

<i>Nombre de membres élus au Bureau :</i> 47	<i>Membres en fonction :</i> 47	<i>Membres présents :</i> 33	<i>Absent(s) excusé(s) :</i> 10	<i>Absent(s) :</i> 4	<i>Pouvoir(s) :</i> 0
---	---------------------------------	------------------------------	---------------------------------	----------------------	--------------------------

Date de convocation : 22 septembre 2015

Vote(s) pour : 33
Vote(s) contre : 0
Abstention(s) : 0

EXTRAIT DU REGISTRE DES DELIBERATIONS DU BUREAU

Séance du Lundi 28 septembre 2015,

Sous la présidence de Monsieur Jean-Luc BOHL, Président de la Communauté d'Agglomération de Metz Métropole, Maire de Montigny-lès-Metz.

Secrétaire de séance : Hélène KISSEL.

Point n°2015-09-28-BD-18 :

Chaire "Attractivité et nouveau marketing territorial" - Changement d'établissement partenaire.

Rapporteur : Monsieur Henri HASSER

Le Bureau,
Les Commissions entendues,

VU le code Général des Collectivités Territoriales,

VU la délibération du Conseil de Communauté du 28 avril 2014 portant délégation du Conseil au Bureau,

VU la délibération du Bureau en date du 8 juillet 2013 approuvant le partenariat avec la Chaire « Attractivité et Nouveau Marketing Territorial » portée par l'Institut d'Études Politiques d'Aix-en-Provence,

VU le courrier de l'Institut d'Études Politiques d'Aix-en-Provence en date du 12 février 2015 résiliant la convention correspondante,

VU la nouvelle Convention de partenariat « fondateur » proposée par l'Université d'Aix-Marseille,
CONSIDÉRANT que cette substitution de partenaire ne remet pas en cause le fonctionnement de la Chaire « Attractivité et Nouveau Marketing Territorial »,

DECIDE d'accepter la substitution de l'Université d'Aix-Marseille à l'Institut d'Études Politiques d'Aix-en-Provence comme partenaire dans ses relations avec la Chaire ANMT,

AUTORISE Monsieur le Président ou son représentant à effectuer toutes les démarches nécessaires à l'exécution des présentes et à signer tous documents s'y rapportant, notamment la convention de partenariat jointe en annexe.

Pour extrait conforme
Metz, le 29 septembre 2015
Pour le Président et par délégation
Le Directeur Général des Services

Hélène KISSEL



CONVENTION DE PARTENARIAT
Chaire Attractivité et Nouveau Marketing Territorial.
« FONDATEURS »

Convention N° 2015/IMP GT-002- Communauté d'Agglomération de Metz Métropole

Entre :

Aix-Marseille Université,

Établissement public à caractère scientifique culturel et professionnel

SIRET : 130 015 332 00013/ Code APE : 8245Z Enseignement supérieur

Dont le siège social se situe Jardin du Pharo, 58 boulevard Charles Livon, 13284 Marseille cedex 07

Représentée par son Président, Monsieur Yvon BERLAND

Agissant au nom et pour le compte de la composante Institut de Management Public et

Gouvernance Territoriale (IMP GT), 21 rue Gaston de Saporta, 13100 Aix en Provence, représenté

par son Directeur, Monsieur Olivier KERAMIDAS, et plus précisément de la **Chaire Attractivité et**

Nouveau Marketing Territorial, représentée par son Directeur, Monsieur Christophe ALAUX.

Ci-après désignée « La Chaire »

D'une part,

Et

La Communauté d'Agglomération de Metz Métropole

Dont le siège social se situe

11 Boulevard Solidarité

Harmony Park

57070 Metz

Représentée par M. Jean-Luc BOHL, dûment habilité à signer en vertu de la délibération du Bureau

du 28 septembre 2015, en sa qualité de Président

Ci-après désigné **Metz Métropole**

D'autre part,

Metz Métropole et « **la Chaire** » sont dénommés ensemble « les Parties » et individuellement « une/la Partie ».

Préambule

Metz Métropole qui développe des actions de marketing territorial en France et à l'international, est en recherche permanente d'informations sur les évolutions et les meilleures pratiques du marketing territorial en général et sur les nouvelles stratégies de marque en particulier. Dans ce cadre, elle souhaite contribuer au développement des activités de l'Institut de Management Public et Gouvernance Territoriale à travers la Chaire Attractivité et nouveau marketing territorial.

