

Rapport du Président

Séance publique du
jeudi 8 décembre 2022

N° CD-2022-5-2-2

N° applicatif 4898

2^{ème} Commission

Commission Dynamiques économiques, touristique, agricole, emploi et transitions énergétiques et climatiques

Service instructeur

Service attractivité des territoires

Service consulté

DEVELOPPEMENT DE LA MARQUE ALSACE ET DE SES DECLINAISONS

Résumé : Depuis 10 ans maintenant, la stratégie d'attractivité de l'Alsace se construit autour de la Marque partagée et fédérative « Alsace ». Confiée à l'ADIRA par les accords de Matignon en 2018, elle est le "porte drapeau" de notre territoire, de son identité, de ses valeurs. C'est aussi une véritable caisse de résonance au service de tous les acteurs économiques, touristiques, et culturels alsaciens.

I. La Marque Alsace, une marque de territoire qui fédère les Alsaciens autour de leurs produits :

Dans son étude présentée en mai 2022, l'institut IRI, spécialisé dans l'analyse des données de consommation, démontre que les alsaciens sont très attachés à leur terroir, à leurs entreprises et aux produits régionaux. L'étude classe l'Alsace au premier rang des régions françaises où les habitants consomment le plus de produits locaux régionaux.

Cette étude vient accréditer les efforts menés jusqu'à présent pour promouvoir la marque Alsace. Elle nous encourage à amplifier notre action pour accroître la notoriété de cette marque plébiscitée par les Alsaciens et qui fédère une large communauté.

II. Défendre l'esprit d'entreprendre de nos territoires et accompagner fortement les activités de proximité :

Pour permettre la concrétisation de cette ambition, le présent rapport propose une série d'actions, visant à développer et à consolider la stratégie « Marque Alsace ». Il est proposé que la Collectivité européenne d'Alsace affirme son soutien au travers de 2 nouveaux partenariats qui ont fait l'objet d'échanges avec l'ADIRA et la Chambre de Métiers d'Alsace :

1 - un partenariat 2022-2023 avec l'ADIRA à hauteur de 335 000 € pour le soutien à trois priorités à haute valeur ajoutée pour le territoire et ses entreprises : le développement de la Marque « Fabriqué en Alsace », le lancement de la démarche Marque « Employeur Alsace », et la promotion des territoires d'Alsace.

2 - un partenariat 2022-2025 avec la Chambre de Métiers d'Alsace pour soutenir notamment le développement de la Marque « Artisan d'Alsace » à hauteur de 182 875 €.

III. La poursuite de notre soutien au développement des circuits courts et à la promotion des producteurs et produits locaux :

Les différentes crises que nous traversons depuis maintenant 3 ans, renforcent notre conviction sur la nécessité d'accompagner notre territoire dans la construction d'un modèle endogène, en poursuivant notre soutien au développement des circuits courts et à la promotion des producteurs et produits locaux :

3 - il est ainsi proposé que la Collectivité européenne d'Alsace renouvelle son engagement pour 2023 au Pôle alimentaire Alsacien, représenté par l'Association pour la Promotion et le développement des Marques alimentaires alsaciennes, à hauteur de 400 000 €.

I. La Marque Alsace, une marque de territoire qui fédère les Alsaciens autour de leurs produits

La Marque Alsace, créée il y a 10 ans, permet à l'Alsace d'être plus visible et attractive pour répondre aux enjeux d'un développement responsable et durable. Marque fédérative, l'animation et le marketing territorial qui en découlent ont été confiés à l'ADIRA, dans le cadre des accords de Matignon du 29 octobre 2018, avec un financement principal de la Collectivité européenne d'Alsace.

La Marque Alsace est mise à la disposition des entreprises, des associations et des organismes publics qui partagent les valeurs de travail, d'engagement responsable, de savoir-faire, d'esprit d'innovation et qui souhaitent se fédérer dans leur communication. Elle représente ainsi un véritable fil rouge entre toutes les communications qui créent un lien au territoire, lui confèrent une valeur ajoutée et participent au renforcement du sentiment d'appartenance à un territoire de vie commun, à la mobilisation et à la fédération des acteurs concernés.

Véritable « porte drapeau » de notre territoire, la Marque Alsace est une démarche collective qui profite à tous et qui doit poursuivre son développement et son déploiement y compris hors Alsace pour renforcer la compétitivité des entreprises à même de créer des emplois.

Une étude de l'IRI, institut spécialisé dans l'analyse des données de consommation, apporte un éclairage nouveau sur le phénomène des produits locaux jusqu'ici très mal quantifié, principalement dû aux difficultés à identifier les produits vraiment locaux ou régionaux dans la masse des références des rayons.

Selon l'étude IRI publiée en juin dernier, c'est en Alsace que l'on achète le plus de produits locaux. Les Alsaciens sont attachés à leur région et ça se voit jusque dans leur chariot de supermarchés. Les Alsaciens (8% du chiffre d'affaires des produits de grande consommation) devancent les Bretons (5.5%), les Basques (4.5%), les Franc-comtois (4.3%) et les Savoyards (3.9%) et ils consomment d'ailleurs quatre fois plus de produits locaux que la moyenne française.

Plus l'identité d'un territoire est forte, plus ses habitants ont tendance à acheter local.

Les marques locales pèsent 1,8 milliard d'euros en France, soit 2,2% de part de marché sur l'ensemble des produits de grande consommation (PGC) vendus en hypermarché ou en supermarché. Les perspectives de développement de ce marché sont importantes : les ventes de produits locaux ont progressé de 6% entre juin 2020 et mai 2021, alors que dans le même temps, les ventes de produits de grande consommation (PGC) n'ont augmenté que de 2,3%.

Avec des consommateurs avides de produits régionaux, notamment depuis la crise sanitaire, la marge de progression est importante dans l'Hexagone. Les produits locaux bénéficient d'une réputation de qualité : ils sont immédiatement perçus comme étant de qualité sans avoir besoin d'être bio ou sain.

Cette étude vient accréditer les efforts menés jusqu'à présent pour promouvoir la marque Alsace. Elle nous encourage à amplifier notre action pour accroître la notoriété de cette marque plébiscitée par les alsaciens et les entreprises.

