



**BUREAU DE LA COMMUNAUTE D'AGGLOMERATION DU COTENTIN
DECISION PRISE EN APPLICATION DU CODE GENERAL
DES COLLECTIVITES TERRITORIALES**

Le mercredi 11 mars Deux Mille Vingt, à 14 heures 30, le Bureau de la Communauté d'Agglomération du Cotentin, dûment convoqué, s'est réuni à la salle Henri Cornat située à la Mairie de Valognes (50700), sous la présidence de Monsieur Jean-Louis VALENTIN, Président de la Communauté d'Agglomération du Cotentin.

Nombre de Membres : 35
Nombre de présents : 24

Nuls – Blancs – Abstention : 0
Exprimés : Pour 24 – Contre 0

Présents : Mesdames BURNOUF Elisabeth, DRUEZ Yveline, TAVARD Agnès, SOURISSE Claudine, GOSSWILLER, Carole CASTELEIN Christèle, MOUCHEL Evelyne et Messieurs VALENTIN Jean-Louis, ARRIVE Benoît, LEPETIT Jacques, PRIME Christian, LEFEVRE Noël, LEMYRE Jean-Pierre, LEBARON Bernard, LINCHENEAU Jean-Marie, LEPOITTEVIN Gilbert, CROIZER Alain, DENIAUX Johan, ASSELINE Yves, DENIS Daniel, MELLET Daniel, DESTRES Henri, DUCHEMIN Maurice, BOURDON Cyril.

Excusés : Madame GOSELIN-FLEURY Geneviève, et Messieurs HAMELIN Jacques, PILLET Patrice, LAMORT Philippe, MABIRE Edouard, LERENDU Patrick, BAUDIN Philippe, CATHERINE Arnaud, LAFOSSE Michel, COQUELIN Jacques, MARGUERITTE David.

Réf - n° B19_2020

OBJET : REGIONAL PARTNER – Convention Implantation Tourisme

Exposé

Dans le cadre d'une volonté de développement de l'offre d'équipements touristiques, LATITUDE MANCHE propose aux collectivités souhaitant favoriser l'arrivée d'investissements touristiques sur leur territoire de pouvoir faire appel à REGIONAL PARTNER. REGIONAL PARTNER est un prestataire spécialisé dans la promotion économique des territoires et la détection d'entreprises porteuses de projets de développement, d'investissements et de création d'emplois.

C'est dans ce contexte que l'agence d'attractivité LATITUDE MANCHE, la Communauté d'Agglomération Mont Saint Michel Normandie et la Communauté de Communes de la Baie du Cotentin ont souhaité confier, à travers la passation d'une convention, une mission du Pôle Implantation Tourisme de REGIONAL PARTNER dont les objectifs majeurs sont les suivants :

- Promouvoir les atouts du territoire et ses services d'accompagnement auprès des opérateurs du tourisme pour mettre en avant les potentiels et opportunités locales tel que le site de vacances EDF de Quinéville.
- Prospector les entreprises et investisseurs, identifier et qualifier leurs projets d'implantation et d'investissement et favoriser leur concrétisation sur le territoire partenaire.

Il vous est proposé d'associer la Communauté d'Agglomération du Cotentin à cette démarche dont le coût s'élève à 60 000 € TTC pour la période 2020-2022 et qui serait pris en charge à hauteur de 15 000 € TTC par chacun des organismes soit 7 500 € TTC par an.

Aussi,

Vu le Code Général des Collectivités Territoriales, notamment l'article L.5211-10,

Vu la délibération n° DEL2019_002 du 07 février 2019 portant délégation de pouvoir du Conseil au Bureau de la Communauté d'Agglomération du Cotentin – Modification n° 5,

Par ces motifs, le Bureau communautaire après en avoir délibéré :

- **Autorise** le Président à intervenir à la signature de la convention,
- **Dit** que les crédits afférents sont prévus et inscrits au budget principal, article 6574, ligne de crédit 75493,
- **Autorise** le Président, le Vice-Président ou le Conseiller Délégué à signer toute pièce nécessaire à l'exécution de la présente décision.

Annexe : Convention.