« **La Chaire** », est cofondée par des collectivités territoriales et portée par l'IMP GT d'Aix-Marseille Université. Elle s'inscrit dans la politique scientifique de l'UFR et du CERGAM. Elle a été créée avec quatre objectifs principaux :

- faire de l'appartenance au territoire une source de création de valeur pour tous les acteurs du territoire ;
- assurer une veille sur la recherche et les meilleures pratiques du marketing territorial dans le monde ;
- améliorer la formation et le partage d'information sur le marketing territorial le plus innovant et performant ;
- favoriser la mise au point de nouveaux modèles et outils opérationnels de marketing territorial.

La Chaire affiche une grande ambition : se positionner comme un leader européen de la recherche et de l'enseignement sur le marketing territorial innovant et performant.

La Chaire, qui se positionne comme une « Chaire de territoires » dans l'esprit des « Chaires d'entreprise », se caractérise par trois points :

- elle s'intéresse à l'ensemble des problématiques d'attractivité, que ce soit pour promouvoir l'offre des pays ou des territoires, pour faire venir des personnes (économie résidentielle, tourisme de loisirs, tourisme d'affaire, grands événements culturels, sportifs ou business) ou des capitaux (recherche d'investisseurs et de créateurs d'entreprises) et pour les maintenir sur le territoire ;
- elle est orientée vers l'innovation et les nouvelles pratiques du marketing territorial dans la mesure où celles-ci semblent performantes ;
- elle s'inscrit dans une approche « opérationnelle » de l'attractivité et du marketing territorial tant dans son enseignement (assuré essentiellement par des professionnels et basé sur des cas concrets et des retours d'expérience), dans sa recherche universitaire (accès à des synthèses portant sur une recherche opérationnelle, sur l'actualité et les meilleures pratiques internationales du marketing territorial) que dans le colloque annuel (échange et partage d'expériences concrètes entre professionnels)

ARTICLE 1 : OBJET

Metz Métropole devient co-fondateur de la Chaire.

La présente convention a pour objet de préciser la nature et les modalités du partenariat entre **Metz Métropole et « la Chaire »**.

ARTICLE 2 : PROGRAMME ET ENGAGEMENT DE LA CHAIRE

La Chaire repose sur trois piliers :

1. Formation.

Elle se développe à travers d'une part le Master 2 « Marketing et Communication Publics » qui porte sur l'ensemble des secteurs du marketing territorial et est exclusivement assuré par des universitaires et des professionnels issus de collectivités territoriales ou de cabinets conseils spécialisés et, d'autre part, la formation spécifique d'élus et techniciens à la demande.

2. Recherche appliquée et publications

Elle diffuse les travaux de recherche universitaire sur le sujet : rédaction et publication de mémoires professionnels, de working papers, des communications, des articles, des ouvrages et des doctorats sur ces différents sujets. Elle identifie et analyse les nouvelles pratiques de marketing innovant et performant dans le monde pour en tirer des enseignements opérationnels pour les collectivités territoriales et les acteurs de l'attractivité et, ainsi, réfléchir à de nouveaux modèles stratégiques et opérationnels de marketing territorial ;

Pour cela, la Chaire réalise une veille permanente sur la recherche universitaire et les meilleures pratiques du marketing territorial dans le monde.

La Chaire publie tout au long de l'année des synthèses des réalisations les plus remarquables et un rapport annuel sur les nouvelles tendances et pratiques du marketing territorial : « Place Marketing Trends ».

3. Place Marketing Forum

Le Place Marketing Forum est une rencontre internationale, organisée par la Chaire, chaque année, qui s'est donnée pour objectif de présenter, échanger et récompenser les meilleures pratiques du marketing territorial dans le monde.

Les orientations stratégiques de la Chaire sont définies par les fondateurs en liaison avec les partenaires officiels dans le cadre du Comité d'orientation de la Chaire.

« La Chaire » s'engage à :

- d'une part à réunir au moins une fois par an les fondateurs de la Chaire (avec les partenaires) pour présenter le bilan de la Chaire et définir avec eux les orientations de l'année suivante ;
- et d'autre part à les consulter, chaque fois que cela sera nécessaire, sur toute décision majeure qui engagerait la stratégie et l'avenir de la Chaire.