Les chiffres de la Marque Alsace à fin 2021 sont sans équivoque. La marque fédère aujourd'hui une large communauté et l'Adira a développé une réelle ingénierie dans ce domaine au bénéfice de l'attractivité de l'Alsace et de la promotion des compétences et des savoir-faire des entreprises.

Réseaux sociaux :

- Plus de 2 500 000 fans sur nos communautés
- Plus de 800 publications
- Plus de 670 000 interactions générées en moyenne chaque mois sur l'ensemble des pages, avec un record annuel à plus de 840 000 en décembre 2021
- 31 096 000 vues de vidéos, soit une moyenne de 2 500 000 vidéos vues par mois

Partenaires de la Marque Alsace

- La Marque Alsace dépasse les 9 000 partenaires en 2021

Marque Alimentaire

- Savourez l'Alsace et Savourez l'Alsace Produit du Terroir : 3 000 références de produits et 100 entreprises sont engagés dans la démarche

Alsace Excellence

- 115 entreprises sont labellisées Alsace Excellence, dont 37 nouvelles en 2021, qui ont une réelle volonté d'apporter de la richesse sur le territoire alsacien et qui ont investi plus d'1,1 milliards d'euros sur les 5 dernières années en Alsace.

II. Défendre l'esprit d'entreprendre de nos territoires et accompagner fortement les activités de proximité

Les entreprises détiennent de nombreuses clés pour l'emploi, le tourisme, l'alimentation de nos concitoyens et plus largement l'aménagement du territoire. La Collectivité européenne d'Alsace ne dispose plus de la compétence d'aide aux entreprises, mais elle peut agir sur l'environnement dans lequel elles évoluent.

Il est proposé que la Collectivité européenne d'Alsace affirme son soutien au travers de 2 nouveaux partenariats qui ont fait l'objet d'échanges avec l'ADIRA et la Chambre de Métiers d'Alsace :

A. Le déploiement de la Marque Alsace autour de trois nouvelles priorités confiées à l'Adira

La démarche de marketing territorial de la Marque Alsace est construite autour des 3 axes stratégiques suivants :

- **Rendre visible pour faire consommer alsacien** avec des actions de communication ciblées et convergées (qualification de l'offre, développement de communautés consommatrices, campagnes de promotion des marques produits) ;
- **Fédérer et activer les partenaires de la marque** (entreprises, ambassadeurs, institutionnels, communautés sur les réseaux sociaux) ;
- **Qualifier autour des produits et services** d'une part (marques alimentaires savourez l'Alsace et Savourez l'Alsace produit du terroir) **et des entreprises** d'autre part (artisans d'alsace, marque employeur) ;

Il est proposé à notre collectivité de soutenir particulièrement trois priorités pour les années 2022 à 2023 qui doivent permettre de continuer à différencier notre territoire en mettant en avant les atouts de ses entreprises :

- Le développement de la Marque « Fabriqué en Alsace »
- L'accompagnement du lancement de la Marque « Employeur Alsace »
- La promotion des territoires d'Alsace

1. Développement de la Marque « Fabriqué en Alsace »

Initiée en 2021, la Marque « Fabriqué en Alsace » a pour objectif de signer les produits des fabricants présents sur tout le territoire alsacien, hors agroalimentaire et vins, quelle que soit la taille de l'entreprise.

Un travail de préfiguration a été mené avec une quinzaine d'entreprises pilotes. Seize autres sociétés ont rejoint l'initiative courant 2022, portant aujourd'hui leur nombre à trente et une entreprises engagées dans la promotion de la marque « fabriqué en Alsace »

Pour être éligible, la fabrication du produit doit être effectuée en Alsace, et plus précisément les étapes de production qui lui confèrent ses caractéristiques essentielles ont lieu en Alsace.

Un comité d'accréditation animé par l'Adira et composé de représentants d'entreprises adhérentes examinera les candidatures.

Les objectifs de cette démarche sont multiples :

Pour l'entreprise, la Marque « Fabriqué en Alsace doit permettre de :

- ⓐ **Différencier ses produits** autour d'une marque produit porteuse de valeur,
- ⓐ Bénéficier de **l'image de qualité et d'excellence**, associée aux savoir-faire alsaciens,
- ⓐ **Rassurer le consommateur** sur la provenance des produits,
- ⓐ Bénéficier **d'une communication et d'une visibilité globale**,
- ⓐ Bénéficier d'un **réseau**,
- ⓐ **Soutenir l'économie alsacienne.**

Pour le territoire, la marque « Fabriqué en Alsace » doit conduire à :

- Apporter de la valeur aux produits fabriqués en Alsace au travers de la Marque ;
- Apporter de la notoriété et de la visibilité au territoire via les produits accrédités ;
- Fédérer les acteurs du territoire autour d'une marque porteuse de valeurs ;
- Permettre aux entreprises de production alsaciennes de développer leur chiffre d'affaires ;
- Créer de la richesse et des emplois sur le territoire.

Le budget prévisionnel pour les années 2022 à 2026 s'élève à 75 000 € pour les actions de lancement, communication, promotion et recrutement d'entreprises pour la démarche. Les entreprises adhérentes s'acquitteront d'une cotisation annuelle calculée en fonction du chiffre d'affaires.

Il est proposé que la Collectivité participe à raison de 20 000 € en 2022 et 25 000 € en 2023. Pour les années suivantes, des aides pourront être accordées en fonction du retour d'expérience et des premiers résultats obtenus. Un bilan intermédiaire sera présenté fin 2023 en 2^{ème} commission.

2. Lancement de la Marque « Employeur Alsace »

Les entreprises sont confrontées aujourd'hui à trois difficultés majeures : le coût des matières, la disponibilité d'une énergie décarbonée et abordable, ainsi que la pénurie de main d'œuvre adaptée aux besoins. L'Alsace n'échappe pas à ces problèmes.

L'ADIRA a initié au 2^{ème} semestre 2021, autour d'un collectif de plus de 70 entreprises et représentants de quatre territoires pionniers (Saint-Louis, Pays Rhin-Brisach, Eurométropole et Haguenau), une démarche inédite visant à créer une Marque « Employeur Alsace ». L'objectif est de recenser, partager et promouvoir les nombreux facteurs d'attractivité de l'Alsace et de chacun de ses territoires : qualité de vie, richesse environnementale, diversité culturelle, dynamique économique et industrielle...

