT	170 586	
2-1 : Loyer et charges	100 640	
2-2 : Honoraires (comptabilité, banque, informatique)	30 228	
3 - FRAIS DE SALAIRES	1 463 610	
3-1 : Salaires bruts	920 505	
3-2 : Charges sociales patronales	519 655	
3-3 : Autres charges salariales : formations, stagiaires ,...	23 450	
4 - FRAIS DE MISSIONS ET DE RECEPTION	216 025	20 000
4-1 : Bordeaux Alumni	40 000	
4-2 : Accueil d'opérations de mobilité géographique et collective	45 000	
4-3 : Animation des réseaux	5 000	
4-4 : Missions	93 325	
4-5 : Vie Associative	8 000	
4-6 : Déplacements locaux	24 700	
4-7 : Frais de missions et de réceptions locaux liés aux opérations Presse		20 000
5 - TRADUCTIONS, INTERPRETIARIAT	5 200	
6 - POSTE ET TELECOMMUNICATIONS	19 925	
7 - COTISATIONS DIVERSES	1 330	
8 - DOCUMENTATION, BASES DE DONNEES	18 700	
9 - INVESTISSEMENTS	67 000	
TOTAL de 2 363 240 €	2 083 240	280 000

ANNEXES

1. Programme « Jeunes ambassadeurs »
2. Action auprès des prescripteurs en France et à l'étranger
3. Organigramme Bordeaux Gironde Investissement
4. Fiches sectorielles (document séparé)

Projet BGI 2015 – Annexe 1 - Programme « BORDEAUX ALUMNI »

Objectifs

- Favoriser la création de liens de qualité et durables entre une communauté d'étudiants répartie sur les 5 continents et la métropole de Bordeaux
- Contribuer au rayonnement international et à l'attractivité du territoire de Bordeaux-Gironde
- Renforcer les relations entre l'Université, les écoles d'ingénieurs, les écoles de commerce, et les entreprises du territoire.

L'alumni

Les étudiants internationaux inscrits dans les Grandes Ecoles (écoles d'ingénieurs, écoles de commerce), Sciences Po Bordeaux ou l'Université de Bordeaux) peuvent, dans certaines conditions (étudiants en Master 1,2, doctorants ou post doc, avec une réelle motivation démontrée) être parrainés sur une période de 6 mois (novembre à avril). Cette relation privilégiée, basée sur le principe de réciprocité, permet à l'étudiant étranger une meilleure intégration dans la vie économique et socio-culturelle de Bordeaux-Gironde. De retour dans son pays d'origine, il devient porteur de l'image du territoire qui l'a accueilli durant ses études supérieures, et pourra favoriser les contacts et partenariats internationaux.

Le réseau des Alumni de Bordeaux constituera une communauté internationale d'étudiants, qui grandira au fil des promotions.

Le parrain

Le parrain, chef d'entreprise ou cadre dirigeant au sein d'une entreprise, d'une collectivité ou d'une institution établie sur le territoire de Bordeaux et la Gironde s'engage, sur toute la durée du programme (6 mois), à accompagner le jeune étudiant. Sa mission est de faire découvrir le monde de l'entreprise et de lui faire rencontrer les principaux acteurs de son environnement économique.

Par ce biais, le parrain participe à l'image internationale de son entreprise mais aussi au rayonnement de Bordeaux et de la Gironde à l'étranger, il intègre un réseau d'hommes et de femmes ouverts sur le monde, en lien avec les grands acteurs académiques, le monde consulaire et les pouvoirs publics. C'est aussi une façon d'affirmer sa dimension citoyenne et son ancrage territorial.

Concrètement, une rencontre à raison d'une fois par mois permet à l'étudiant d'avoir un échange riche avec un chef d'entreprise ou cadre dirigeant, mais également une approche du monde de l'entreprise, un partage de la culture du travail et des affaires en France.

Le programme

Un programme de rencontres organisé par Bordeaux-Gironde Investissement et mobilisant ses partenaires (acteurs économiques, politiques, institutionnels, diplomatiques, scientifiques, culturels...) anime le réseau durant les 6 mois de la promotion.