ARTICLE 3 : ENGAGEMENTS RECIPROQUES DE LA CHAIRE ET DES FONDATEURS

1. Metz Métropole bénéficiera, en tant que co-fondateur de la Chaire, des possibilités et services suivants :

- une participation active dans les orientations et le contenu de la Chaire à travers un droit de vote dans le comité d'orientation et des échanges avec les membres de la Chaire;
- l'utilisation du statut de « fondateur de la Chaire » et de son logo dans sa communication ;
- la présence de son nom et/ou de son logo, suivant le contexte, sur les principaux documents d'information et de communication de la Chaire ainsi que sur ceux transmis aux médias lors du colloque annuel (Place Marketing Forum) ;
- l'accès à une sélection des meilleures pratiques enregistrées tout au long de l'année dans la base (tout au long de l'année) ;
- un accès au forum annuel (Place Marketing Forum) sur les tendances et nouvelles pratiques du marketing territorial permettant retour d'expériences, partage et échange avec d'autres territoires performants dans le monde;
- la priorité d'accès à toutes les publications développées dans le cadre de la Chaire par les titulaires de la Chaire, les enseignants-chercheurs, les étudiants, les experts et intervenants extérieurs ;
- la possibilité, lorsque les auditeurs n'ont pas choisi leur thème de mémoire, de proposer des thématiques sur **Metz Métropole**;
- la possibilité, en accord avec la direction de la Chaire, de parrainer un prix lors du colloque annuel ;
- la possibilité de recruter, dans d'excellentes conditions, des étudiants formés à l'attractivité et au nouveau marketing territorial (projets, stages et emplois).

2. Metz Métropole confirme son souhait de s'inscrire dans une démarche à long terme et s'engage :

- à développer tous ses efforts pour soutenir la Chaire dans ses différentes actions ;
- à diffuser l'information de sa participation à la Chaire dans ses propres outils d'information et de communication;
- à relayer l'information de la Chaire auprès de ses équipes et ses partenaires et, dans la mesure du possible auprès de ses propres contacts, en particulier sur le master et la rencontre annuelle.

ARTICLE 4 : PILOTAGE

La Chaire est pilotée par un Comité d'orientation et un Conseil scientifique présidés par le Directeur de la Chaire.

1- Le comité d'orientation

Le Comité d'orientation regroupe les membres fondateurs et les membres partenaires. Seuls les membres fondateurs disposent d'un droit de vote. Ce comité propose les grandes orientations pour la Chaire à la majorité simple.

Metz Métropole nommera une personne qui le représentera auprès de la Chaire ; cette personne pourra se faire remplacer dans le Comité d'orientation.

2- Le conseil scientifique

Le Conseil scientifique est composé d'experts et d'enseignants-chercheurs nommés par le Directeur de la Chaire. Il propose des orientations pour la politique de recherche de la Chaire, en cohérence avec le Comité d'orientation.

3- La direction de la Chaire

La Direction de la Chaire se compose d'un poste de Directeur et de postes de chargés de missions.

- Après avis du Comité D'orientation de la Chaire, le nom de la personne qui a été proposée pour assurer la Direction de la Chaire est soumis au vote du Conseil d'UFR. En cas d'absence de majorité simple, le Directeur de l'IMPGT peut proposer d'autres noms qu'il soumet au vote. La nomination est ensuite effectuée par le Président de l'Université.

- Le mandat de Directeur de la Chaire prend fin en cas de démission de ce dernier ou de nomination d'un nouveau Directeur par le Conseil d'UFR.

- Le Directeur de la Chaire propose des nominations autour de différentes missions relatives à la Chaire. Le conseil d'UFR de l'IMPGT est amené à statuer sur ces propositions. Ces missions prennent fin lors de sa démission ou lors de la nomination d'un nouveau Directeur.

ARTICLE 5 : FINANCEMENT ET GESTION

La Chaire est financée essentiellement par les fondateurs, les partenaires, les frais de formation des auditeurs du Master et les revenus du colloque annuel.

Metz Métropole s'engage à verser une cotisation de 10 000 € HT (dix mille euros) par an pendant une durée d'1 an.

Le règlement est annuel aura lieu sur présentation par l'IMPGT d'un appel de fonds proratisé sur les années civiles. **Metz Métropole** se libérera de la somme due en effectuant un règlement par chèque bancaire ou postal à l'ordre de : l'Agent comptable de l'Université d'Aix-Marseille, Jardin du Pharo, 58 boulevard Charles Livon, 13284 Marseille cedex 07 ou par un virement bancaire sur le numéro de compte de l'Université d'Aix-Marseille :

Identifiant national de compte bancaire - RIB

Code banque	Code guichet	N° de compte	Clé RIB
10071	13000	00001020067	80

Domiciliation
TPMARSEILLE

IBAN (International Bank Account Number)						
FR76	1007	1130	0000	0010	2006	780

BIC (Bank Identifier)
TRPUFRP1

Les frais de transport et d'hébergement des représentants des fondateurs dans le cadre du comité d'orientation et du Place Marketing Forum resteront à la charge de chacun d'entre eux.