Ce travail a permis de définir des valeurs communes aux entreprises et aux territoires pour inventer de nouveaux leviers de coopérations et d'attractivité. La marque employeur aura pour vocation de servir le recrutement autour de chacune des étapes clés d'un parcours collaborateur (1- susciter les vocations, 2- former juste, 3- faire connaître et générer des candidatures, 4- intégrer et accueillir, 5- fidéliser et garder le lien).

Afin de pouvoir engager les premières actions concrètes (charte d'engagement, guide d'accueil, site collaboratif, ateliers de partage d'expériences, salon de recrutements, campagnes de communication, promotion auprès des entreprises ...) le budget prévisionnel pour les années 2022 à 2026 est estimé à 450 000 €.

Il est proposé que la Collectivité s'engage à ce stade pour 2022 et 2023. **Avec des dépenses estimées à 140 000 €, la participation serait de 20 000 € en 2022 et 120 000 € en 2023.** Pour les années suivantes, des aides pourront être accordées en fonction du retour d'expérience et des premiers résultats obtenus. Un bilan intermédiaire sera présenté fin 2023 en 2^{ème} commission.

3. La promotion des territoires d'Alsace

La troisième priorité consiste à assurer la promotion des territoires d'Alsace en mettant en œuvre une stratégie de communication et de visibilité dédiée à la promotion de l'attractivité des sept territoires de la CEA en valorisant leurs spécificités et leurs atouts. Il s'agira également de soutenir les filières d'avenir ou les démarches des collectifs d'entreprises qui renforcent la compétitivité de l'Alsace, à l'instar de l'action de valorisation de la filière bois engagée lors des deux journées à Colmar et à Strasbourg les 21 et 28 octobre 2022.

En effet, fort de l'expertise développée par le pôle marque de l'Adira sur les réseaux sociaux et les communautés d'ambassadeurs, il s'agit de mettre à disposition cette ingénierie et ce savoir-faire au bénéfice des acteurs d'un territoire désireux d'en assurer la promotion.

Cette déclinaison s'appuierait sur un partenariat à nouer avec les différentes intercommunalités et les entreprises qui composent nos territoires.

Le budget prévisionnel pour les années 2022 à 2026 s'élève à 375 000 €.

Pour initier la démarche, **il est proposé que la Collectivité s'engage durant les deux premières années à raison de 60 000 € en 2022 et 90 000 € en 2023.** Pour les années suivantes, des aides pourront être accordées en fonction du retour d'expérience et des premiers résultats obtenus. Un bilan intermédiaire sera présenté fin 2023 en 2^{ème} commission.

Il est proposé que l'Adira vienne présenter la démarche et les modalités de mise en œuvre au sein de chacune des commissions territoriales au cours du premier trimestre 2023.

Il est proposé d'approuver la convention de partenariat 2022-2023 avec l'ADIRA autour de ces 3 priorités pour un soutien financier total de 335 000 € dont 100 000 € en 2022 et 235 000 € en 2023.

B. Un partenariat à conclure avec la Chambre de Métiers d'Alsace autour du développement de la Marque « ARTISAN D'ALSACE »

L'artisanat alsacien, fort de ses 250 métiers, 46 034 entreprises et 163 979 emplois (près de 16 % de l'emploi alsacien), détient de nombreuses clés pour le développement de l'économie locale, du logement, du tourisme et plus largement pour l'aménagement de nos territoires.

La Collectivité européenne d'Alsace reconnaît le rôle essentiel de l'artisanat alsacien pour la préservation de nos emplois, de nos traditions et savoir-faire, pour une Alsace attractive et ambitieuse pour son avenir.

Les entreprises artisanales jouent un rôle prépondérant dans l'accompagnement des transitions écologiques, numériques et démographiques. L'Alsace a besoin d'un artisanat prospère qui irrigue la vitalité de nos villes et nos villages, qui propose un niveau de service de haute qualité aux habitants et à l'industrie et qui offre des perspectives d'emploi à nos jeunes.

L'Alsace s'est aussi toujours distinguée par une forte structuration des corporations artisanales : elles participent à la mise en place des filières de formations professionnelles et promeuvent les professions. L'absence d'adhésion obligatoire des artisans à une corporation depuis le 30 novembre 2012 a profondément marqué la représentation des métiers. Une réflexion sera ainsi menée entre la Collectivité européenne d'Alsace et la Chambre de Métiers d'Alsace afin de pérenniser leur visibilité.

Après l'adoption d'une convention de partenariat avec la Chambre d'Agriculture et la Chambre de Commerce et d'Industrie, il est proposé à l'assemblée d'approuver la convention cadre avec la Chambre de Métiers d'Alsace.

Celle-ci a été élaborée autour de quatre axes de collaboration pour la mise en œuvre d'actions à réaliser conjointement sur la période 2022-2025 :

- 1- Valoriser les savoir-faire de l'artisanat alsacien
- 2- Promouvoir les métiers, informer et orienter les jeunes
- 3- Accompagner les entreprises dans leur développement et les personnes en recherche d'emploi
- 4- Contribuer aux transitions énergétiques et écologiques

Axe 1 : VALORISER LES SAVOIR-FAIRE DE L'ARTISANAT ALSACIEN

Action 1.1 – Développer la Marque « ARTISAN D'ALSACE »

La CMA, en lien avec l'ADIRA et les organisations professionnelles de l'artisanat alsacien, a souhaité créer la Marque « ARTISAN D'ALSACE » lancée en février 2022.

Cette Marque valorise la richesse des savoir-faire des artisans, elle porte des valeurs de qualité et d'origine territoriale et vise à apporter aux habitants une visibilité supplémentaire de qualité et d'engagement social territorial des entreprises artisanales. A ce jour, plus de 161 entreprises se sont vues décernées cette marque de qualité et 46 candidatures sont en cours d'examen.

- ✓ **Il est proposé d'attribuer à la CMA une subvention de fonctionnement de 182 875 euros pour le développement de la Marque « ARTISAN D'ALSACE » pour les années 2022 à 2025.**

Action 1.2 – Mettre en lumière l'artisanat local (Fête de l'Artisanat)

Lors de la 3^{ème} édition de la Fête de l'Artisanat, qui s'est déroulée du 10 au 12 juin 2022 sur 3 sites alsaciens (au Château du Haut-Koenigsbourg, au Quartier Plessier d'Altkirch et au siège de la CMA à Schiltigheim), les artisans, les organisations professionnelles, les associations locales d'artisans et les structures de formation ont proposé des animations, démonstrations, dégustations. Cette édition 2022 a accueilli un total de 6 625 visiteurs sur les 3 sites.

