

**Convention de partenariat
entre
la Collectivité européenne d'Alsace
et
l'ADIRA – Agence de Développement d'Alsace**

**portant sur l'attribution de subventions de fonctionnement
pour les années 2022 à 2023
pour le développement de la Marque « Fabriqué en Alsace », le lancement de la démarche
« Marque Employeur Alsace » et la promotion des territoires d'Alsace**

Entre

La Collectivité européenne d'Alsace, représentée par le premier Vice-Président du Conseil de la Collectivité européenne d'Alsace, dûment habilité par délibération du Conseil de la Collectivité européenne d'Alsace n° CD-2022- du 8 décembre 2022,

Ci-après dénommée « la Collectivité européenne d'Alsace » ou « la CeA »,

Et

L'ADIRA – Agence de Développement d'Alsace, représentée par son Président, dûment habilité par les statuts de l'ADIRA,

Ci-après dénommée « l'ADIRA ».

Vu la loi n°2019-816 du 2 août 2019 relative aux compétences de la Collectivité européenne d'Alsace,

Vu l'ordonnance n°2020-1304 du 28 octobre 2020 portant diverses mesures institutionnelles relatives à la création de la Collectivité européenne d'Alsace,

Vu le Code général des collectivités territoriales et notamment les articles L 1111-2, L 1111-4, L 1111-9, L 1111-10, L 3211-1,

Vu les articles L 262-1 et L 263-1 et suivants du Code de l'Action Sociale et des Familles,

Vu la déclaration commune en faveur de la Collectivité européenne d'Alsace signée le 28 octobre 2018,

Vu l'article 10 de la loi n°2000-321 du 12 avril 2000 relative aux droits des citoyens dans leurs relations avec les administrations et le décret n°2001-495 du 6 juin 2001 pris pour son application,

Vu la délibération du Conseil de la Collectivité européenne d'Alsace n° CD-2022-2-2-1 du 28 mars 2022 relative au budget primitif 2022 des politiques en faveur des dynamiques économiques, touristique, agricole, à l'emploi et aux transitions énergétiques et climatiques,

Vu la délibération du Conseil de la Collectivité européenne d'Alsace n° CD-2022-3-8-2 du 20 juin 2022 relative à la DM1 2022,

Vu le Règlement Budgétaire et Financier de la Collectivité européenne d'Alsace, en vigueur à la date de la délibération portant attribution des subventions, et notamment sa partie relative à la gestion des subventions,

Vu l'avis favorable de la Commission aux dynamiques économiques, touristique, agricole, à l'emploi et aux transitions énergétiques et climatiques du 17 novembre 2022,

Vu la demande de subvention du 7 avril 2022,

Il est préalablement exposé ce qui suit :

➤ La Marque Alsace, une marque de territoire qui fédère les alsaciens et les entreprises :

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, à raison des 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 l'Alsace et ça se voit jusque dans leur chariot de supermarchés. Les Alsaciens (8%) devançant 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 les 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.

➤ **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 la CeA 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.

Il est convenu ce qui suit :

Article 1er : Objet de la convention

La présente convention a pour objet de définir les conditions et modalités d'octroi, par la CeA, de subventions de fonctionnement à l'ADIRA, au titre :

- du développement de la Marque « Fabriqué en Alsace » ;
- du lancement de la démarche « Marque Employeur Alsace » ;
- de la promotion des territoires d'Alsace.

pour les années 2022 à 2023.

Le détail des projets ainsi que les budgets prévisionnels pluriannuels 2022-2026 figurent en annexes 1, 2 et 3 de la présente convention.

La mise en œuvre de ces projets présente un intérêt général.

C'est pourquoi, par la présente convention, la CeA s'engage à apporter des aides financières à l'ADIRA en vue de soutenir la bonne réalisation des projets définis ci-dessus que le bénéficiaire s'engage à mettre en œuvre, à son initiative et sous sa responsabilité, dans les conditions prévues par la présente convention, ses annexes et ses éventuels avenants.

Les subventions de la CeA devront uniquement être employées pour la mise en œuvre des projets précités.

La CeA n'attend aucune contrepartie directe de l'octroi des subventions précitées.

Article 2 : Détermination du montant des subventions

- Action 1 : développement de la Marque « Fabriqué en Alsace »

Le budget prévisionnel du projet de développement de la « Fabriqué en Alsace » est estimé à 75 000 € pour les années 2022 à 2026 (cf. annexe 1).

La CeA contribue financièrement pour un montant maximal de 45 000 € pour les années 2022/2023, à savoir :

- 20 000 € pour l'année 2022 ;
- 25 000 € pour l'année 2023.