Article 6 : DUREE DE LA CONVENTION

La présente convention est conclue pour une durée d'**1 an** à compter de la signature et sera reconduite automatiquement en l'absence de dénonciation.

Elle peut être dénoncée 3 mois avant la date anniversaire (date de signature) par lettre recommandée avec accusé réception.

ARTICLE 7 : PROPRIETE INTELLECTUELLE

Les publications et documents issus de la Chaire peuvent être utilisés par **Metz Métropole** sans restriction d'utilisation sous réserve de mentionner le nom de l'auteur et de la Chaire comme source d'origine.

ARTICLE 8 : SUIVI DE LA CONVENTION

Les parties désignent chacune un responsable de la bonne exécution de la présente convention.

ARTICLE 9 : RESILIATION

En cas de non-respect des engagements prévus au titre de la présente convention par l'une des Parties, ladite convention pourra être résiliée de plein droit par l'autre Partie à l'échéance d'un délai de 15 jours suivant une mise en demeure adressée par lettre recommandée avec accusé de réception, restée sans effet et ce, sans préjudice des dommages et intérêts que la Partie lésée serait en droit de réclamer.

ARTICLE 10 : DIFFERENDS

Tout différend né de l'interprétation et/ou de l'exécution du contrat donne lieu à une tentative d'accord amiable entre les parties.

A défaut d'accord amiable dans un délai de trois (3) mois, le litige est porté par la partie la plus diligente devant le Tribunal administratif de Marseille.

La présente convention est soumise à la loi française.

Fait en trois exemplaires originaux à Marseille, le

Pour Metz Métropole
Le Président

Pour Aix-Marseille Université
Le Président

Jean-Luc BOHL
Visa du Directeur de la Chaire

Yvon BERLAND
Visa du Directeur de l'IMPGT

Christophe ALAUX

Olivier KERAMIDAS

BORDEREAU D'ENVOI

Destinataire

Bureau du contrôle de légalité, de la coopération intercommunale et du conseil aux élus –
PREFECTURE DE LA MOSELLE –
9 place de la Préfecture – BP 71014 –
57034 METZ CEDEX 1 -

Désignation des pièces	Nombre	Observations
<i>Délibérations Réunion de Bureau - Lundi 28 septembre 2015.</i>		Contrôle de légalité
Point 17 – Plateau de Frescaty. Travaux de réhabilitation des réseaux de l'ex-base vie et de la première phase de l'Agrobiopôle :		
. 17A : convention de raccordement électrique.	1	
. 17B : convention de raccordement gaz.	1	
Point 18 – Chaire "Attractivité et nouveau marketing territorial" – changement d'établissement partenaire.	1	
<i>Annexe : Convention.</i>	1	
Point 19 – DSP pour le développement et l'exploitation du Parc des Expositions de MM : rapport annuel 2014.	1	
<i>Annexe : Synthèse.</i>	1	
<i>Annexe : Rapport GL EVENTS.</i>	1	
Point 20 – DSP relative à l'exploitation du Centre des Congrès de MM : rapport annuel 2014.	1	
<i>Annexe : Synthèse.</i>	1	
<i>Annexe : Rapport GL EVENTS.</i>	1	
Point 21 – DSP pour la gestion de la Maison de l'Entreprise de MM : rapport annuel 2014.	1	
<i>Annexe : Synthèse.</i>	1	
<i>Annexe : Rapport Metz Technopôle.</i>	1	
Point 22 – Adhésion de MM au C2IME.	1	
<i>Annexe : Statuts.</i>	1	
Point 23 – Attribution d'une subvention pour 2015 et signature d'une convention d'objectifs et de moyens avec l'Association World Trade Center.	1	
<i>Annexe : Convention.</i>	1	
Point 24 – Schéma d'évolution du site TCRM-BLIDA. Création de l'association d'animation et de développement du site et désignation de ses membres.	1	
<i>Annexe : Projet de statuts.</i>	1	
<i>Annexe : Budget prévisionnel.</i>	1	
Nombre total des actes transmis : 9 délibérations dont 7 accompagnées d'annexes.		

ARRIVÉE

30 SEP. 2015

Direction des Collectivités locales
et des Affaires Juridiques



Fait à Metz, le 29 septembre 2015
Pour le Président
Le Directeur Général des Services

Hélène KISSEL