Ce programme s'attache à faire connaître la dynamique bordelaise et vient en complément des rencontres initiées par le parrain :

- Présentation de l'économie du territoire par Bordeaux-Gironde Investissement
- Visites d'entreprises emblématiques
- Soirées événementielles



Projet BGI 2015 - Annexe 2 - Action « Prescripteurs »

Prescripteurs en France

- Aller à la rencontre des Ambassades des principaux pays CIBLES de notre prospection
- Réunion annuelle avec les consuls bordelais représentant ces pays à Bordeaux, complétée par des rencontres bilatérales., avec notamment une présence accrue au sein du Club d'affaires Franco – allemand
- Objectifs poursuivis :
 - Sensibilisation aux atouts de Bordeaux -Gironde,
 - Obtention d'informations sur les projets d'investissement,
 - Organisation éventuelle de programmes économiques pour les Ambassadeurs en coopération avec les partenaires locaux,
 - Contribution au maintien des consulats dont la présence pourrait être remise en cause (fonction alerte).

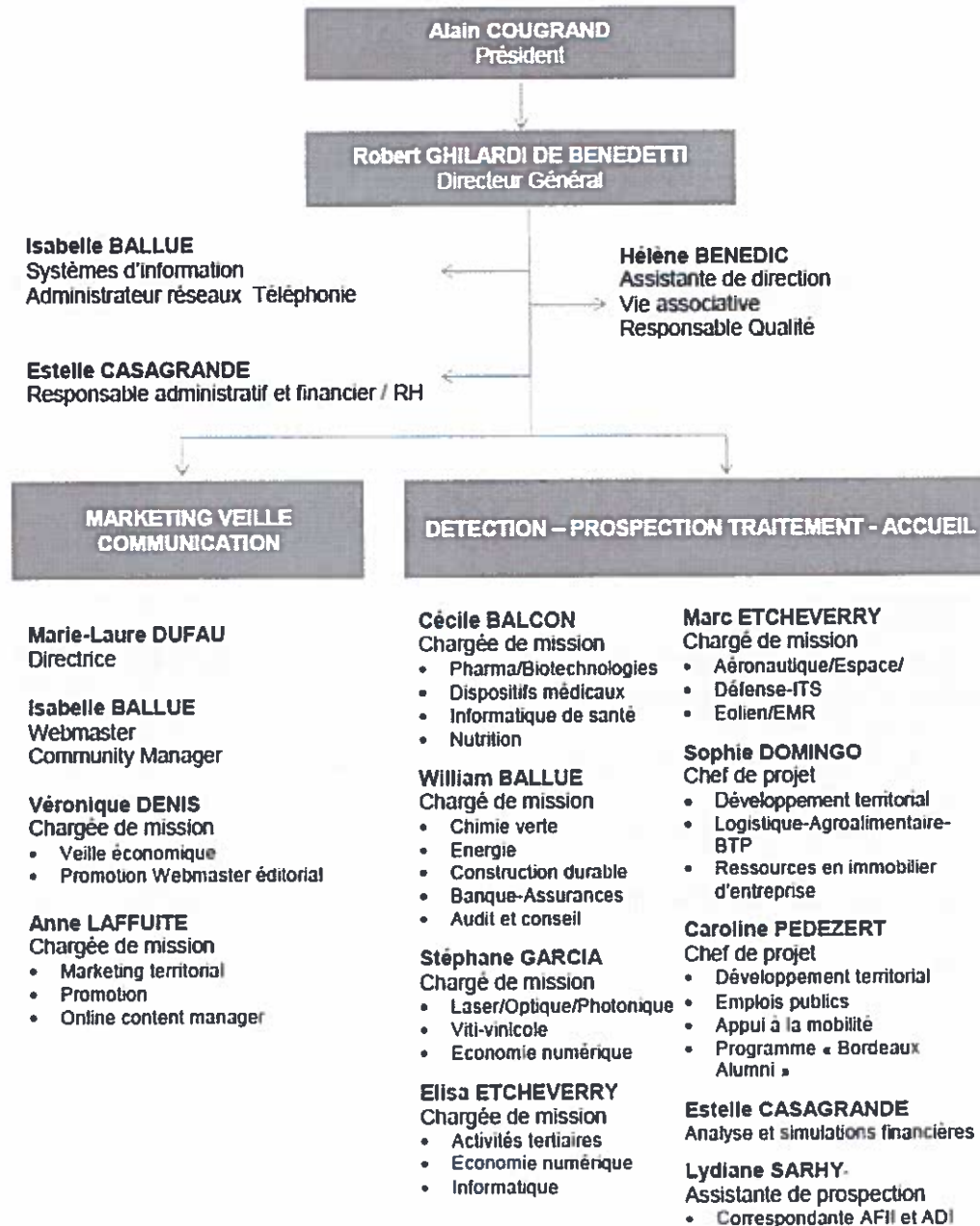
Prescripteurs à l'étranger : passer d'une action de contact à une stratégie du lien