- Action 2 : lancement de la démarche « Marque Employeur Alsace »

Le budget prévisionnel du projet de lancement de la démarche « Marque Employeur Alsace » est estimé à 450 000 € pour les années 2022 à 2026 (cf. annexe 2).

La CeA contribue financièrement pour un montant maximal de 140 000 € pour les années 2022/2023, à savoir :

- 20 000 € pour l'année 2022
- 120 000 € pour l'année 2023.

- Action 3 : la promotion des territoires d'Alsace

Le budget prévisionnel du projet de promotion des territoires d'Alsace est estimé à 375 000 € pour les années 2022 à 2026 (cf. annexe 3).

La CeA contribue financièrement pour un montant maximal de 150 000 € pour les années 2022/2023, à savoir :

- 60 000 € pour l'année 2022
- 90 000 € pour l'année 2023.

Les montants notifiés des subventions constituent des plafonds non susceptibles de révision, sauf accord convenu entre les parties dans le cadre d'un avenant à la présente convention.

Article 3 : Durée de la convention et durée de validité des aides de la CeA

3.1. Durée de la convention

La présente convention entrera en vigueur, par accord entre les parties, à compter du 1^{er} janvier 2022 et prendra fin avec l'extinction complète des obligations respectives des parties. En revanche, cette convention ne pourra faire l'objet d'aucune reconduction tacite.

3.2. Durée de validité des subventions

Les subventions attribuées doivent être affectée aux dépenses de fonctionnement portant sur la mise en œuvre des 3 projets définis à l'article 1^{er}.

Les actions subventionnées se déroulant sur plusieurs exercices et les subventions de fonctionnement étant gérées en autorisation d'engagement, les acomptes annuels pourront, le cas échéant, lorsque les conditions de versement sont réunies, être versés lors d'un autre exercice, sans nouveau vote, dans la limite des crédits de paiement inscrits au budget de la CeA et de la durée de validité de l'autorisation d'engagement fixée au 31 décembre 2024.

Après cette date, les subventions seront frappées de caducité et les soldes ne pourront pas être versés.

Dès lors, l'ADIRA s'engage à adresser à la CeA sa demande de versement des soldes des subventions, pièces justificatives à l'appui, avant cette date.

Article 4 : Modalités de versement des subventions

- Action 1 : développement de la Marque « Fabriqué en Alsace »

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 2 : 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 3 : la promotion des territoires d'Alsace

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.

Pour les 3 actions subventionnées, le bénéficiaire s'engage à transmettre les justificatifs à la CeA au plus tard le 30 juin de l'année N+1.

En cas de constat de trop-perçus par le bénéficiaire, des titres de recettes seront émis par la CeA en année N+1.

Si les montants des dépenses réelles attestées par l'ADIRA sont inférieurs aux montants des budgets prévisionnels des actions subventionnées, les subventions versées par la CeA seront automatiquement réduites à due concurrence.

Les versements seront effectués par prélèvement sur l'opération P056O035, chapitre 65, nature 65748, fonction 60 du budget de la CeA.

Le comptable assignataire est le Payeur Départemental de la CeA.

Article 5 : Autres justificatifs

L'ADIRA devra produire, pour chaque projet, au moins un état récapitulatif de dépenses par an, sous peine de sanctions prévues à l'article 9.

L'ADIRA s'engage par ailleurs à fournir dans les six mois suivant la clôture de chaque exercice budgétaire les documents ci-après :

- un compte rendu financier, certifié exact, qui atteste de la conformité des dépenses effectuées aux objets des subventions ; ces documents étant signés par le président ou toute personne habilitée, tel que prévu par les dispositions de l'alinéa 6 de l'article 10 de la loi n°2000-321 du 12 avril 2000 ;
- le bilan et le compte de résultat de l'année N-1 certifié par toute personne habilitée, ou pour les associations percevant plus de 153 000 euros de subventions publiques par an, les comptes annuels et le rapport du commissaire aux comptes prévus, conformément aux articles L 612-4 et D 612-5 du code du commerce ou, à défaut, la référence de leur publication au Journal officiel ;
- le rapport d'activité.

L'ADIRA s'engage également à fournir un bilan intermédiaire pour chaque projet qui sera présenté fin 2023 en Commission aux dynamiques économiques, touristique, agricole, à l'emploi et aux transitions énergétiques et climatiques.

