





**EXTRAIT DU REGISTRE DES DELIBERATIONS
DU CONSEIL MUNICIPAL DE LA VILLE D'AIX
EN PROVENCE N° DL.2024-342**

Séance publique du

19 juillet 2024

**Présidence de Sophie JOISSAINS
Maire**

Accusé de réception en préfecture
Identifiant : 013-211300017-20240719-270241-DE-1-1
Date de signature : 23/07/2024
Date de réception : lundi 22 juillet 2024
 POUR CERTIFICATION DU CARACTÈRE EXÉCUTOIRE: - ACTE SIGNÉ ✓ - COMPTE RENDU AFFICHÉ ✓ - ACTE TRANSMIS POUR L'EXERCICE DU CONTRÔLE DE LÉGALITÉ ✓ 

OBJET : APPROBATION D'UNE CONVENTION DE PARTENARIAT ENTRE LA VILLE D'AIX-EN-PROVENCE ET LA CHAIRE "ATTRACTIVITÉ ET NOUVEAU MARKETING TERRITORIAL"(AIX MARSEILLE UNIVERSITÉ).

Le 19 juillet 2024 à 09h00, le Conseil Municipal de la Commune d'Aix-en-Provence s'est réuni en session Ordinaire dans la salle de ses délibérations, au sein de l'Hôtel de Ville d'Aix-en-Provence, sur la convocation qui lui a été adressée par Madame Sophie JOISSAINS, Maire, le 12 juillet 2024, conformément aux articles L 2121-10 et L 2121-12 du Code Général des Collectivités Territoriales (C.G.C.T.).

Etaient Présents :

Monsieur Jonathan AMIACH, Monsieur Ravi ANDRE, Madame Laurence ANGELETTI, Madame Dominique AUGÉY, Madame Béatrice BENDELE, Monsieur Fathi BENJILALI, Monsieur Moussa BENKACI, Madame Brigitte BILLOT, Madame Odile BONTHOUX, Monsieur Jacques BOUDON, Madame Joëlle CANUET, Monsieur Rémi CAPEAU, Monsieur Pierre-Emmanuel CASANOVA, Monsieur Eric CHEVALIER, Madame Françoise COURANJOU, Madame Aliénor COUTIAUX-LACLADERE, Madame Sylvaine DI CARO ANTONUCCI, Monsieur Cyril DI MEO, Monsieur Sylvain DIJON, Monsieur Laurent DILLINGER, Monsieur Jean-François DUBOST, Madame Frédérique DUMICHEL, Monsieur Marc FERAUD, Madame Stéphanie FERNANDEZ, Monsieur Jean-Christophe GRUVEL, Monsieur Sellam HADAOUI, Monsieur Emmanuel HENRY, Madame Elisabeth HUARD, Madame Claudie HUBERT, Madame Amandine JANER, Madame Sophie JOISSAINS, Monsieur Salah-Eddine KHOUIEL, Monsieur Philippe KLEIN, Madame Anne-Laurence PETEL, Madame Josy PIGNATEL, Madame Marie-Pierre SICARD - DESNUELLE, Madame Solène TRIVIDIC, Madame Fabienne VINCENTI, Madame Karima ZERKANI-RAYNAL.

Excusés avec pouvoir donné conformément aux dispositions de l'article L 2121-20 du Code Général des Collectivités Territoriales:

Madame Kayané BIANCO à Madame Stéphanie FERNANDEZ, Monsieur Pierre-Paul CALENDINI à Madame Josy PIGNATEL, Madame Agnès DAURES à Madame Claudie HUBERT, Madame Brigitte DEVESA à Madame Fabienne VINCENTI, Monsieur Gilles DONATINI à Monsieur Laurent DILLINGER, Madame Perrine MEGGIATO à Monsieur Eric CHEVALIER, Madame Sophie MEYNET DE CACQUERAY à Madame Elisabeth HUARD, Madame Arlette OLLIVIER à Monsieur Marc FERAUD, Monsieur Alain PARRA à Madame Béatrice BENDELE, Madame Laure SCANDOLERA à Madame Solène TRIVIDIC, Monsieur Francis TAULAN à Monsieur Jean-Christophe GRUVEL, Madame Françoise TERME à Madame Sylvaine DI CARO ANTONUCCI, Monsieur Jean-Louis VINCENT à Madame Marie-Pierre SICARD - DESNUELLE, Monsieur Michael ZAZOUN à Madame Karima ZERKANI-RAYNAL.