- Dans les villes disposant d'un Bureau AFII : Diffuser un discours Bordeaux Gironde auprès des principaux bureaux correspondant à nos cibles de prospection, rencontrer systématiquement :
 - Responsable AFII
 - Ambassade (Missions économiques) et/ou Consulat
 - CCI bi nationales
 - associations professionnelles
- Une mission Amérique de Nord : New-York, Toronto – Montréal, San Francisco, Chicago,
- 2/3 missions Europe :
 - Madrid (Espagne Portugal) - Milan (Italie)
 - Londres (UK = Irlande) - Bruxelles
 - Düsseldorf (Allemagne - Suisse - Autriche) - Stockholm (Pays scandinaves)

Annexe 3 Organigramme

(30 novembre 2014)

Une équipe pluridisciplinaire de 15 personnes



D-2015/378

Convention annuelle 2015 entre la Ville de Bordeaux et l'Association Cap Sciences - Opération « Les résidences de l'innovation ». Autorisation. Signature.

Madame Virginie CALMELS, Adjoint au Maire, présente le rapport suivant :

Mesdames, Messieurs,

La Ville de Bordeaux et Cap Sciences développent un partenariat qui vise à inscrire Bordeaux comme territoire d'excellence en matière de médiation de la culture et du savoir, de diffusion de l'esprit d'innovation et de création d'entreprises.

Cap Sciences anime un écosystème local de compétences complémentaires technologiques et créatives au service de la transmission des connaissances et propose désormais ses services dans le champ de l'accompagnement des projets innovants en amont de l'accueil de ces jeunes entreprises dans le réseau de pépinières de la Ville de Bordeaux.

Dans cet esprit, en 2014, la Ville de Bordeaux et Cap Sciences ont lancé les premières « Résidences de l'innovation ». Il s'agissait d'une opération pilote visant à construire une offre de services aux porteurs de projets économiques nécessitant dans une phase préliminaire au développement, un accompagnement au prototypage de produit ou de service, un retour client/utilisateur, et une ingénierie marketing multimédia.

Le bilan qui a été établi de cette phase pilote avec les start up Gazelle tech (Véhicule automobile basse consommation), ZEM (communication marketing) et Alogia (Adaptation des logements au maintien en autonomie des personnes âgées) s'est avéré positif dans l'usage du Fab Lab, du Living Lab et du studio multimédia de Cap Sciences.

Il vous est proposé de poursuivre l'expérience avec trois projets entrepreneuriaux à choisir sur la base d'un appel à candidatures sur l'ensemble de la Métropole. Cette opération sera ramenée à un mois de résidence intensive avec un protocole amélioré par une définition précise des besoins dès le démarrage et une immersion en réseau accélérée.

Ce programme fait l'objet d'une convention ci-annexée à laquelle est attachée une subvention de 20 000 € (Vingt Mille Euros) pour un calendrier de réalisation s'établissant comme suit :

- octobre 2015 : lancement de l'appel à candidature
- décembre 2015 : sélection des projets
- 15 janvier au 15 février 2016 : Mise en résidence des projets
- Mars 2016 : restitution à l'occasion de la Nuit du Web dans le cadre de la Semaine Digitale.

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

- signer la convention annuelle 2015
- verser la subvention de 20 000 € inscrite au BP 2015 dont le montant sera imputé sur le budget de la Ville (Fonction 9 – Sous fonction 90 – Nature 6574).

