

COMMUNAUTE URBAINE DE BORDEAUX

----- EXTRAIT DU REGISTRE DES DELIBERATIONS DU CONSEIL DE COMMUNAUTE -----

Séance du 25 novembre 2011
(convocation du 14 novembre 2011)

Aujourd'hui Vendredi Vingt-Cinq Novembre Deux Mil Onze 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 Vincent FELTESSE, Président de la Communauté Urbaine de BORDEAUX.

ETAIENT PRESENTS :

M. FELTESSE Vincent, M. JUPPE Alain, M. DAVID Alain, M. CAZABONNE Alain, M. BENOIT Jean-Jacques, M. BOBET Patrick, Mme BOST Christine, M. BRON Jean-Charles, Mme CARTRON Françoise, M. CHAUSSET Gérard, Mme CURVALE Laure, M. DUCHENE Michel, M. DUPRAT Christophe, M. FAVROUL Jean-Pierre, Mme FAYET Véronique, M. FLORIAN Nicolas, M. FREYGEFOND Ludovic, M. GAUTE Jean-Michel, M. GAÜZERE Jean-Marc, M. GELLE Thierry, M. GUICHARD Max, M. HERITIE Michel, Mme ISTE Michèle, M. LABARDIN Michel, M. LABISTE Bernard, M. LAMAISSON Serge, Mme LIRE Marie Françoise, M. OLIVIER Michel, M. PUJOL Patrick, M. ROSSIGNOL Clément, M. SAINTE-MARIE Michel, Mme DE FRANCOIS Béatrice, M. SOUBIRAN Claude, M. TOUZEAU Jean, M. TURON Jean-Pierre, Mme LACUEY Conchita, M. MAURRAS Franck, M. SOUBABERE Pierre, Mme TERRAZA Brigitte, M. AMBRY Stéphane, M. ANZIANI Alain, M. ASSERAY Bruno, Mme BALLOT Chantal, M. BAUDRY Claude, Mme BONNEFOY Christine, M. BONNIN Jean-Jacques, M. BOUSQUET Ludovic, Mme BREZILLON Anne, M. BRUGERE Nicolas, Mme CAZALET Anne-Marie, M. CAZENAVE Charles, M. CHARRIER Alain, Mme CHAVIGNER Michèle, Mme COLLET Brigitte, M. COUTURIER Jean-Louis, M. DANJON Frédéric, M. DAVID Jean-Louis, M. DAVID Yohan, Mme DELATTRE Nathalie, M. DELAUX Stéphan, Mlle DELTIMPLE Nathalie, Mme DESSERTINE Laurence, Mme DIEZ Martine, M. DOUGADOS Daniel, M. DUART Patrick, M. DUBOS Gérard, M. DUCASSOU Dominique, M. DUPOUY Alain, M. EGRON Jean-François, Mlle EL KHADIR Samira, Mme EWANS Marie-Christine, Mme FAORO Michèle, M. FEUGAS Jean-Claude, Mme FOURCADE Paulette, M. GALAN Jean-Claude, M. GARNIER Jean-Paul, M. GUICHEBAROU Jean-Claude, M. GUICHOUX Jacques, M. HURMIC Pierre, M. JOANDET Franck, M. JOUBERT Jacques, M. JUNCA Bernard, M. LAGOFUN Gérard, Mme LAURENT Wanda, M. MANGON Jacques, M. MAURIN Vincent, Mme MELLIER Claude, M. MERCIER Michel, M. MILLET Thierry, M. MOGA Alain, M. MOULINIER Maxime, Mme NOEL Marie-Claude, Mme PARCELIER Muriel, Mme PIAZZA Arielle, M. QUANCARD Denis, M. QUERON Robert, M. RAYNAL Franck, M. RESPAUD Jacques, M. ROBERT Fabien, M. ROUYEYRE Matthieu, Mme SAINT-ORICE Nicole, M. SIBE Maxime, M. SOLARI Joël, M. TRIJOLET Thierry, Mme WALRYCK Anne.