Excusés sans pouvoir :

Monsieur Marc PENA, Monsieur Pierre SPANO.

Secrétaire : Madame Aliénor COUTIAUX LACLADERE

Madame Karima ZERKANI-RAYNAL donne lecture du rapport ci-joint.



D.G.A.S Culture Patrimoine Musées
Attractivité
Direction Attractivité et Coopération
Internationale

RAPPORT POUR
LE CONSEIL MUNICIPAL
DU 19 JUILLET 2024

Nomenclature : 9.1

Autres domaines de compétences des communes

RAPPORTEUR : Madame Karima ZERKANI-RAYNAL

CO-RAPPORTEUR(S) : Madame AUGÉY Dominique, Monsieur CASANOVA Pierre-Emmanuel

**Politique Publique : 09-DEVELOPPEMENT DU TOURISME ET RAYONNEMENT
INTERNATIONAL**

OBJET : APPROBATION D'UNE CONVENTION DE PARTENARIAT ENTRE LA VILLE D'AIX-EN-PROVENCE ET LA CHAIRE "ATTRACTIVITÉ ET NOUVEAU MARKETING TERRITORIAL"(AIX MARSEILLE UNIVERSITÉ).- Décision du Conseil

Mes Chers Collègues,

La chaire «Attractivité & Nouveau Marketing Territorial» a été cofondée par des collectivités territoriales et portée par l'IMPGT (Institut de Management Public et gouvernance territoriale), d'Aix-Marseille Université. Elle s'inscrit dans la politique scientifique de l'UFR (Unité de Formation et de Recherche) et du CERGAM (Centre d'Études et de Recherche en Gestion d'Aix-Marseille).

Cette chaire universitaire de territoires 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'affaires, 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).

Lieu collaboratif de partage, de réflexion et de transmission, elle constitue une passerelle entre le monde des praticiens et le monde académique.

Soutenue par 37 territoires sur toute la France, elle dispose d'une équipe permanente de 5 personnes, d'un événement international : le Place Marketing Forum et d'une formation de Master dédiée.

La chaire qui se veut au service de l'inspiration des acteurs de l'attractivité territoriale effectue une veille internationale avec notamment des productions et benchmarks ciblés à la demande des territoires partenaires. Elle réalise des études et met à disposition de chaque partenaire, entre autres, deux outils d'étude sur la perception et l'image globale des territoires et d'analyse de leur e-réputation.

Enfin, c'est aussi une chaire de recherche grâce à son réseau de chercheurs, intervenants universitaires et académiques.

Reconnaissant l'expertise de la Chaire dans le domaine du marketing territorial, en particulier sa bonne connaissance des pratiques innovantes, la Ville d'Aix-en-Provence souhaite mobiliser les experts de la Chaire à la réflexion et aux travaux conduits par la Ville d'Aix-en-Provence sur le champ du marketing territorial et de l'attractivité.

A cet effet, une convention de partenariat avec la Chaire est proposée pour une durée d'un an, selon quatre axes détaillés dans le plan d'actions annexé :

- veille – benchmarks
- stratégie - communication et rayonnement
- évènementiel – rencontres
- formation et emploi

Cette convention de partenariat s'inscrit dans le futur accord-cadre entre la Ville d'Aix-en-Provence et Aix-Marseille Université qui sera présenté au Conseil Municipal.

Aussi, je vous demande, Mes Chers Collègues, de bien vouloir :

- **APPROUVER** la convention de partenariat ci-annexée entre la Ville d'Aix-en-Provence et la Chaire « attractivité et nouveau marketing territorial » d'Aix-Marseille Université pour une durée d'un an ;
- **AUTORISER** un versement de 10 000 euros, selon les modalités détaillées à l'article 5, en application de ladite convention ;
- **DIRE** que les crédits nécessaires seront prélevés sur la ligne budgétaire 4968/044 – 611 – 930 qui présente les disponibilités suffisantes ;
- **AUTORISER** Madame le Maire ou l'Adjoint au Maire délégué à l'attractivité et aux relations internationales à prendre toutes les mesures nécessaires à l'exécution de la présente délibération et à signer tout document relatif à cette affaire.