Deux sites de la Collectivité européenne d'Alsace ont été mis à disposition pour cette nouvelle édition : le Château du Haut-Koenigsbourg et le Quartier Plessier d'Altkirch.

Dans le cadre de cette journée, la Chambre de Métiers d'Alsace a mené une action spécifique avec les collèges du secteur d'Altkirch :

- des visites du site ont été organisées pour des collégiens de classes de 4^{ème} et 5^{ème}, via des déplacements en bus.
- 135 jeunes, issus de 3 collèges (Collège de la Largue à Seppois le Bas, Collège Jean Monnet à Dannemarie et Collège Lucien HERR à Altkirch) ont ainsi approchés le monde de l'Artisanat.

Les collégiens ont pu rencontrer des artisans, assister à des démonstrations et bénéficier de conseils individuels concernant les métiers, les parcours de formation. Ils ont été accompagnés tout au long du parcours et auprès des exposants par les conseillers de l'équipe du Service Jeunes et Entreprises de la CMA.

- ✓ **Il est proposé d'attribuer une subvention de fonctionnement de 6 000 euros pour la réalisation de la Fête de l'Artisanat 2022 au mois de juin dernier.**

Action 1.3 – Soutien aux corporations d'Alsace

Il est envisagé un soutien à la Scène des Métiers de la Foire Européenne de Strasbourg et une extension de ces démonstrations aux Foires de Colmar et de Mulhouse.

Ces actions permettront notamment aux bénéficiaires du RSA mais également aux collégiens de découvrir les métiers de l'artisanat, obtenir des renseignements concrets et pratiques pour susciter des vocations et par là-même encourager l'entrepreneuriat.

Axe 2 : PROMOUVOIR LES MÉTIERS, INFORMER ET ORIENTER LES JEUNES

Action 2.1 – Sensibilisation les collégiens à l'artisanat

Afin de rapprocher l'offre de formation des entreprises artisanales et les demandes des jeunes, la Chambre de Métiers d'Alsace oriente son action vers les collégiens qui souhaitent apprendre un métier dans le secteur de l'artisanat.

Les stages de découverte de 3^{ème} constituent une étape favorisant la découverte d'un univers professionnel. Ainsi, les relations privilégiées entre la Chambre de Métiers d'Alsace et la Collectivité européenne d'Alsace permettront de :

- Maximiser le nombre d'offres de stage au sein d'entreprises artisanales alsaciennes sur la plateforme dédiée **stage-de-troisième.alsace.eu** ;
- Favoriser l'émergence de parcours permettant de découvrir plusieurs entreprises au fil de la semaine. Le projet pilote « 1 jour, 1 entreprise, 1 métier » mené conjointement par la CeA, la Communauté d'Agglomération de Haguenau (CAH) et la CMA vers un groupe de collégiens de 3^{ème} du Val-de-Moder peut se confirmer être une expérience à généraliser.
- Réaliser des interventions au sein des collèges afin de sensibiliser les jeunes et les équipes pédagogiques à la connaissance du secteur de l'artisanat et aux opportunités offertes par ses 250 métiers, via l'apprentissage.
A l'image du Food Truck «La Caravane Gourmande », des démonstrations in-situ des métiers développeront l'appétence des jeunes pour ces emplois.

Cette action ne nécessite pas un budget dédié.

Action 2.2 – Accompagner les jeunes de l’Aide Sociale à l’Enfance

L’Aide Sociale à l’Enfance, placée sous l’autorité du Président de la Collectivité européenne d’Alsace, est en charge d’apporter un soutien matériel, éducatif et psychologique aux mineurs, à leur famille, aux mineurs émancipés et aux jeunes majeurs âgés de moins de 21 ans confrontés à des difficultés sociales.

La Chambre de Métiers d’Alsace s’engage à :

- Organiser des séances d’informations à l’échelle des 7 territoires sur les métiers, les formations, les offres de stages auprès des travailleurs sociaux ;
- Conduire une réflexion autour de la mise en place de mentorats pour les mineurs confiés.
- Participer au « Forum Jeunes » de la Collectivité européenne d’Alsace, un événement organisé pour tous les jeunes confiés à l’Aide Sociale à l’Enfance.

L’objectif de l’évènement est de préparer à la majorité et d’éviter les ruptures de parcours sur la santé et l’accès aux droits. Le Forum a été organisé pour la première fois le 29 juin dernier à l’hôtel de la CeA de Strasbourg.

Cette action ne nécessite pas un budget dédié.

Axe 3 : ACCOMPAGNER LES ENTREPRISES DANS LEUR DÉVELOPPEMENT ET LES PERSONNES EN RECHERCHE D’EMPLOI

Action 3.1 – Co-organiser une fois l’an, dans un des 7 territoires de la CeA, un évènement ouvert aux Bénéficiaires du RSA de moins de 30 ans

On compte aujourd’hui près de 10 000 jeunes de moins de 30 ans à l’échelle de l’Alsace qui sont bénéficiaires du revenu de solidarité active. La Collectivité entend renforcer le levier de l’apprentissage pour proposer une solution de formation et de retour à l’emploi à ces jeunes. L’Alsace, en 2022, compte 1717 jeunes en apprentissage dans ses 2 centres de formation de l’Artisanat.

Il est proposé de participer à l’organisation d’un évènement de type « Forum Emploi » en amont des campagnes d’inscription des Centres de Formations, afin de maximiser l’éveil des vocations et faciliter les mises en contacts entre les candidats apprentis et les maîtres apprentis. Cet évènement s’insérera bien sûr dans l’écosystème de l’emploi, en association avec Pôle Emploi et les Missions Locales concernées.

Les équipes des développeurs emplois de la Collectivité seront mobilisés pour proposer des parcours de mise à l’emploi adapté en mobilisant les dispositifs d’accompagnement liant la formation et l’accès à l’emploi dans les métiers en tension (dispositif Parcours d’Acquisition de Compétences en Entreprise [PACE], en partenariat avec la Région, ou dispositif Action de formation en situation de travail [AFEST] en partenariat avec la CMA).