Article 6 : Obligations à la charge du bénéficiaire des subventions

L'ADIRA s'engage :

- à mettre en œuvre tous les moyens nécessaires à la réalisation des objets définis à l'article 1^{er} ;
- à ne pas reverser ou employer tout ou partie des aides financières au bénéfice d'une autre personne juridique ;
- à faciliter le contrôle, notamment sur place, par les services de la CeA de la réalisation des objets définis à l'article 1^{er}, notamment par l'accès à toutes pièces justificatives ou autres documents ;
- à nommer un commissaire aux comptes et un suppléant (articles L 612-4 et D 612-5 du Code du commerce) ;
- à tenir sa comptabilité selon les normes en vigueur et dans le respect de la réglementation applicable aux organismes de droit privé subventionnés par des fonds publics ;
- à communiquer à la CeA les modifications déclarées au tribunal judiciaire et fournir la copie de toute nouvelle domiciliation bancaire ;
- à informer sans délai le service de la CeA gestionnaire de l'attribution des subventions, par lettre recommandée avec accusé de réception, en cas d'inexécution, de modification substantielle ou de retard dans la mise en œuvre de la présente convention,
- à informer la CeA de l'ouverture de toute procédure de redressement ou liquidation judiciaire la concernant ;
- à informer la CeA de toute cession de créance concernant les subventions objet de la présente convention de sorte à permettre à la CeA de vérifier si toutes les conditions pour le maintien des subventions et les conditions pour leurs versements sont remplies, et à informer l'établissement bancaire concerné des conditions d'attribution des subventions, et, plus généralement, du contenu de la présente convention, notamment ses articles 8 et 9 ;
- à respecter le contrat d'engagement républicain prévu à l'article 10-1 de la loi du 12 avril 2000 relative aux droits des citoyens dans leurs relations avec les administrations et approuvé par le décret n° 2021-1947 du 31 décembre 2021 pris pour l'application de l'article 10-1 de la loi n° 2000-321 du 12 avril 2000 approuvant le contrat d'engagement républicain des associations et fondations bénéficiant de subventions publiques ou d'un agrément de l'Etat. Le contrat d'engagement républicain est consultable sur le site Internet de la Collectivité à l'adresse suivante : <https://www.bas-rhin.fr/associations/>.

Article 7 : Information et communication

Sous peine d'interruption et/ou de reversement de tout ou partie des aides de la CeA, l'ADIRA doit impérativement mettre en évidence l'existence d'un concours financier de la CeA selon les moyens de communication dont elle dispose.

Cette information se matérialise par la présence du logotype de la CeA sur les documents édités par l'ADIRA et par tout autre moyen de communication (mise en place de banderoles ou de calicots, mise à disposition d'un espace dans un programme, annonce sonorisée, insertion de liens Internet, ...). Pour ces actions et pour l'insertion du logotype de la CeA, l'ADIRA pourra prendre contact auprès de la Direction de la communication de la CeA.

Plus précisément concernant l'organisation de manifestations publiques (conférence de presse, animations, ...), l'ADIRA devra systématiquement, d'une part, faire apparaître le concours de la CeA sur tous les supports de communication utilisés (courriers, cartons d'invitation ...) et d'autre part, adresser une invitation à la CeA pour la manifestation en question au moins 15 jours avant qu'elle ait lieu.

Tout manquement à ces règles pourra faire l'objet d'une demande de reversement de tout ou partie des aides allouées.

Le contrôle du respect de ces règles se fait à l'occasion de visites sur place, lors des demandes de versement (acompte/solde) et/ou par l'envoi de tout document justifiant le respect des obligations (photos, invitation, brochures...).

Article 8 : Interruption et reversement de tout ou partie des subventions

Après examen des justificatifs présentés par l'ADIRA, le non-respect total ou partiel des clauses stipulées de la présente convention par l'ADIRA pourra, quelle que soit la cause, avoir pour effets :

- l'interruption du versement des aides financières de la CeA,
- la demande de reversement en totalité ou partie des montants déjà versés.

La CeA en informe l'ADIRA par lettre recommandée avec accusé de réception.

Article 9 : Résiliation

9.1. La présente convention pourra faire l'objet d'une résiliation amiable par accord entre les parties.

9.2. En cas de non-respect, par l'une ou l'autre des parties, des engagements inscrits dans la présente convention, celle-ci pourra être résiliée par l'une ou l'autre partie à l'expiration d'un délai d'un mois suivant l'envoi d'une lettre recommandée avec accusé de réception valant mise en demeure restée sans effet.

9.3. En cas de motif d'intérêt général, la CeA peut mettre fin de façon anticipée à la présente convention et en informe l'autre partie par lettre recommandée avec accusé de réception. La présente convention prend fin un mois à compter de la notification de la résiliation dûment motivée.