DL.2024-342 - APPROBATION D'UNE CONVENTION DE PARTENARIAT ENTRE LA VILLE D'AIX-EN-PROVENCE ET LA CHAIRE "ATTRACTIVITÉ ET NOUVEAU MARKETING TERRITORIAL"(AIX MARSEILLE UNIVERSITÉ).-

Présents et représentés	: 53
Présents	: 39
Abstentions	: 0
Non participation	: 1
Suffrages Exprimés	: 52
Pour	: 52
Contre	: 0

Ont voté contre

NEANT

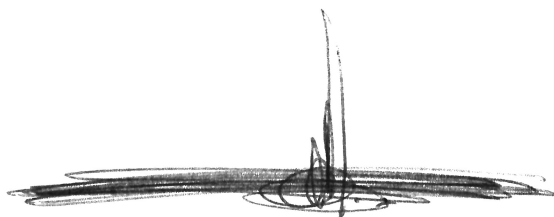
Se sont abstenus

NEANT

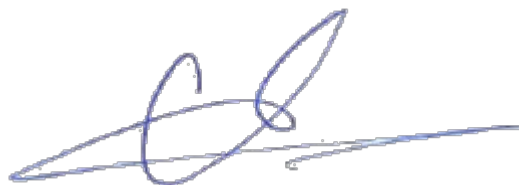
N'ont pas pris part au vote
Sophie MEYNET DE CACQUERAY

Le Conseil Municipal a Adopté à l'unanimité
le rapport qui précède.
Ont signé Sophie JOISSAINS, Maire
Président de séance

L'adjoint ou le conseiller municipal délégué,
Madame Amandine JANER



Le secrétaire de séance,
Madame Aliénor COUTIAUX LACLADERE



Compte-rendu de la délibération affiché le : 23 juillet 2024
(articles L2121-25 et R 2121-11 du C.G.C.T.)¹

1 « Toute décision individuelle peut faire l'objet d'un recours devant le Tribunal administratif de Marseille, dans un délai de deux mois à compter de sa notification. Dans ce délai, il peut être présenté un recours gracieux prorogeant le délai de recours contentieux ...»

CONVENTION DE PARTENARIAT
Chaire Attractivité et Nouveau Marketing Territorial.
« COMMUNE D’AIX-EN-PROVENCE »

Convention N° 2024-IMP-GT-COMMUNE D’AIX-EN-PROVENCE

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 Eric BERTON

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 Christophe ALAUX, 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 Commune d’Aix-en-Provence

Collectivité territoriale,

Siren ou siret de l’organisme : 211 300 017 00012

Dont le siège social se situe Place de l’Hôtel de Ville 13 616 Aix-en-Provence cedex 1

Représentée par Madame Sophie JOISSAINS, Maire en exercice, ou par délégation l’Adjoint délégué, agissant en vertu de la délibération n°.....du,

Ci-après désignée « **la Commune d’Aix-en-Provence** »,

D’autre part,

« **La Commune d’Aix-en-Provence** » et « **la Chaire** » sont dénommés ensemble « les Parties » et individuellement « une/la Partie ».

Préambule

« **La Commune d’Aix-en-Provence** » 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'IMPGT d'Aix-Marseille Université. Elle s'inscrit dans la politique scientifique de l'UFR et du CERGAM. Elle a été créée avec plusieurs 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 ;
- Former de futurs responsables ou cadres d'agences d'attractivité et de marketing territorial par un enseignement de qualité, pluridisciplinaire, très axé sur le terrain au travers d'un Master 2 Attractivité & Marketing Territorial (niveau 7 dans la nomenclature des diplômes / BAC+5)

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'affaires, 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

La Commune d'Aix-en-Provence devient partenaire officiel de la Chaire.

La présente convention a pour objet de préciser la nature et les modalités du partenariat entre « **La Commune d'Aix-en-Provence** » 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 mention Management Public « Attractivité et Nouveau Marketing Territorial » 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 (formation habilitée par la CFNEL).

Le Master 2 Attractivité & Nouveau Marketing Territorial est dispensé dans le cadre de la formation continue, initiale et par alternance (contrat d'apprentissage et/ou de professionnalisation).

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, au travers de Best Practices.