Le budget de cette action n’est pas chiffré à ce stade. Les dépenses éventuelles seront couvertes par les crédits de droit commun.

Action 3.2 – Favoriser l’entrepreneuriat chez les BRSA

De nombreux BRSA ont un projet de création d’entreprise, notamment dans le secteur artisanal. Ensemble, la Collectivité européenne d’Alsace et la Chambre de Métiers d’Alsace peuvent agir pour sensibiliser ce public à la création d’entreprise et apporter les connaissances utiles à la création d’entreprise afin de maximiser les probabilités de succès du projet et le taux de survie à 5 ans.

Le Salon « **Créer, Reprendre et Développer sa Boîte en Alsace** », événement phare annuel de l’entrepreneuriat, permet notamment aux bénéficiaires du RSA qui ont un projet de création d’entreprise de trouver en un seul lieu les conseils et expertises nécessaires. Les équipes de développeurs territoriaux emploi de la Collectivité seront mobilisées sur le salon.

- ✓ **Il est proposé d’attribuer une subvention de fonctionnement de 15 000 euros pour l’organisation du Salon 2022 « Créer reprendre et développer sa boîte en Alsace » qui s’est tenu le 14 novembre dernier.**

Action 3.4 – Développer la connaissance et les relations transfrontalières

Le dispositif « apprentissage transfrontalier », qui existait depuis 2014 dans le Rhin supérieur, a été mis en difficulté par la loi de 2018 relative au choix de son avenir professionnel. Une solution semble avoir été trouvée via la loi « 3DS », promulguée le 21 février 2022 : son article 186 inscrit dans le Code du travail de nouvelles dispositions concernant le développement de l’apprentissage transfrontalier.

La loi doit être complétée, sur ce point, par une ordonnance à venir au plus tard le 31 décembre 2022. Cette ordonnance définira les modalités d’organisation, de mise en oeuvre et de financement de l’apprentissage transfrontalier.

Il s’agit désormais de concrétiser cette ambition. La Collectivité européenne d’Alsace, de même que la Chambre de Métiers d’Alsace, souhaite une relance rapide de ce dispositif et des actions communes pourront être imaginées dans ce cadre.

Le budget de cette action n’est pas chiffré à ce stade. Les dépenses éventuelles seront couvertes par les crédits de droit commun.

Axe 4 : CONTRIBUER AUX TRANSITIONS ÉCOLOGIQUES ET ÉNERGETIQUES

Action 4.1 – La lutte contre la précarité énergétique

Les Programmes d’Intérêt Généraux (PIG) - « Habiter Mieux 68 » (2018 - 2023) sur le Haut-Rhin hors M2A et « Rénov’Habitat 67 » (2020 - 2023) sur le Bas-Rhin hors EMS - ont amélioré le quotidien de nombreux ménages alsaciens tout en créant des retombées économiques importantes sur le territoire. Sur la période 2018-2020, ce sont ainsi **4 334 logements** qui ont été réhabilités sur la CeA grâce à ces PIG pour des subventions à hauteur de 43,85 M€.

L’ambition de ces programmes est renouvelée et amplifiée par le Plan rebond mis en place par la CeA, avec une enveloppe de 10 M€ sur la période 2021-2023 mobilisable pour les travaux de rénovation énergétique, la lutte contre l’habitat indigne et les copropriétés dégradées.

La CMA est associé à cette démarche et est de ce fait un relais d'information auprès des entreprises artisanales et des organisations professionnelles. L'objectif est de travailler avec les filières professionnelles sur l'emploi de techniques et de matériaux écologiques pour les rénovations énergétiques de logements privés.

Action 4.2 – Transition écologique

Il est prévu que le PIG Transition Ecologique encadre les modalités techniques de l'amélioration de l'habitat en prenant en compte à la fois le tissu professionnel, les filières des matériaux du BTP et les caractéristiques architecturales et urbaines locales.

L'objectif est de favoriser la conversion d'entreprises existantes, l'implantation de nouvelles entreprises et le développement d'emplois en lien avec l'excellence écologique.

Le partenariat avec la Chambre de Métiers d'Alsace consistera à réaliser un travail en amont avec la formation initiale et continue . Les freins soulevés par les professionnels étant multiples :

- Économiques : un coût pensé plus élevé par rapport aux matériaux traditionnels, peu d'éléments incitatifs (aides financières), etc.
- Techniques : manque de connaissance des performances globales, peu de contrôle de la qualité des produits
- Réglementaires : méconnaissance des aspects liés aux assurances
- Culturels : une réticence vis-à-vis de ces matériaux, l'habitude d'utilisation de matériaux "traditionnels", la crainte des professionnels et usagers relatifs aux risques (par exemple, l'utilisation de la paille pour isoler, dû à la peur de risques incendie supposés plus importants)

Un travail de formation des artisans et de leurs salariés à de nouveaux produits et de nouvelles méthodes est ainsi nécessaire.

Dans le cadre de ce partenariat avec la Chambre de Métiers d'Alsace, 3 actions initiées par la CMA pourraient bénéficier d'un soutien financier de la Collectivité européenne d'Alsace dès cette année :

- ✓ une subvention de fonctionnement de 182 875 euros pour le développement de la Marque « Artisan d'Alsace » pour les années 2022 à 2025.

Cette marque valorise la richesse des savoir-faire des artisans, elle porte des valeurs de qualité et d'origine territoriale et incite le public à consommer local.

- ✓ une subvention de fonctionnement de 6 000 euros pour la réalisation de la Fête de l'Artisanat 2022 au mois de juin dernier.

La troisième édition annuelle de la « Fête de l'Artisanat » a mis en lumière les artisans alsaciens et les filières de formation de l'artisanat.

2 sites de la Collectivité européenne d'Alsace ont été mis à disposition pour cette nouvelle édition : le Château du Haut-Koenigsbourg et le Quartier Plessier d'Altkirch.

La Chambre de Métiers d'Alsace mène une action spécifique avec les collègues des secteurs de la manifestation : des visites des sites ont été organisées pour des collégiens de classes de 4^{ème} et 5^{ème}, via des déplacements en bus.

- ✓ une subvention de fonctionnement de 15 000 euros pour l'organisation du Salon 2022 « Créer reprendre et développer sa boîte en Alsace » qui s'est tenu le 14 novembre dernier.