EXCUSES AYANT DONNE PROCURATION :

M. JUPPE Alain à M. DUCHENE Michel à partir de 12 h 15 et jusqu'à 13 h 00
M. DAVID Alain à Mme LACUEY Conchita à partir de 10 h 30
M. BRON Jean-Charles à M. CAZENAVE Charles à partir de 12 h 15
M. CAZABONNE Didier à M. CAZABONNE Alain
M. PIERRE Maurice à Mme CARTRON Françoise
Mme CAZALET Anne-Marie à Mme BREZILLON Anne jusqu'à 10 h 10
M. CAZENAVE Charles à M. BRON Jean-Charles jusqu'à 10 h 20
Mlle COUTANCEAU Emilie à M. DOUGADOS Daniel
M. DAVID Yohan à Mme SAINTE-ORICE Nicole à partir de 11 h 30
Mlle DELTIMPLE Nathalie à M. MOULINIER Maxime jusqu'à 10 h 45
Mlle EL KHADIR Samira à M. BENOIT Jean-Jacques jusqu'à 10 h 25
M. GUILLEMOTEAU Patrick à M. DUBOS Gérard
M. GUYOMARC'H Jean-Pierre à M. JOUBERT Jacques

Mme HAYE Isabelle à M. HURMIC Pierre
M. LOTHAIER Pierre à Mme LIRE Marie Françoise
M. MANGON Jacques à M. MILLET Thierry à partir de 12 h 40
M. PAILLART Vincent à M. AMBRY Stéphane
M. PENEL Gilles à M. GUICHARD Max
M. PEREZ Jean-Michel à Mme DIEZ Martine
Mme PIAZZA Arielle à M. DAVID Jean-Louis à partir de 11 h 15
M. POIGNONEC Michel à M. PUJOL Patrick
M. RAYNAUD Jacques à M. MERCIER Michel
M. REIFFERS Josy à Mme WALRYCK Anne
M. SENE Malick à M. EGRON Jean-François
M. SOLARI Joël M. SOUBIRAN Claude jusqu'à 11 h 10
Mme TOUTON Elisabeth à M. DUCASSOU Dominique

LA SEANCE EST OUVERTE

**Bordeaux Gironde Investissement - Mise en place d'actions de communication
et de promotion du territoire -
☐ Subvention de la Communauté Urbaine de Bordeaux - Convention - Décision -
Autorisation**

Monsieur FLORIAN présente le rapport suivant,

Mesdames, Messieurs

Contexte

Lors du CA de l'agence de développement économique Bordeaux Gironde Investissement du 6 mai dernier, les partenaires (Conseil Général de la Gironde, Conseil Régional d'Aquitaine, Mairie de Bordeaux, CUB) se sont prononcés favorablement pour une relance du plan d'actions de communication et de promotion du territoire, dossier qui était resté quelques temps en phase de réflexion.

Cette réflexion a abouti à :

- un consensus général sur la présence de la dénomination « Bordeaux » dans la marque territoriale,
- au souhait renforcé d'une démarche partenariale avec le leadership de la Cub qui s'est concrétisée par la constitution d'un comité de pilotage,
- au souhait de continuer de confier la coordination du projet à l'équipe technique de BGI,
- et sur l'accord de principe du cofinancement de la part des partenaires, d'un plan d'actions sur la base d'un montant de 1 million d'euros par an sur 3 ans.

Auparavant, lors du Comité Stratégique d'Orientation Marketing Territorial du 25 novembre 2010, les partenaires étaient déjà tous d'accord sur le fait que le moment est venu de « faire parler » du territoire et qu'il est urgent d'engager les actions.

Au vu de ces nouveaux éléments de contexte, il est indispensable avant de mener toute action publique de :

- Valider, affiner et adapter le positionnement à l'aune de ces changements et vérifier son adéquation avec entre autres, le projet métropolitain mis en œuvre par Bordeaux Métropole,
- Définir une stratégie de « prise de parole » intégrant un usage pertinent des nouveaux médias et différents réseaux sociaux, donner une expression écrite et graphique au positionnement réactualisé.

Intérêt du projet pour la Cub

Cette action s'inscrit dans la volonté de la CUB de développer avec ses partenaires institutionnels une image forte du territoire en accord avec son ambition de métropole millionnaire. Il existe une vraie urgence pour la métropole bordelaise à faire aboutir cette démarche.