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 partenaires officiels de la Chaire (avec les fondateurs) 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 RÉCIPROQUES DES PARTIES

1. « La Commune d'Aix-en-Provence » bénéficiera, en tant que partenaire officiel de la Chaire, des possibilités et services suivants :

Veille – Benchmark – Études

- L'accès exclusif à la Veille, réalisée par les experts de la Chaire (études, fiches veille, sélection des meilleures pratiques étudiées en France et à l'International, enregistrées dans notre base, tout au long de l'année ...) ;
- 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 ;

Évènementiel - Rencontres

- L'obtention de places gratuites et de tarifs préférentiels pour le forum annuel (Place Marketing Forum).
Le #PMF est le rendez-vous phare des nouvelles tendances et pratiques du marketing territorial en France et à l'international, permettant le retour d'expérience, le partage et l'échange avec d'autres territoires performants dans le monde ;
- La faculté de candidater à l'accueil du Place Marketing Territorial et de remettre un Place Marketing Award à l'un des lauréats ;
- La faculté d'impliquer les experts de la Chaire aux travaux qui sont menés localement dans le territoire sur le champ du marketing territorial et de l'Attractivité
- La mobilisation (en fonction des thématiques de travail) des experts partenaires et fondateurs sur les événements tel que : #PMF, Mooc, Think Tank, master 2 Attractivité & Nouveau Marketing Territorial et toutes autres manifestations que la Chaire pourrait être amenée à organiser;

Stratégie – Communication & Rayonnement

- Une participation aux Comités d'orientation ;
- L'utilisation du statut de « partenaire officiel 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) ;
- La mise en « lumière » du territoire lors des événements de la Chaire et/ou lors de présentations de pratiques & études.

Formation & Emploi

- La possibilité, lorsque les auditeurs du master 2 Attractivité & Nouveau Marketing Territorial n'ont pas choisi leur thème de mémoire, de proposer des axes de recherche sur **la Commune d'Aix-en-Provence** ;
- La perspective de diffuser dans le réseau, les offres d'emploi ou de stage relevant du marketing territorial et de l'attractivité ;
- La faculté d'être accompagné dans le sourcing de candidats de l'IMPGT et de bénéficier des premiers conseils d'ordre administratifs ou législatifs lors des embauches en contrat d'apprentissage et /ou de professionnalisation sur les postes relevant du champ de l'attractivité territoriale ;

2. La Commune d'Aix-en-Provence confirme son souhait de s'inscrire dans une démarche à long terme et s'engage :

Stratégie & Communication

- 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 ;
- A promouvoir les activités de la Chaire dans son propre réseau de partenaires/membres...
- A nommer un(e) « élu(e) » du territoire, qui sera le (la) « référent(e) dans le Club des élus ». Les objectifs du Club des élus visent une meilleure connaissance des territoires entre eux, la création de réseau, le partage de pratiques et le cas échéant la constitution de groupes de travail prospectif ou de tribunes dans le champ de l'attractivité territoriale ;
- A « encourager/mobiliser » les élu.e.s du territoire à participer au place marketing forum et tout événement œuvrant/favorisant les actions en faveur du marketing territorial et de l'attractivité ;
- Etre force de proposition pour la mobilisation d'experts du territoire en vue de contribuer aux missions de la Chaire ;

Formation & Emploi

- A soutenir la Chaire et plus particulièrement le Master 2 Attractivité & Nouveau Marketing Territorial, dispensé notamment par la voie de l'apprentissage (communication, information & relais dans les réseaux, sourcing de candidats, recrutement...)

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.

La Commune d'Aix-en-Provence 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.

« La Commune d'Aix-en-Provence » s'engage à verser 10 000 € HT (dix mille euros) pour l'année de partenariat.

Il a été convenu entre les parties, les modalités suivantes de règlement de l'adhésion à savoir :

- **Un premier versement de 5 000 euros (cinq mille euros) à la signature de la convention entre les parties***
- **Un deuxième versement de 5 000 euros (cinq mille euros) à l'échéance de l'année d'adhésion***

**Les versements seront consécutifs à l'adressage d'un appel à cotisation /appel de fonds par la Chaire ANMT.*

Le règlement est annuel et aura lieu sur présentation par l'IMPGT d'un appel de fonds dès signature de la convention des parties et à chaque date anniversaire (date d'anniversaire étant la date de signature de la convention par l'ensemble des parties). **« La Commune d'Aix-en-Provence »** se libérera de la somme due en effectuant un règlement par virement bancaire via la plateforme Chorus Pro, paiement qui devra faire l'objet au préalable d'un bon de commande ou d'une lettre d'engagement au nom de : l'Agent comptable de l'Université d'Aix-Marseille, Jardin du Pharo, 58 boulevard Charles Livon, 13284 Marseille cedex 07. Le virement bancaire s'effectue 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	Domiciliation
10071	13000	00001020067	80	TPMARSEILLE