LE PRESIDENT,

Jean-Louis VALENTIN

Envoyé en préfecture le 19/03/2020

Reçu en préfecture le 19/03/2020

Affiché le 20/03/20 SLO

ID : 050-200067205-20200319-B19_2020-AR

Regional Partner

PROMOTION DES TERRITOIRES & IMPLANTATION D'ENTREPRISES

Convention « Pôle Implantation Tourisme »

Avril 2020 - Mars 2022

*Agence d'Attractivité Latitude Manche
Communauté d'Agglomération du Cotentin
Communauté de Communes de la Baie du Cotentin
Communauté d'Agglomération Mont Saint-Michel Normandie*

CONFIDENTIALITE

Les outils, méthodes et explications contenues dans ce document sont le fruit de 20 ans de pratique, d'évaluation constante et d'investissements de notre société.

Nous avons pris le parti de réaliser des documents de présentation très clairs et détaillés de nos prestations afin d'attester du sérieux et de l'expertise de notre agence.

Cependant, n'étant pas en mesure de pouvoir protéger ces méthodologies par des outils de propriété intellectuelle, il est demandé aux destinataires de ces documents de veiller au respect de la confidentialité de ceux-ci, en particulier en évitant toute transmission à des tiers sans autorisation préalable de Regional Partner

Envoyé en préfecture le 19/03/2020

Reçu en préfecture le 19/03/2020

Affiché le 20/03/20 5LO

ID : 050-200067205-20200319-B19_2020-AR

Convention « Pôle Implantation Tourisme »

ENTRE :

Le client

Nom de l'organisme : Agence d'attractivité Latitude Manche

Adresse : Maison du Département
98 route de Candol
CS 73108
50008 SAINT-LO Cedex

Représentée par : Monsieur Patrice PILLET, Président

ET :

Nom de l'organisme : Communauté d'Agglomération du Cotentin

Adresse : 2 rue des Bastions
BP 808
50108 Cherbourg-Octeville Cedex

Représentée par : Monsieur Jean-Louis VALENTIN, Président

ET :

Nom de l'organisme : Communauté de Communes de la Baie du Cotentin

Adresse : 2 le Haut Dick
BP 339
50500 CARENTAN LES MARAIS

Représentée par : Monsieur Jean-Pierre L'HONNEUR, Président

ET :

Nom de l'organisme : Communauté d'Agglomération Mont Saint-Michel Normandie

Adresse : 1 rue Général-Ruel
BP 540
50305 Avranches Cedex

Représentée par : Monsieur David NICOLAS, Président

D'une part,

ET :

Le prestataire

La société Regional Partner, Société Anonyme au capital de 68.000 euros, immatriculée au RCS de Vannes sous le numéro 389437666, dont le siège social est situé 1 impasse Marchand, 56000 Vannes et représentée par sa Présidente Directrice Générale, Isabelle MONVOISIN.

D'autre part,

VOCATIONS DES PARTIES CONTRACTANTES

Vocation du client

Les clients sont des collectivités locales et organismes de développement économique et touristique. Dans le cadre d'une volonté de développement, les clients souhaitent favoriser le développement des investissements touristiques sur leurs territoires de compétence.

Vocation du prestataire

Regional Partner est un prestataire spécialisé dans la promotion économique des territoires et la détection d'entreprises porteuses de projets de développement, d'investissements et de création d'emplois.

1. OBJET DE LA MISSION

La mission Pôle Implantation Tourisme s'appuie sur un réseau de territoires qui participent à un dispositif national de prospection sous la marque « Pôle Implantation Tourisme ». Elle vise deux objectifs majeurs :

- Promouvoir les atouts du territoire et ses services d'accompagnement auprès des opérateurs du tourisme,
- Prospector les entreprises et investisseurs, identifier et qualifier leurs projets d'implantation et d'investissement et favoriser leur concrétisation sur le territoire partenaire.

L'ensemble des opérations de communication nécessaires à ces deux objectifs est réalisé au travers du « Pôle Implantation Tourisme », marque déposée auprès de l'INPI et dont le propriétaire est la société Regional Partner.

2. OPERATEUR

Regional Partner est une société créée en 1994 par d'anciens responsables de développement économique local. Le traitement de plus de 9 500 études de localisations d'entreprises françaises et étrangères est à l'origine d'une connaissance approfondie du « marché de l'implantation », tant du point de vue de l'offre territoriale que de la demande des entreprises.

Les références de Regional Partner concernent aussi bien des territoires ruraux que des grandes métropoles et des régions, aussi bien des PME-PMI que des grandes entreprises (cf. références sur le site <http://www.regional-partner.com/nos-references-clients.html>).

