

COMMUNAUTE URBAINE DE BORDEAUX

EXTRAIT DU REGISTRE DES DELIBERATIONS DU CONSEIL DE COMMUNAUTE

Séance du 25 juin 2004
(convocation du 14 juin 2004)

Aujourd'hui Vendredi Vingt-Cinq Juin Deux Mil Quatre à 09 Heures 30 le Conseil de la Communauté Urbaine de BORDEAUX s'est réuni, dans la salle de ses séances sous la présidence de Monsieur Alain JUPPE, Président de la Communauté Urbaine de BORDEAUX.

ETAIENT PRESENTS :

M. JUPPE Alain, M. BOBET Patrick, M. BRANA Pierre, M. BRON Jean-Charles, M. CANIVENC René, Mme CARTRON Françoise, M. CAZABONNE Alain, M. CAZABONNE Didier, M. DAVID Alain, M. DUCHENE Michel, Mme EYSSAUTIER Odette, M. FAVROUL Jean-Pierre, M. FELTESSE Vincent, M. FREYGEFOND Ludovic, M. GELLE Thierry, M. GUICHARD Max, M. HOUDEBERT Henri, M. LABISTE Bernard, M. LAMAISON Serge, M. MARTIN Hugues, M. MERCIER Michel, M. PIERRE Maurice, M. PUJOL Patrick, M. SEUROT Bernard, M. SOUBIRAN Claude, M. TOUZEAU Jean, M. TURON Jean-Pierre, M. VALADE Jacques, M. ANZIANI Alain, M. BANAYAN Alexis, M. BANNEL Jean-Didier, M. BAUDRY Claude, M. BELIN Bernard, M. BELLOC Alain, M. BENOIT Jean-Jacques, M. CANOVAS Bruno, Mme CARLE DE LA FAILLE Marie Claude, M. CARTI Michel, Mme CASTANET Anne, M. CASTEX Régis, Mme CAZALET Anne-Marie, M. CAZENAVE Charles, M. CHAUSSET Gérard, M. CHAZEAU Jean, Mme COLLET-LEJUIF Sylvie, Mme CONTE Marie-Josée, M. CORDOBA Aimé, Mlle COUTANCEAU Emilie, M. COUTURIER Jean-Louis, Mme CURVALE Laure, M. DANE Michel, M. DAVID Jean-Louis, Mme DE FRANCOIS Béatrice, Mme DELAUNAY Michèle, M. DELAUX Stéphan, Mme DESSERTINE Laurence, M. DOUGADOS Daniel, Mme DUMONT Dominique, M. DUTIL Silvère, Mme FAORO Michèle, M. FAYET Guy, M. FERILLOT Michel, M. FLORIAN Nicolas, M. GOURGUES Jean-Pierre, M. GUICHOUX Jacques, M. GUILLEMOTEAU Patrick, M. HERITIE Michel, M. HOURCQ Robert, M. HURMIC Pierre, Mme ISTE Michèle, M. JOUVE Serge, M. JUNCA Bernard, Mme KEISER Anne-Marie, M. LABARDIN Michel, Mme LIMOUZIN Michèle, M. LOTHaire Pierre, M. MANGON Jacques, M. MANSENCAL Alain, M. MAURIN Vincent, M. MERCHERZ Jean, M. MILLET Thierry, M. MONCASSIN Alain, Mme MOULIN-BOUDARD Martine, M. MOULINIER Maxime, M. NEUVILLE Michel, Mme NOEL Marie-Claude, Mme PARCELIER Muriel, M. PONS Henri, Mme PUJO Colette, M. QUANCARD Joël, M. QUERON Robert, M. REBIERE André, M. RESPAUD Jacques, M. SARRAT Didier, M. SIMON Patrick, M. TAVART Jean-Michel, Mme TOUTON Elisabeth, Mme VIGNE Elisabeth.

EXCUSES AYANT DONNE PROCURATION :

M. BOCCHIO Claude à M. MARTIN Hugues
M. BREILLAT Jacques à M. REBIERE André
M. BROQUA Michel à M. GUICHARD Max
Mme. BRUNET Françoise à Mme. PUJO Colette
M. CASTEL Lucien à M. CASTEX Régis
M. CAZENAVE Charles à M. BANNEL Jean-Didier (jusqu'à 11 H)
Mme. DARCHE Michelle à M. LOTHaire Pierre
M. DAVID Jean-Louis à M. DELAUX Stephan (à partir de 10 H 45)
Mme. DUBOURG-LAVROFF Sonia à M. VALADE Jacques
M. DUCASSOU Dominique à M. DUCHENE Miche
Mme. FAYET Véronique à Mme. DESSERTINE Laurence
M. FEUGAS Jean-Claude à M. CHAZEAU Jean
M. FREYGEFOND Ludovic à Mme. COLLET-LEJUIF Sylvie (jusqu'à 10 H 55)
M. GRANET Michel à Mme. LIMOUZIN Michèle
M. JAULT Daniel à Mme. DELAUNAY Michèle
Mme. JORDA-DEDIEU Carole à M. JUNCA Bernard