Ce salon a permis notamment aux Bénéficiaires du Revenu de Solidarité Active (BRSA), qui souhaitent se lancer dans l'aventure de l'entrepreneuriat, souvent en microentreprise, de trouver toutes les informations et de prendre tous les contacts nécessaires.

III. La poursuite de notre soutien au développement des circuits courts et à la promotion des producteurs et produits locaux

La Collectivité européenne d'Alsace et le Pôle alimentaire Alsacien partagent une volonté forte de développement des productions locales de qualité afin que nos concitoyens puissent y avoir accès chez eux comme en restauration hors domicile.

Par délibération du 31 mai 2021, la Collectivité européenne d'Alsace a acté les contours d'une stratégie alimentaire locale autour des Marques « Savourez l'Alsace » (SA) et « Savourez l'Alsace Produit du Terroir » (SAPT) qui qualifient le savoir-faire et l'excellence des filières et des produits locaux pour favoriser la consommation de produits agroalimentaires alsaciens.

La Collectivité européenne d'Alsace a décidé de soutenir ce projet à hauteur maximum de 1,5 million d'euros sur 3 ans (mi 2021 à mi 2024). Cet engagement de 1,5 M€ est un engagement financier prévisionnel (Délibération CD-2021-5-3-2 du 31 mai 2021).

Cette stratégie vise à répondre aux nombreux enjeux qui s'inscrivent dans le développement des filières agroalimentaires notamment la santé publique, le développement durable dans un contexte de mondialisation et le maintien des emplois pour un pan d'activité qui représente le 2^{ème} secteur industriel en Alsace et compte 6 500 exploitations agricoles.

Le Pôle alimentaire Alsacien s'organise d'une part autour de la Marque « Savourez l'Alsace », portée par l'ARIA (Association Régionale des Industries Agro-alimentaires) qui identifie les produits alimentaires élaborés en Alsace et d'autre part, autour de la Marque « Savourez l'Alsace Produit du Terroir », portée par Alsace Qualité, qui identifie les produits agricoles cultivés et élevés en Alsace et les produits agroalimentaires transformés en Alsace avec minimum 80 % de matière première alsacienne.

L'ARIA fédère 20 industriels alsaciens et Alsace Qualité a plus de 160 entreprises et filières agroalimentaires adhérentes. Le pôle alimentaire représente ainsi environ 50% des entreprises des filières agroalimentaires concernées : 17000 personnes environ travaillent autour du dispositif des marques SAPT/SA.

En 2021, un soutien de 200 000 € a été accordé à l'ADIRA pour le développement de ce pôle et notamment la création en novembre 2021 de l'Association pour la Promotion et le Développement des Marques Alimentaires Alsace (APDMAA). En 2022, un partenariat avec cette association a été lancé avec une aide de 485 000 € de notre Collectivité.

1- Un premier bilan 2022 encourageant

Au cours de ces derniers mois, l'APDMAA a participé à de nombreuses manifestations qui lui ont permis de promouvoir les marques « Savourez l'Alsace » et « Savourez l'Alsace Produit du Terroir », ainsi que ses adhérents :

- Salon International de l'Agriculture du 26 février au 6 mars, avec une fréquentation soutenue sur le stand tous les jours (503 000 visiteurs au SIA sur les 10 jours), 470 participants au jeu concours ;
- Salon EGAST du 27 février au 2 mars, partenariat avec l'UMIH 67 et ADT pour un stand commun et partenariat avec le CEFPPA d'Illkirch pour la réalisation du menu du restaurant d'application (produits SA et SAPT dans le menu) ;
- Opération distributeur METRO le 24 mars, accès sur la restauration indépendante ;
- Salon Made in Elsass à Haguenau du 4 au 6 juin ;
- Foire aux Vins de Colmar en juillet sur le stand de la Chambre d'Agriculture, 600 bulletins de participation au jeu concours ;
- Foire Européenne de Strasbourg en septembre : au sein de l'Espace Agricole, un stand de vente de produits sous les marques SA et SAPT ;
- Concours de labours agricoles à Dietwiller les 3 et 4 septembre (4000 visiteurs) ;
- Saveurs et Soleil d'Automne du 22 au 25 septembre à Illkirch-Grafenstaden, plus grand show fruits et légumes de France (4 ha d'exposition, 35 000 visiteurs sur cette édition malgré une météo capricieuse), 6 exposants SA et SA-PT y ont vendu leurs produits ;
- Opération Dégustons l'Alsace durant les mois de mai et d'octobre : promotion des produits SA et SAPT dans l'univers de la restauration, environ 150 producteurs et industriels touchés, 129 restaurants inscrits et 21 restaurants collectifs API ;

Concernant l'activité sur les réseaux sociaux, le passage de la page Facebook SA et SAPT à la page Facebook « Alsace » a permis une connexion directe aux 1,2 millions de fans, dont 120 000 en Alsace :

- 28 publications SA/SAPT
- 7 225 000 affichages - 4 752 000 vues de vidéos
- 529 000 interactions
- 17 000 clics vers les sites web évoqués
- 4 752 000 vues de vidéos

2- Les axes de développement en 2023

Dans un contexte inflationniste et de négociations commerciales tendues avec certains distributeurs, les adhérents ont exprimé la nécessité de renforcer les moyens destinés à la promotion.

Les axes de partenariat, engagés en 2021 et renforcés en 2022 grâce au recrutement par l'APDMAA de deux chargés de mission dont une personne chargée des opérations commerciales et l'autre personne dédiée au développement des filières et du sourcing, vont être consolidés en 2023. Ces axes de partenariat sont les suivants :

Axe 1 : Promotion des marques SA et SAPT : visibilité et notoriété

- Développer le nombre d'entreprises et de références produits porteurs d'une des deux marques, en novembre 2022, 120 entreprises et 4356 produits sont référencés :
 - 3136 produits SA vs 1925 produits en 2019 ;
 - 1220 produits SAPT vs 1188 fin 2021.
- Développer la présence des Marques dans la restauration hors foyer (RHF) : Cela nécessitera un travail minutieux pour garder la noblesse des marques et que les logos ne soient pas utilisés à mauvais escient. L'association souhaite commencer par 5/6 restaurants pilotes.
- Engager de nouveaux partenariats avec des spécialistes culinaires (blogueur/influenceur) dans le cadre de l'année de la gastronomie ;
- Développer la vente en ligne des gammes SA/SAPT : partenariat à venir avec bienmanger.com (propositions de paniers gourmands des produits SA/SAPT) ;