Regional Partner intervient notamment dans les domaines suivants :

- Stratégie de communication - notamment digitale - et marketing territorial,
- Prospection & implantation d'entreprises (programmes interterritoriaux, missions spécifiques),
- Promotion territoriale (élaboration et mise en œuvre de plans de communication multi-canal et/ou digitale),
- Services opérationnels à la demande (bases de données, webmarketing, mailing, télémarketing, e-mailing...).

3. DUREE

La présente convention et le plan d'actions qu'elle intègre démarre à compter du 1er avril 2020 et s'achève le 30 mars 2022 avec une résiliation possible à compter du 1er avril 2021. Cette clause de résiliation est valable du 1er mars 2021 au 1er avril 2021 et peut être effectuée par lettre simple.

4. CIBLE

La mission « Pôle Implantation Tourisme » est dirigée vers les entreprises à potentiel de développement et les investisseurs intervenant dans le secteur du tourisme, en particulier les activités d'hébergement et de loisirs.

Les cibles sont composées de trois segments principaux :

1. Les grands opérateurs et groupes du secteur localisés en France (à capitaux français et étrangers) sur les activités de résidence hôtelière et de loisirs, resort, hôtellerie de plein air, parcs à thème et de loisirs, clubs et résidences de vacances...
2. Les entreprises (PME) en phase de développement et de création ou de reprise de nouveaux sites des mêmes secteurs. Ces entreprises sont sélectionnées grâce à l'utilisation complémentaire de critères financiers ou légaux (évolution du chiffre d'affaires, nombre d'établissements secondaires, effectif, levées de fonds, croissance des fonds propres...) combinés avec des outils de veille sectorielle online sur la presse spécialisée des secteurs ciblés, sur les réseaux sociaux professionnels, sur les exposants dans les salons spécialisés...
3. Enfin, le dernier segment – le plus difficile à cerner – est constitué soit d'entreprises existantes non répertoriées dans ces secteurs (pouvant par exemple amorcer une stratégie de diversification de leurs activités et d'investissement sur de nouveaux marchés ou sur des marchés connexes), soit de dirigeants ou de cadres disposant de ressources et souhaitant investir dans ce secteur d'activité.

L'ensemble de ces cibles vise à identifier prioritairement les projets d'investissements à potentiel et non les petits projets (montant des investissements inférieur à 200K€), sauf souhait contraire du territoire partenaire.

5. FICHIERS / BASES DE DONNEES

La stratégie fichiers déployée dans le cadre de la mission « Pôle Implantation Tourisme » reposera sur l'extraction et/ou le croisement de cinq grandes sources de données afin d'atteindre les cibles définie (cf article 4) :

- Mégabases de données légales permettant des segmentations et croisements de combinaisons sur plus de 250 critères :
 - Astrée (Editeur BVRP : recensement de l'ensemble des entreprises françaises ou étrangères immatriculées au RCS – 1 million d'entreprises – données légales, marketing et financières – actualisation mensuelle)
 - Mixdata (7 millions de sociétés en référentiel, plus de 9 millions de sites analysés, 5 millions de profils sociaux).
- Bases sectorielles comportementales : salons professionnels dédiés aux opérateurs du tourisme, études économiques sectorielles, supports spécialisés sur le capital-risque, capital-développement, fusion et acquisition, associations et syndicats professionnels (Groupement National des Chaînes Hôtelières, Fédération Nationale de l'Hôtellerie de Plein Air, Syndicat National des Résidences du Tourisme, Syndicat des Professionnels du Tourisme ...).

- Micro-fichiers stratégiques (entreprises accompagnées par BPI, entreprises exemplaires des études Xerfi, entreprises lauréates de prix liés à la création, l'innovation, l'export, l'investissement...).
- Veille économique quotidienne online sur la presse économique et spécialisée, nationale et régionale,
- Bases sectorielles fonctionnelles via les réseaux sociaux professionnels LinkedIn et Facebook

6. METHODOLOGIE

A. Prospection & implantation d'entreprises

Les méthodes de prospection appliquées dans le cadre de la mission « Pôle Implantation Tourisme » en direction des opérateurs et investisseurs de ce secteur s'inspirent fortement de celles utilisées par les entreprises elles-mêmes, en particulier dans le marché inter-entreprises (« B to B »), et reposent sur la sélection méthodique et précise des entreprises qui seront ciblées par l'équipe de Regional Partner, notamment sur les approches directes et sur la mise en œuvre d'un plan de communication dense qui inclut l'ensemble des outils opérationnels à travers une démarche multicanal (webmarketing, e-mailings, télémarketing, réseaux sociaux). Le plan d'action détaillé est défini dans l'article 7 de la convention. Il est susceptible d'être modifié pendant la durée de celle-ci par Regional Partner, afin d'accroître ses résultats, grâce à une évaluation en continu des projets identifiés par rapport aux moyens mis en œuvre.