Mme. LACUEY Conchita à M. COUTURIER Jean-Louis
M. MAMERE Noël à M. DANE Michel
M. MANSENCAL Alain à M. BOBET Patrick (à partir de 10 H 45)
M. MONCASSIN Alain à Mme. FAORO Michèle (à partir de 11 H 00)
Mme. PALVADEAU Chrystèle à M. PONS Henri
M. POIGNONEC Michel à M. PUJOL Patrick
M. REDON Michel à M. RESPAUD Jacques
M. ROUSSET Alain à M. JOUVE Serge
M. SAINTE-MARIE Michel à M. BAUDRY Claude
M. SEGUREL Jean-Pierre à M. FELTESSE Vincent
M. SIMON Patrick à M. QUANCARD Joël (à partir de 11 H 00)
Mme. VIGNE Elisabeth à Mme. TOUTON Elizabeth (jusqu'à 11 H 05)
Mme. WALRYCK Anne à M. MERCHERZ Jean

LA SEANCE EST OUVERTE

**Réalisation d'une Campagne de Communication Economique - Décision -
Autorisation -**

Monsieur GUICHOUX présente le rapport suivant,

Mesdames, Messieurs

Le conseil de Communauté a adopté, en janvier 2003, un document cadre en matière de développement économique: « *propositions pour une nouvelle politique économique de la Communauté urbaine de Bordeaux 2003-2006* ». Quatre grands axes ont été dégagés dans ce document :

- Favoriser l'existence d'un réseau d'infrastructures performant
- Rechercher une différenciation par la qualité de l'accueil
- Développer une politique partenariale au service d'une stratégie communautaire affirmée
- **La Communication au service du développement économique, prévoyant notamment une campagne d'image extérieure.**

Cette communication économique, mise en œuvre par la direction de la Communication de la Cub, doit poursuivre trois objectifs :

- faire identifier la Communauté Urbaine comme un acteur économique majeur auprès des acteurs économiques
- contribuer à la définition de « l'image économique » du territoire
- promouvoir le territoire au plan économique.

Dans le cadre de cette priorité affichée et afin de répondre à la demande des élus mais également aux attentes des différents acteurs économiques locaux, la Communauté urbaine de Bordeaux a élaboré un plan d'actions destiné à renforcer l'image économique de son territoire fondé sur les résultats d'une étude d'image réalisée par Taylor Nelson Sofres en mars 2003. Cette étude a permis d'établir un état des lieux de l'image économique de notre territoire auprès de décideurs, investisseurs, média, cadres....locaux, nationaux et internationaux et de dégager les points forts et les points faibles de cette image. La campagne de communication économique conçue par l'agence YSA Ossard Latgé dans le cadre du marché qu'elle a avec la Cub, se décline, pour le choix des médias, en deux volets, l'un sur le territoire, l'autre au plan national.

- ➔ Le volet interne au territoire, destiné à une cible de décideurs et d'acteurs économiques, a deux objectifs :

- mobiliser les acteurs économiques locaux et les sensibiliser sur leur rôle « d'ambassadeurs du territoire »,
- avoir un effet « miroir » avec la campagne nationale.

Cette campagne locale utilisera l'affichage (qui est le support de communication des personnes qui sont dans la vie active et donc se déplacent beaucoup) et des insertions dans la presse locale : Sud Ouest, Aquitaine Presse Service, Objectif Aquitaine.

➔ Le volet externe est à l'attention d'une cible nationale de décideurs économiques, d'investisseurs, de prescripteurs. Elle est destinée à « faire parler » de l'agglomération bordelaise et à la positionner comme une terre de dynamisme économique.

Compte tenu des habitudes de consommation des décideurs économiques et du budget à notre disposition pour réaliser cette campagne nationale, le média le plus approprié est la radio. Deux stations ont été retenues dans le cadre du plan média : France Inter et Europe 1. Ce sont en effet les plus écoutées par notre cible. Cette campagne radio serait complétée par des insertions dans des supports très spécifiques : magazine Air France et TGV, très lus par les décideurs économiques. La campagne nationale se déroulerait juste après la campagne locale.

Les deux volets de cette campagne se dérouleront entre mi-juin et mi-juillet et/ou en septembre selon les disponibilités des espaces publicitaires.

Le coût global des deux campagnes est évalué à 650 000 euros TTC, prestations de notre agence conseil et frais techniques inclus, budget exceptionnel destiné à cette opération prévue pour cette année en réponse aux orientations fixées.

Aussi, il vous est proposé, Mesdames, Messieurs :

- de bien vouloir décider la réalisation de cette campagne de communication dans les conditions exposées ci-dessus pour un montant maximum de 650 000 euros TTC,
- de bien vouloir autoriser Monsieur le Président à signer les documents nécessaires à cet effet, notamment de passer commande, au nom de la Communauté urbaine, auprès des organismes de radiodiffusion sélectionnés dans le cadre du plan média.

En effet, le nouveau code des marchés publics stipule que « *les contrats qui ont pour objet l'achat, le développement, la production ou la coproduction de programmes par des organismes de radiodiffusion et aux contrats concernant les temps de diffusion* » sont exclus du champ d'application des marchés publics. La campagne de communication nationale se fera dans le cadre de contrats et non pas par le biais d'un appel d'offres.

Les crédits afférents à la réalisation de cette étude sont inscrits au budget principal 2004 – Communication économique – article 6231 - chapitre 011 – fonction 0900 – CRB P 100.

Les conclusions, mises aux voix, sont adoptées à la majorité.

Le groupe des élus Communistes et apparenté vote contre

Fait et délibéré au siège de la Communauté Urbaine le 25 juin 2004,

Pour expédition conforme,
par délégation,
le Vice -Présidente,

REÇU EN
PRÉFECTURE LE
20 JUILLET 2004

Mme. FRANÇOISE CARTRON