IBAN (International Bank Account Number)	BIC (Bank Identifier)
--	-----------------------

FR76	1007	1130	0000	0010	2006	780	TRPUFRP1
-------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------	------------	-----------------

Information importante : Les frais de transport et d'hébergement des représentants des fondateurs/partenaires sont à la charge de chacun d'entre eux pour tous les évènements et réunions organisés par la Chaire A&NMT.

ARTICLE 6 : DURÉE DE LA CONVENTION

La **présente convention est conclue pour une durée de 1 an**. Elle **prendra effet à compter de la date de signature par l'ensemble des parties** et peut être dénoncée fin d'année, trois mois avant la date anniversaire par lettre recommandée avec accusé réception.

ARTICLE 7 : TRAITEMENT DES DONNÉES PERSONNELLES

Chacune des parties détermine, au sein de sa structure, les moyens de traitement des données à caractère personnel dans le cadre de la mise en œuvre du présent partenariat.

Chacune des parties s'engage notamment :

- à respecter ses obligations en matière de traitement des données personnelles, telles que définies dans la loi n° 78-17 du 6 janvier 1978 dite « informatique et libertés » et le règlement européen (UE) 2016/679 du 27 avril 2016 ;
- à veiller à ce que tout traitement de données à caractère personnel dont elle a le contrôle, (ce qui inclut la collecte, le stockage, l'échange, l'enregistrement, l'organisation, l'interrogation, l'élaboration, la modification, la sélection, l'extraction, la comparaison, l'utilisation, l'interconnexion, le blocage, la communication, la diffusion, l'effacement et la destruction) soit conforme aux dispositions des textes précités.

Les parties mettront en œuvre, au sein de leur structure, des mesures techniques et organisationnelles destinées à protéger les Données à caractère personnel qu'elles contrôlent contre toute destruction accidentelle ou illicite, ou contre toute perte accidentelle, altération, divulgation ou accès non autorisé.

Les parties ne pourront utiliser de données à caractère personnel dans le cadre de ce partenariat, que sous réserve et conformément aux informations loyales qu'elles auront préalablement fournies aux personnes concernées.

Les coordonnées des délégués à la protection des données sont les suivantes :

pour la **Commune d'Aix-en-Provence** :

pour la Chaire : la saisine se fait par ticket helpdesk à l'adresse suivante :
<https://ent.univ-amu.fr/esup-helpdesk/stylesheets/welcome.faces>

ARTICLE 8 : PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE

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

ARTICLE 9 : SUIVI DE LA CONVENTION

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

ARTICLE 10 : RÉSILIATION

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 11 : DIFFÉRENDS

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 « La Commune d'Aix-en-Provence » Le Maire, ou par délégation l'Adjoint en charge de l'attractivité et du marketing territorial	Pour Aix-Marseille Université Le Président
Karima ZERKANI-RAYNAL	Eric BERTON
Visa du Directeur de l'IMPGT et de la Chaire	
Christophe ALAUX	

CONVENTION DE PARTENARIAT
Chaire Attractivité et Nouveau Marketing Territorial.
« COMMUNE D'AIX-EN-PROVENCE »

ANNEXE : PLAN D' ACTIONS

Un plan d'actions pour la durée de la convention est défini conjointement :

Veille – Benchmarks

- Accès aux outils de veille développés par la Chaire :
 - étude sur l'image interne et externe d'Aix-en-Provence
 - élaboration d'indicateurs et d'un baromètre propres à la ville d'Aix-en-Provence
 - réalisation d'une fiche de veille sur l'attractivité, en lien avec les villes jumelles et partenaires d'Aix-en-Provence.

Stratégie – Communication & Rayonnement

- Accompagnement de la collectivité pour définir une stratégie en matière d'identité et d'image.
- Animation de la fresque du marketing territorial, avec l'ensemble des parties prenantes.

Évènementiel - Rencontres

- Etude du dossier pour l'accueil à Aix-en-Provence du Place Marketing Forum International.

Formation & Emploi

- Formation des équipes et élus sur des enjeux d'attractivité.