B. Promotion territoriale

Le premier vecteur de valorisation des atouts du territoire reposera sur les contacts noués par l'équipe de Regional Partner, qui traitera les demandes spontanées à destination des territoires partenaires et incitera également les porteurs de projets à étudier des solutions territoriales qu'ils n'avaient pas forcément envisagées, notamment sur le territoire de la Manche.

Après accord de l'investisseur, les échanges directs entre le territoire partenaire et ce dernier seront systématiquement privilégiés. Ainsi, le contact direct avec l'investisseur et l'envoi d'une proposition de localisation ou d'une opportunité de reprise directement par le territoire partenaire permettra à celui-ci de développer un argumentaire précis et pertinent, adapté au profil du projet de l'entreprise et/ou de l'investisseur, favorisant de ce fait la concrétisation des investissements sur le périmètre de la Manche.

Par ailleurs, la promotion du territoire partenaire sera portée par la communication online via un espace dédié sur le site internet dédié aux investisseurs du secteur du tourisme, www.oole-implantation-tourisme.org (cf article 7.B)

C. Qualification et suivi des contacts

Lors de la détection des projets d'implantation (création ou reprise de site), l'argumentaire des collaborateurs de Regional Partner visera à inciter les entreprises et les porteurs de projets investisseurs et/ou gestionnaires à leur déléguer l'étude territoriale liée à la mise en œuvre de leurs investissements. Cela leur permettra de recueillir les informations les plus précises et les plus détaillées possibles sur le projet qui seront détaillées dans un « cahier des charges » (cf. paragraphe suivant). Leurs arguments porteront sur les préoccupations fortes des dirigeants et plus particulièrement le professionnalisme dans la recherche de solutions territoriales, le gain de temps et les précautions liées à la confidentialité des projets.

D. Traitement des projets

Les projets seront qualifiés à travers un « cahier des charges » qui réunira les informations collectées : présentation de l'entreprise ou le porteur de projet investisseur et/ou gestionnaire, présentation du projet, investissements prévisionnels, programme de création d'emplois, calendrier de mise en œuvre, éléments sur les attentes en matière foncière et immobilière, éléments sur les orientations territoriales, coordonnées directes du porteur de projet...

Le chargé de mission réalisera une argumentation territoriale adaptée en fonction des critères déterminants énoncés par l'entreprise, notamment pour promouvoir l'offre d'accueil de la Manche. Lorsque l'entreprise ou le porteur de projet investisseur et/ou gestionnaire aura exprimé un accord pour recevoir une proposition, le cahier des charges sera transmis à l'Agence d'attractivité Latitude Manche afin que celle-ci fasse directement part à l'entreprise de son potentiel d'accompagnement et de ses capacités d'accueil. Seuls les projets « codés », c'est-à-dire dont la raison sociale est maintenue confidentielle seront traités par l'intermédiaire des chargés de mission de Regional Partner jusqu'à ce que l'entreprise accepte d'entrer en contact direct avec le territoire.

Le sérieux d'un projet est notamment apprécié à travers la précision du cahier des charges et la santé financière de l'entreprise ou du porteur de projet qui l'initie. Les avis formulés par Regional Partner sont donnés à titre indicatif. Toutefois, il est expressément convenu que la viabilité et la pérennité des projets et des implantations ne sauraient engager en aucun cas la responsabilité de Regional Partner, le territoire prendra les dispositions qu'il jugera utiles afin d'apprécier la faisabilité des projets qui lui sont soumis.

7. MOYENS MIS EN ŒUVRE

La stratégie d'approche des entreprises est structurée selon une démarche multicanale associant l'ensemble des techniques de communication opérationnelle.

A. Approches de marketing direct : approches téléphoniques, emailings, veille presse, etc.

La 1^{ère} année de réalisation de la mission « Pôle Implantation Tourisme » (Janvier – Octobre 2016) a été consacrée à l'identification, la qualification et l'approche directe du cœur de cible des plus importants opérateurs et groupes du secteur du tourisme localisés en France. Dans ce cadre, plus de 100 entreprises ont été référencées.