Axe 2 : Développement des opérations commerciales

- Promouvoir la présence des Marques en grandes et moyennes surfaces (GMS) : accroître le nombre d'enseignes partenaires des marques, le nombre d'opérations enseignes valorisant les marques, le nombre et la part produits des deux marques dans les catalogues liés aux opérations enseignes, le nombre de magasins participants aux opérations de promotion ;
Aujourd'hui 4 enseignes sont partenaires :
 - E.Leclerc (SCAPALSACE), environ 50 magasins
 - Intermarché, environ 30 magasins
 - Système U, environ 45 magasins
 - Auchan, l'hypermarché à Illkirch
- Permettre à davantage d'entreprises SA/SAPT d'intégrer la GMS : mieux identifier les marques SA/SAPT en « entrée produits » lors des commandes en ligne des drives :
Depuis septembre 2022, lorsque l'enseigne E. Leclerc organise une opération dépliant avec Savourez l'Alsace Produit du Terroir et Savourez l'Alsace. Les produits du dépliant disponibles dans le drive sont mis en avant via une catégorie « Dégustez l'Alsace ».
L'association souhaiterait dupliquer ce modèle et le pérenniser hors période de promos avec d'autres enseignes.
- Avoir un ou plusieurs magasins « vitrines » SA/SAPT dans le parc GMS alsacien : cela apportera une forte visibilité à SA/SAPT (fourniture de bandes de rives, visites, travail avec les chefs.fffes de rayon et de départements concernés).
Depuis septembre 2022, une première expérience est en cours avec Auchan Illkirch: montage d'une opération ad hoc; balisage permanent des rayons Libre Service Frais ; Epicerie ; liquide.
Le modèle sera dupliqué dans plusieurs autres magasins en fonction des retours et des apprentissages avec Auchan.
- Développer la présence des Marques hors Alsace : renforcer les partenariats avec des enseignes GMS ou cafés hôtels restaurants (CHR), le nombre d'opérations valorisant les marques, le nombre de produits des 2 marques liés aux opérations, le nombre de magasins, restaurants, etc., participant aux opérations.

- Développer la présence des marques alsaciennes sur des salons professionnels.

Axe 3 : Animation des réseaux d'entreprises

- Renforcer le nombre de grossistes partenaires des marques, le nombre d'opérations grossistes valorisant les marques, le nombre et la part produits des deux marques dans les catalogues liés aux opérations grossistes, le nombre de magasins et de restaurants participant aux opérations.

L'association a déjà échangé, travaillé et monté des opérations ou des projets avec :

- Episaveurs (Groupe Pomona)
- Passion Froid (Groupe Pomona)
- Transgourmet (Strasbourg et Guemar)
- Metro (Strasbourg + Colmar + Mulhouse)
- Promocash
- SAPAM

Elle souhaiterait également travailler avec Pro Appro et les grossistes/distributeurs des produits liquides (boissons).

Axe 4 : Structuration des filières

- Organiser les filières autour de la marque « Savourez l'Alsace Produit du terroir » en favorisant les accords agriculteurs/industriels de l'alimentaire. Des pistes de synergie sont étudiées :

- Alsace Lait souhaite développer une filière beurre, beurre qui peut intéresser les producteurs de pâtisseries ;
- Mise en place et structuration d'une filière viande sur le secteur nord de l'Alsace ;
- Une filière fruits et sucre pour un confiturier ;
- Des huiles essentielles pour un fabricant d'huile de colza ;
- De l'huile de colza pour un fabricant de tartes flambées ;
- Des légumes pour une chaîne de grossistes.

- Alimenter la base de données des acteurs de l'agroalimentaire de la plateforme Business Sourcing développée par la CCI avec le soutien de la CEA ;

- Développer les ventes en circuits courts des produits des deux marques, le nombre d'opérations de mise en relation transformateurs /restaurateurs. Ce travail autour des circuits courts se fera en collaboration étroite avec la Chambre d'Agriculture et dans le cadre de la convention ad hoc entre la CEA et la Chambre.

➤ Budget 2023

Le budget prévisionnel 2023 lié à ces actions s'élève à 400 000 €. Il est réparti sur 4 postes principaux de dépenses :

- Frais de fonctionnement
- Actions de visibilité marques/adhérents
- Développement de filières
- Participation à des salons et évènements

Il est proposé que la Collectivité européenne d'Alsace participe à hauteur de 400 000 € au budget 2023 de l'association, sachant que ce pôle alimentaire devrait s'autofinancer d'ici 2024/2025.

Les modalités d'attribution et de versement de la subvention de fonctionnement 2023 sont précisées dans la convention financière jointe en annexe du présent rapport.

En conclusion, au vu de ce qui précède, je vous propose :

Concernant le partenariat à conclure avec l'ADIRA :

- D'accorder à l'ADIRA, des subventions de fonctionnement pluriannuelles pour les années 2022 à 2023 pour le développement de la Marque Alsace, à savoir :
 - o 140 000 € répartis sur 2 ans, pour le lancement de la démarche « Marque Employeur Alsace » : 20 000 € en 2022 et 120 000 € en 2023 ;
 - o 45 000 € répartis sur 2 ans, pour le développement de la Marque « Fabriqué en Alsace » et sa visibilité : 20 000 € en 2022 et 25 000 € en 2023 ;
 - o 150 000 € répartis sur 2 ans, pour les actions en faveur d'une ambition pour les territoires d'Alsace et les filières économiques alsaciennes : 60 000 € en 2022 et 90 000 € en 2023.

Les versements des subventions se feront conformément aux modalités prévues dans la convention financière y afférente, jointe en annexe au présent rapport :

➤ Action 1 : lancement de la démarche « Marque Employeur Alsace »

La subvention de 140 000 € sera versée selon l'échéancier suivant :

- Versement d'un acompte de 20 000 € après signature de la convention par les parties et au vu du budget prévisionnel pluriannuel 2022-2026 du projet ;
- Versement du solde de 120 000 € au vu d'un décompte établi par le trésorier, l'expert-comptable ou le commissaire aux comptes des dépenses réalisées au titre de l'exercice 2022 et du 1^{er} semestre 2023 et au vu d'un bilan de l'année 2022 et du 1^{er} semestre 2023 établi par le Président de l'ADIRA. L'ADIRA s'engage par ailleurs à adresser un bilan financier et moral du projet 2022/2023 au plus tard le 30 juin 2024.