ADOpte A L'UNANIMITE

NON PARTICIPATION AU VOTE DE M. ROBERT

CONVENTION DE PARTENARIAT 2015

VILLE DE BORDEAUX

>>> <<<

Association CAP SCIENCES **Programme « Les résidences de l'innovation »**

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 fonde sa politique de développement économique sur une mise en réseau de ses structures d'accompagnement à la création d'entreprises et de ses partenaires afin de proposer un spectre large de prestations, de l'émergence de projet, à l'incubation, puis à l'hébergement en pépinière et en hôtel d'entreprises. Cette action prend diverses formes en mobilisant l'ensemble des acteurs du territoire de façon à optimiser les ressources, croiser les compétences, favoriser les collaborations l'innovation et la créativité.

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 approuvés, modifiés le 13 février 2014 et dont la déclaration de création a été reçue en Préfecture de la Gironde le 9 décembre 1994 et de la déclaration de modification le 17 mars 2014, 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 que l'association CAP SCIENCES,

- acteur reconnu de la diffusion scientifique,
- 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 intégrant l'économie numérique,

a organisé, en partenariat avec la Ville de Bordeaux, entre octobre 2014 et juin 2015 la première édition des « résidences de l'innovation » qui a permis d'accueillir trois entreprises en phase d'amorçage de projet pour la définition de services et le prototypage de nouveaux produits. Cette première édition de préfiguration a donné lieu à une évaluation des services rendus par les équipes et les outils mis à disposition : Fab Lab, Living Lab et studio multimédia. Ce bilan a montré le bien fondé de cette opération avec des aménagements nécessaires et une préparation en amont avec les entreprises afin d'optimiser les process.

Il a été convenu :

Article 1 – Activités et projets de l'association

Organisation des "résidences de l'innovation" 2015-2016

Cap Sciences s'engage à organiser les résidences de l'innovation qui visent à sélectionner, préparer, accompagner, et fixer sur le territoire des projets d'entreprises innovants en leur ouvrant les équipements présents dans son établissement (Living lab , Fab Lab, Studio) et en leur apportant un soutien adapté par ses équipes en matière de créativité, de communication marketing transmédia et de prototypage.

Les résidences de l'innovation 2015-2016 devront se focaliser non pas seulement sur le produit, mais proposer au travers de la communauté de Cap Sciences une ouverture en réseau, confronter les projets aux expertises de la communauté (test and learn), se positionner sur le champ de la proposition de valeur.

Les résidences devront développer les capacités des entrepreneurs à emprunter un processus itératif avec le public et l'écosystème. Les outils seront utilisés avant tout pour tester différentes hypothèses avant que de servir d'outil de production.

A l'issue de la résidence un bilan sera rendu public sur la plus value apportée au projet initial dans sa proposition de valeur, son modèle économique, sa stratégie, son process, son produit, ou encore la définition du service.

Cette action se déclinera de la façon suivante :

- Lancement d'un appel à candidature en octobre 2015 auprès des porteurs de projets de la métropole bordelaise
- Sélection de trois pépins en décembre 2015 en collaboration avec la Ville de Bordeaux, des experts et les équipes de l'accompagnement à la création d'entreprise partenaires de la Ville.
- Mise en résidence des trois pépins durant un mois de la mi janvier à la mi février 2016 dans les locaux de Cap Sciences.
- Bilan et restitution de la mise en résidence à l'occasion de la Nuit du Web, au mois de mars en clôture de la semaine digitale 2016.

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 2015/2016.

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 2015

Au regard du budget prévisionnel, la réalisation de l'action s'élève à 25 000 € et la subvention municipale à 20 000 €.

Article 4 – Versement de la subvention

Pour 2015 la subvention de la Ville de Bordeaux, à la réalisation des activités retenues s'élève à 20 000 €.

La Ville de Bordeaux s'acquittera de sa contribution financière après signature de la présente convention.

Le versement sera effectué au compte de l'association dont les références bancaires sont stipulées ci-dessous :

RELEVÉ D'IDENTITÉ BANCAIRE			
Domiciliation : Crédit Coopératif Mériadeck			
Titulaire du compte : CAP SCIENCES			
Adresse : Hangar 20 – Quai de Bacalan 33000 BORDEAUX			
Code banque	Code guichet	Numéro de compte	Clé RIB
42559	00041	21024782706	15

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 trois exemplaires, le

Pour la Ville de Bordeaux,

Alain JUPPE
Maire de Bordeaux

Pour l'association
CAP SCIENCES

Daniel CHARBONNEL
Président