L'intérêt de ces approches est d'avoir pu identifier personnellement les responsables des filiales de ces grands groupes chargés des opérations de développement et d'investissement, ou encore les interlocuteurs en charge des projets de développement au sein de ces groupes.

En parallèle, des projets de PME du tourisme à potentiel de croissance ayant des stratégies de développement impliquant des projets sur plusieurs régions (entreprises multi-sites) ont été traités et intégrés en suivi continu (environ 150 entreprises concernées).

Sur ce cœur de cible d'environ 250 entreprises et interlocuteurs, des actions de marketing direct récurrentes sont mises en place combinant l'ensemble des approches :

- rendez-vous physiques sur des salons professionnels tels que le salon de la Franchise, Atlantica, Equip'Hôtel...
- actions d'emailing : Notre connaissance approfondie des offres des territoires adhérents au dispositif Pôle Implantation Tourisme, ainsi que des critères de recherche des opérateurs privés des secteurs prospectés nous permettent de mettre en place des actions de prospection pertinentes et efficaces en fonction des besoins de chaque client. Tout au long de la mission,

en fonction des produits cœur de cible de chacun des territoires, nous ciblons les prospects les plus pertinents par rapport au produit à proposer, nous formalisons et gérons l'envoi des emails et la relance par téléphone des ouvriers-cliqueurs. ?

- réseaux sociaux professionnels : Twitter, Facebook, et LinkedIn en particulier. Cette présence sur les réseaux sociaux nous permet de diffuser des opportunités d'implantation ciblées et de relayer des informations pertinentes liées aux territoires et au secteur du tourisme.

L'utilisation de ces différents outils permet de multiplier et d'optimiser la capacité à être référencé et au contact des entreprises et des porteurs de projets le moment opportun et de promouvoir l'offre et les solutions d'accueil des territoires partenaires.

Parallèlement à la relance des projets multi-sites et des prospects à suivre en vue de détecter de nouveaux projets, de nouvelles entreprises seront approchées à partir d'une base de données très qualifiée qui sera constituée grâce au croisement de différentes sources (veille presse, marques d'intérêt pour les opportunités de reprise, fidélisation BtoB, études sectorielles...).

B. Approches de marketing digital

1. le site internet www.pole-implantation-tourisme.org

Un site internet dédié aux investisseurs de la filière du tourisme, www.pole-implantation-tourisme.org, a été créé début 2016. Le site Internet a pour vocation d'être visible en permanence auprès des entreprises et investisseurs en phase de recherche de solutions d'implantation et d'un environnement touristique propice à leur investissement potentiel.

Le site présente une offre nationale, dense et attractive, au sein de laquelle chaque territoire partenaire de la mission dispose d'un espace dédié :

- Un portail commun présentant l'offre de services et d'accompagnement du Pôle Implantation Tourisme : informations relatives aux solutions foncières/immobilières, opportunités d'implantation et de reprises, dispositifs d'accompagnement éventuels, mise en relation avec les interlocuteurs locaux...
- Un espace dédié pour chacun des territoires partenaires, présentant :
 - o les caractéristiques et atouts du territoire partenaire (localisation, environnement et équipements, dessertes, sites culturels et activités de loisirs présents, données sur la fréquentation touristique, aides et accompagnement de la structure et de ses partenaires...), mais également possibilité de téléchargement de documents sectoriels, liens avec les site(s) internet de l'organisme partenaire...
 - o une sélection d'offres foncières et immobilières ainsi que d'opportunités de reprise sur le territoire partenaire, jusqu'à 40 offres.

Des campagnes de dynamisation du flux de visiteurs seront mises en place :

- Référencement naturel sur les moteurs de recherche. Il ne permet pas à lui seul de générer un trafic suffisant pour générer des projets d'implantation de qualité. Ainsi, un plan d'action digital est réalisé afin de permettre d'assurer un trafic qualifié d'entreprises touristiques en phase de recherche de solutions d'implantation grâce à des actions de référencement payant (SEA).

- Campagnes de SEA : liens sponsorisés. Il s'agit de mettre en place une stratégie d'achat de mots clefs pour faire en sorte que le site « Pôle Implantation Tourisme » apparaisse dans les premières positions en mode annonce sur Google. La méthodologie repose sur la sélection des combinaisons de mots clefs les plus pertinentes pour optimiser le ratio entre le nombre de visiteurs du site, le nombre de contacts, et le nombre de projets identifiés et transmis aux territoires. Les campagnes de SEA sont réalisées par un chargé de mission dédié et certifié « Google Adwords » qui optimise et gère en continue les différents aspects techniques afin d'affiner en permanence ces actions.