➤ Action 2 : développement de la Marque « Fabriqué en Alsace » et sa visibilité

La subvention de 45 000 € sera versée selon l'échéancier suivant :

- Versement d'un acompte de 20 000 € après signature de la convention par les parties et au vu du budget prévisionnel pluriannuel 2022-2026 du projet ;
- Versement du solde de 25 000 € au vu d'un décompte établi par le trésorier, l'expert-comptable ou le commissaire aux comptes des dépenses réalisées au titre de l'exercice 2022 et du 1^{er} semestre 2023 et au vu d'un bilan de l'année 2022 et du 1^{er} semestre 2023 établi par le Président de l'ADIRA. L'ADIRA s'engage par ailleurs à adresser un bilan financier et moral du projet 2022/2023 au plus tard le 30 juin 2024.

➤ Action 3 : une ambition pour les territoires d'Alsace et les filières économiques alsaciennes

La subvention de 150 000 € sera versée selon l'échéancier suivant :

- Versement d'un acompte de 60 000 € après signature de la convention par les parties et au vu du budget prévisionnel pluriannuel 2022-2026 du projet ;

- Versement du solde de 90 000 € au vu d'un décompte établi par le trésorier, l'expert-comptable ou le commissaire aux comptes des dépenses réalisées au titre de l'exercice 2022 et du 1^{er} semestre 2023 et au vu d'un bilan de l'année 2022 et du 1^{er} semestre 2023 établi par le Président de l'ADIRA. L'ADIRA s'engage par ailleurs à adresser un bilan financier et moral du projet 2022/2023 au plus tard le 30 juin 2024.
- D'approuver les termes de cette convention à conclure entre la Collectivité européenne d'Alsace et l'ADIRA et d'autoriser le 1^{er} Vice-Président à la signer ;
- Autorise le prélèvement des crédits correspondants sur l'opération P056O035 – Natana 865-65-65748-60 – du budget de la Collectivité européenne d'Alsace.

Concernant le partenariat 2022-2025 à conclure entre la Collectivité européenne d'Alsace et la Chambre de Métiers d'Alsace :

- d'approuver les termes du contrat cadre de partenariat 2022-2025 à conclure entre la Collectivité européenne d'Alsace et la Chambre de Métiers d'Alsace, joint en annexe au présent rapport, et de m'autoriser à le signer.
- d'attribuer une subvention de fonctionnement de 182 875 € à la Chambre de Métiers d'Alsace pour la promotion et le développement de la Marque « ARTISAN D'ALSACE » au titre de la période du 1^{er} janvier 2022 au 31 décembre 2025. Cette subvention sera versée par acomptes, selon l'échéancier suivant :
 - Versement d'un acompte de 67 875 € après signature de la convention par les parties et au vu du budget prévisionnel pluriannuel 2022-2025 du projet ;
 - Versement d'un acompte de 41 500 € au vu de la production d'un décompte établi par le trésorier, l'expert-comptable ou le commissaire aux comptes des dépenses réalisées au titre de l'exercice 2022 ;
 - Versement d'un acompte de 37 000 € au vu de la production d'un décompte établi par le trésorier, l'expert-comptable ou le commissaire aux comptes des dépenses réalisées au titre de l'exercice 2023 ;
 - Versement du solde de 36 500 € au vu de la production d'un décompte établi par le trésorier, l'expert-comptable ou le commissaire aux comptes des dépenses réalisées au titre de l'exercice 2024 et au vu de la production d'un bilan de l'action réalisée, établi par le Président de la CMA et adressé au plus tard le 30 octobre 2025.
- d'attribuer une subvention de fonctionnement de 6 000 € à la Chambre de Métiers d'Alsace pour la réalisation de la Fête de l'Artisanat 2022. La subvention sera versée en une seule fois, conformément aux modalités de versement précisées dans la convention financière jointe.
- d'attribuer une subvention de fonctionnement de 15 000 € à la Chambre de Métiers d'Alsace pour la réalisation du Salon 2022 « Créer reprendre et développer sa boîte en Alsace ». La subvention sera versée en une seule fois, conformément aux modalités de versement précisées dans la convention financière jointe.
- d'approuver les termes de la convention financière correspondante à conclure entre la Collectivité européenne d'Alsace et la Chambre de Métiers d'Alsace pour la promotion et le développement de la marque « Artisan d'Alsace », pour la réalisation de la Fête de l'Artisanat 2022 et pour la réalisation du Salon 2022 « Créer reprendre et développer sa boîte en Alsace », jointe en annexe au présent rapport et de m'autoriser à la signer.
- Autorise le prélèvement des crédits nécessaires sur l'opération P056O035 – Natana 3190-65-657381-60 – du budget primitif de la Collectivité européenne d'Alsace.

Concernant la poursuite du partenariat autour des marques Savourez l'Alsace et Savourez l'Alsace – Produit du terroir :

- d'attribuer une subvention de fonctionnement de 400 000 € à l'Association pour la Promotion et le Développement des Marques Alimentaires Alsaciennes « Savourez l'Alsace » et « Savourez l'Alsace Produit du Terroir » pour la poursuite du développement de la stratégie alimentaire au titre de l'année 2023.

Cette subvention fera l'objet d'un versement en deux fois, 50 % au 1^{er} trimestre 2023 après la signature de la convention financière et le solde au cours du deuxième semestre 2023, au vu d'un décompte financier établi par le trésorier de l'association portant sur le 1^{er} semestre 2023 et d'un bilan moral des actions réalisées au cours du 1^{er} semestre 2023 signé par les co-présidents de l'Association,

- d'approuver les termes de la convention financière à conclure entre la Collectivité européenne d'Alsace et l'Association pour la Promotion et le Développement des Marques Alimentaires Alsaciennes « Savourez l'Alsace » et « Savourez l'Alsace Produit du Terroir », jointe au présent rapport et de m'autoriser à la signer,
- d'autoriser le prélèvement des crédits nécessaires sur l'opération P0560036 – Natana 3345-65-65748-69 du budget primitif de la Collectivité européenne d'Alsace.

Je vous prie de bien vouloir en délibérer.

LE PRESIDENT



Frédéric BIERRY