

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

Convention N° 2024-IMPGT-002- VILLE DE CAVAILLON – LMV AGGLOMERATION
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 (IMPGT), 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 Ville de Cavaillon, dont le siège est situé à Hôtel de Ville, place Joseph Guis 84300 CAVAILLON, SIRET 21840035600018, représentée par son Maire, Gérard DAUDET, dûment habilité par délibération du Conseil Municipal du 30 septembre 2024,

Ci-après désigné « **Ville** »,

D'autre part,

Et

LMV Agglomération, dont le siège est situé à 315 avenue de Saint Baldou 84300 CAVAILLON, SIRET 20004044200010, représentée par son Président, Gérard DAUDET, dûment habilité par délibération du Conseil Communautaire du 26 septembre 2024,

Ci-après désigné « **LMV** »,

D'autre part,

La Ville, LMV et « **la Chaire** » sont dénommés ensemble « les Parties » et individuellement « une/la Partie ».

Préambule

La Ville et LMV, qui développent des actions de marketing territorial en France et à l'international, sont 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, elles souhaitent 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 Ville et LMV, deviennent partenaires officiels de la Chaire.

La présente convention a pour objet de préciser la nature et les modalités du partenariat entre « **La Ville et LMV** » 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 RECIPROQUES DES PARTIES

1. La Ville et LMV, bénéficieront, en tant que partenaires officiels de la Chaire, des possibilités et services suivants :

Veille – Benchmark – Etudes

- 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 ;

Evènementiel - 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 leurs noms et/ou logos, 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 Ville et LMV**,
- 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 ;
- La formation et l'habilitation à l'utilisation de l'outil pédagogique **©La Fresque de tous les talents**

2. La Ville et LMV, confirment leur souhait de s'inscrire dans une démarche à long terme et s'engage :

Stratégie & Communication

- À développer tous leurs efforts pour soutenir la Chaire dans ses différentes actions ;
- À diffuser l'information de leur participation à la Chaire dans leurs propres outils d'information et de communication ;
- A promouvoir les activités de la Chaire dans leur 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 Ville et LMV, nommeront une personne qui les 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 Ville et LMV, s'engagent à verser 5.000€ HT (cinq mille euros) chacun soit 10 000 € HT (dix mille euros) pour l'année de partenariat.

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 Ville et LMV**, se libéreront 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
10071	13000	00001020067	80

Domiciliation
TPMARSEILLE

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

BIC (Bank Identifier)
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 événements et réunions organisés par la Chaire A&NMT.

ARTICLE 6 : DUREE 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 DONNEES 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 Ville et LMV**: GRANT THORNTON, Parc du Golf, Bât 2, 350 avenue Jean René Guilibert de la Lauzière - CS 20342 - 13799 AIX EN PROVENCE Cedex 3

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 : PROPRIETE INTELLECTUELLE

Les publications et documents issus de la Chaire peuvent être utilisés par **la Ville et LMV** 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 : 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 11 : 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 01 octobre 2024

<p>Pour « Nom » Le titre à préciser + Cachet de la structure</p> <p>Prénom NOM</p>	<p>Pour Aix-Marseille Université Le Président</p> <p>Eric BERTON</p>
<p>Visa du Directeur de l'IMPGT et de la Chaire</p> <p>Christophe ALAUX</p>	