Aujourd'hui, face à la concurrence des territoires, la métropole bordelaise a une place à prendre parmi les grandes métropoles européennes et est aujourd'hui en position pour le faire grâce à une dynamique de développement partagé (arrivée de la LGV, OIN Euratlantique, 3ème phase de tramway, politique volontariste en matière de logement, projet métropolitain, reconnaissance de la recherche et de l'enseignement supérieur...) qui doit aujourd'hui transformer ses atouts en opportunités et lui permettre de se hisser au rang des métropoles les plus attractives d'Europe.

L'enjeu fixé est de se positionner comme territoire d'avenir s'appuyant sur des valeurs fondamentales d'humanisme, de qualité de vie et d'innovation et d'accompagner le projet métropolitain.

Pilotage

Un groupe de pilotage technique, composé des techniciens communication et/ou économie des partenaires poursuit son travail et sera en mesure dès l'automne de présenter les principes de base de la stratégie à adopter, sa déclinaison en différentes phases ainsi que la définition précise des différentes actions à engager d'ici la fin de l'année 2011 et sur un programme à 3 ans. Une méthode de gouvernance, un financement des actions et un budget seront également proposés pour le pilotage de cette action sur la période 2012/2014.

Première phase du plan d'actions en 2011

En 2009, la Communauté Urbaine de Bordeaux au même titre que ses partenaires institutionnels avait été sollicitée pour débiter le travail sur le positionnement du territoire et la stratégie de communication à mettre en œuvre.

Aujourd'hui, différentes actions et pistes de travail doivent être approfondies et validées ; d'autres peuvent débuter. Aussi, il est demandé à la Communauté Urbaine de Bordeaux de poursuivre son engagement dans cette démarche en soutenant les opérations devant être réalisées d'ici la fin de l'année et décidées par le groupe de pilotage technique.

Ces actions sont de trois ordres :

- ✓ Influence : actions de relations presse, de relations publiques, net-influence et lobbying. L'objectif est de faire parler du territoire dès que possible soit en accompagnement d'événements locaux, soit en assurant une présence dans les réseaux ou événements ou dossiers spéciaux sur des thèmes prioritaires définis en comité de pilotage. Les cibles sont essentiellement les leaders d'opinion, les entreprises et les investisseurs, les prescripteurs, les universitaires et les journalistes.
- ✓ Réalisation d'une identité graphique pour le territoire : lancement d'un concours de design international pour trouver la marque ou le bloc marque. Le nom de Bordeaux est déjà installé et sa notoriété est indéniable. Il est important pour accompagner la stratégie et renforcer cette renommée de créer une représentation graphique autour du nom « Bordeaux », repérable facilement parmi les marques concurrentes et révélatrice de l'identité et du dynamisme du territoire. Cette marque ombrelle doit symboliser la démarche et exprimer les valeurs et la vision du territoire. Elle doit également être globale pour s'adapter aux différentes facettes et discours du territoire. Elle doit aussi fédérer les acteurs et permettre aux partenaires de se l'approprier.
- ✓ Travail préparatoire à la création d'un événement au rayonnement international qui permettra à Bordeaux-Gironde d'« être sur les radars », en étant identifié comme LE territoire du moment, attractif, moderne, qui compte. Cet événement doit fédérer l'ensemble des parties prenantes locales autour d'une même ambition et doit pouvoir rassembler des personnalités et des experts de tous horizons et disciplines (économie, technologie, ressources humaines, urbanisme, sociologie, culture...).

Plan de financement

Un budget global prévisionnel de réalisation de cette première étape est estimé à 380 000 € et il est demandé à la Communauté Urbaine de participer à hauteur de 304 000 €, Bordeaux-Gironde Investissement assurant pour sa part un autofinancement de 20% du montant global estimé.

Pour mémoire, par délibération du 25 mars 2011, la Cub a attribué une subvention de fonctionnement de 402 775 € TTC, comprenant l'animation globale de l'action marketing territorial mais ne comprenant pas ces opérations spécifiques.