9.4. En cas d'ouverture d'une procédure de liquidation judiciaire de l'ADIRA, la CeA se réserve le droit de résilier la présente convention au motif de l'impossibilité pour l'ADIRA et/ou son repreneur de poursuivre le projet. En outre, la CeA se réserve le droit d'inscrire son éventuelle créance, née du versement indu de tout ou partie de ses subventions, au passif de l'ADIRA, dans le cadre de la procédure de déclaration de créance adressée au mandataire judiciaire.

En cas de résiliation, et sans préjudice de l'éventuel droit à indemnisation de l'ADIRA en cas de résiliation pour motif d'intérêt général, la CeA versera les subventions à due concurrence des dépenses justifiées par le bénéficiaire, mais pourra demander le remboursement immédiat de tout ou partie des subventions déjà versées et non utilisées.

Article 10 : Avenant

La présente convention peut être modifiée par avenant signé entre la CeA et l'ADIRA. Les avenants ultérieurs feront partie de la présente convention.

Article 11 : Application supplétive du Règlement budgétaire et financier de la CeA

En l'absence de dispositions spécifiques définies par la présente convention, les relations entre les parties sont régies par les dispositions du Règlement budgétaire et financier de la CeA dans sa version en vigueur à la date de la délibération de la CeA approuvant les subventions, objets de la présente convention, dont la communication à l'organisme peut être demandée à la CeA à tout moment.

Les dispositions de la version du Règlement budgétaire et financier de la CeA applicable à la présente convention sont intangibles pendant toute la durée de la présente convention, quelles que soient les évolutions du Règlement budgétaire et financier de la CeA susceptibles de survenir pendant cette durée.

Article 12 : Annexes

Les annexes 1,2 et 3 référencées dans la présente convention font partie intégrante de celle-ci et ont valeur contractuelle.

Article 13 : Règlement des litiges

13.1 Règlement amiable

Pour tout litige relatif à l'exécution de la présente convention, les parties conviennent de tenter de conciliation amiable, sans que cette tentative ne puisse être inférieure à 3 mois et supérieure à 6 mois.

13.2 Contentieux

En cas d'échec de la tentative de règlement amiable prévue à l'article 13.1, les parties conviennent de s'en remettre à l'appréciation du Tribunal administratif de Strasbourg.

Fait en double exemplaire, un pour chacune des parties,

Pour la Collectivité européenne d'Alsace,
Le Premier Vice-Président

Pour l'ADIRA,
Le Président

Pierre BIHL

Frédéric BIERRY

à Strasbourg, le

ANNEXE 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,
- Ⓜ Bénéficiaire de **l'image de qualité et d'excellence**, associée aux savoir-faire alsaciens,
- Ⓜ **Rassurer le consommateur** sur la provenance des produits,
- Ⓜ Bénéficiaire **d'une communication et d'une visibilité globale**,
- Ⓜ Bénéficiaire 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.

	2022	2023	2024	2025	2026
Coordination animation	20 000,00	25 000,00	20 000,00	5 000,00	5 000,00

ANNEXE 2

Lancement de la démarche « 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 €.

	2022	2023	2024	2025	2026
Coordination animation	0,00	40 000,00	40 000,00	40 000,00	40 000,00
Gestion de projet, coordination, animation / 1 ETP					
Accompagnement juridique (dépôt de marque, contractualisation territoire, ...) et financier (modèle économique)					
Animation					
* Réunion ensemble des parties prenantes (2 par an)					
* Réunion commissions thématiques (réunions régulières des 5 commissions)					
* Réunion territoire (4 territoires 2022)					
Lancement (2022)					
Conférence annuelle					
Développement outils	0,00	20 000,00	7 500,00	7 500,00	5 000,00
Formalisation de la plateforme de marque (Marque, vision, valeurs, promesse, signature, territoire de marque, ...)					
Création de contenus (photos, vidéos, affiches, interviews, ...)					
Site web (alsace.com)					
Base de données Marque Employeur Alsace - Guide accueil					
Autres outils					
Communication - Promotion	20 000,00	60 000,00	60 000,00	60 000,00	50 000,00
Relations presse (dont conférence à Paris)					
Campagne image Alsace dédiée au public cible					
Campagnes réseaux sociaux					
Opérations de promotion					
* Salons emploi					
* Salons sectoriels					
* opérations dédiés étudiants - alumnis					
Total	20 000	120 000	107 500	107 500	95 000

ANNEXE 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 €.

	2022	2023	2024	2025	2026
Campagnes partenariats stratégiques, organismes fédérateurs et axées sur la consommation autour de la Marque Alsace	20 000,00	20 000,00	15 000,00	15 000,00	15 000,00
Campagnes dédiées aux territoires d'Alsace	40 000,00	70 000,00	70 000,00	70 000,00	40 000,00
Total	60 000,00	90 000,00	85 000,00	85 000,00	55 000,00