Le détail des dépenses est présenté dans le tableau ci-dessous :

PLAN DE FINANCEMENT 2011 Actions marketing territorial et promotion du territoire -Confiées en partie à des prestataires-			
Nature des dépenses TTC	Montant	Recettes	Montant
Elaboration de la Plateforme de Marque	30 000	Communauté Urbaine de Bordeaux	304 000
Définition de la stratégie et du plan d'action 2012/2015	35 000		
Cartographie des réseaux et blogs d'influence	20 000		
Création d'un outil internet (plateforme collaborative, site web, communauté...)	25 000		
Marque du territoire : Identité/ Nom/Concours à designers /charte graphique	80 000		
Assistance dans l'organisation et accompagnement technique du concours international de design	30 000		
Evènementiel : étude de faisabilité, définition du thème, configuration...	25 000	Bordeaux-Gironde Investissement	76 000
Relations presse/RP/influence (incluant la création de dossiers de presse)	30 000		
Divers : - impressions de documents, - logistique (déplacement, restauration séminaires....	20 000		
Workshop (ateliers de travail et de réflexion : organisation et animation)	20 000		
Enquête de notoriété auprès d'un public économique et relais d'opinion.	45 000		
Gestion de l'opération	20 000		
TOTAL	380 000	TOTAL	380 000

Calendrier des 3 mois :

Octobre	- Elaboration de la plateforme de marque, - Proposition marque - Définition de la stratégie- plan communication - Relation presse/relations publiques
Novembre	- Etude de faisabilité d'un événement international - Lancement du concours design - Relations presse/relations publiques, édition d'un dossier presse commun - Cartographie des réseaux web (blogs, plateformes collaboratives...)
Décembre	- mise en place d'outils et supports de communications (site web, plateformes..., documentation) - Relations presse/relations publiques - Enquête de notoriété.

Le plan d'actions triennal, dont le coût est estimé à 1 000 000 € par an sur 3 ans, sera cofinancé par les partenaires.

La ville de Bordeaux et le Conseil Général, sollicités pour 150 000 € par an sur 3 ans ont donné leur accord.

En première approche, la répartition des financements pourrait être la suivante :

Budget prévisionnel annuel			
Dépenses	Montant	Recettes	Montant
Marque		CUB	500 000 €
Evénement		BGI	200 000 €
Animation du réseau	1 000 000 €	Autres partenaires	300 000 à 450 000 €
Plan média		(dont le CG et la Ville)	
Total	1 000 000 €	Total	1 000 000 €

Le programme des actions et la répartition des financements seront finalisés dans le cadre d'une prochaine délibération du Conseil de Communauté.

Ceci étant exposé, il vous est demandé, Mesdames, Messieurs, de bien vouloir si tel est votre avis adopter les termes de la délibération suivante :

Le Conseil de Communauté,

VU le Code Général des Collectivités Territoriales,

VU la délibération n°2011/0156 du conseil de la Communauté Urbaine de Bordeaux en date du 25 mars 2011 relative au Schéma métropolitain de développement économique,

VU l'action collective pour l'animation de filière et de promotion, régime E1/90- NN 120/90.

ENTENDU le rapport de présentation,

CONSIDERANT QUE la demande de financement de l'agence de développement économique Bordeaux Gironde Investissement à hauteur de 304 000 € TTC pour la mise en place d'une stratégie de communication et de promotion pour le territoire est recevable dans la mesure où cette action s'inscrit dans l'axe : « Marketing territorial, Bordeaux métropole européenne » du Schéma métropolitain de développement économique et plus globalement dans les objectifs de rayonnement et d'attractivité du territoire du projet métropolitain.

DECIDE

Article 1 : d'attribuer une subvention de 304 000 € TTC à Bordeaux Gironde Investissement pour le soutien à la mise en place d'une stratégie de communication et de promotion pour le territoire.

Article 2 : d'autoriser Monsieur le Président de la Communauté Urbaine à signer la convention ci-annexée, contenant les conditions de règlement de la subvention communautaire.

Article 3 : la subvention, relative à la mise en œuvre d'une stratégie de communication et de promotion du territoire, sera imputée sur le budget principal de l'exercice en cours, chapitre 67, article 6745, fonction 048, CRB BD00.

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

Le groupe des élus Europe Ecologie les Verts s'abstient

Fait et délibéré au siège de la Communauté Urbaine le 25 novembre 2011,

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

REÇU EN PRÉFECTURE LE
5 DÉCEMBRE 2011

PUBLIÉ LE : 5 DÉCEMBRE 2011

M. NICOLAS FLORIAN