Sur la période d'avril 2016 à mars 2018, le site internet www.pole-implantation-tourisme.org a généré 117 500 visites, 2 272 contacts ayant permis la qualification de 446 projets d'implantation.

2. La Publicité on-line à travers des sites internet à caractère généraliste et/ou sur des sites spécialisés ayant une visibilité nationale et ciblant des repreneurs ou créateurs en recherche de solutions d'implantation. L'ensemble des offres immobilières et foncières pour lesquelles un prix sera fourni par l'Agence d'attractivité Latitude Manche seront ainsi mises en ligne sur le site CessionPme qui fait partie des 1ers sites en matière de cession / reprise et dont les performances en termes de référencement naturel sont excellentes.

8. CADRE ORGANISATIONNEL

A. Déroulement de la mission

L'opération proposée réunit des territoires partenaires avec une conduite opérationnelle mise en œuvre par Regional Partner. Chacun des territoires dispose d'une exclusivité géographique sur son périmètre de compétence.

Au départ de la mission, une réunion de cadrage est organisée entre le chef de projet de Regional Partner et l'Agence d'attractivité Latitude Manche ; elle vise en particulier à donner au chef de projet les éléments d'argumentaire sur l'offre des territoires partenaires afin de préparer les actions de prospection : données touristiques, socio-économiques et générales, et surtout des informations sur des opportunités immobilières, foncières ou de reprises qui seront autant de produits d'appel. Cette réunion a également pour objet d'affiner les investissements prioritaires ciblés par le territoire et de compléter l'information sur l'offre de services techniques et d'accompagnement du territoire auprès des investisseurs.

Suite à cette réunion, l'Agence d'attractivité Latitude Manche transmet les éléments relatifs à son argumentaire territorial et les opportunités immobilières, foncières et de reprises existantes à l'équipe de Regional Partner. Durant toute la durée de la mission, l'Agence d'attractivité Latitude Manche bénéficiera de l'accompagnement et de l'expertise du chef de projet de Regional Partner, Nadia Aberkane, sur le choix des offres, la rédaction de celles-ci et de conseils sur la pertinence des informations mises en avant.

Au-delà du retour fait par le chef de projet à l'équipe de Regional Partner suite à la réunion de cadrage, cela permet d'une part que les chargés de mission s'approprient les caractéristiques et spécificités du territoire et connaissent l'offre de services et d'accompagnement du partenaire territorial auprès des investisseurs ; et d'autre part d'intégrer sur le site internet www.pole-implantation-tourisme.org ces éléments pour favoriser là encore la promotion du territoire partenaire.

Lorsqu'un projet est détecté, le cahier des charges est transmis au partenaire territorial par e-mail dans les 24H maximum qui suivent la qualification du projet par un chargé de mission de Regional Partner, et donne systématiquement lieu à un échange téléphonique entre le

Envoyé en préfecture le 19/03/2020

Reçu en préfecture le 19/03/2020

Affiché le 20/03/20 SLO

ID : 050-200067205-20200319-B19_2020-AR

territoire partenaire et le chargé de mission de Regional Partner qui est en contact avec le porteur de projet. Cet échange permet de détailler les caractéristiques du projet et d'échanger ensemble sur les premiers éléments de réponse du territoire partenaire à l'investisseur.

Les projets à plus forte valeur ajoutée pour l'Agence d'attractivité Latitude Manche feront l'objet d'un suivi particulier par Regional Partner afin de maximiser les chances de concrétiser l'implantation sur ce territoire.

En plus du traitement et du suivi quotidien des projets entre l'Agence d'attractivité Latitude Manche et les chargés de mission de Regional Partner, des points projets téléphoniques sont organisés tous les 3 mois.

En fin de mission, Regional Partner réalisera et restituera à l'Agence d'attractivité Latitude Manche un bilan final qui synthétisera les actions réalisées ainsi qu'un tableau récapitulatif global des projets qu'il lui aura transmis, permettant ainsi au territoire partenaire d'évaluer les résultats de l'opération.

B. Equipe

- **CHEF DE MISSION.** La conduite de la mission sera réalisée par Camille Colegrave, Responsable Tourisme de Regional Partner, et Marjolaine Tharaud, Chargée de mission de Regional Partner.
- **RESSOURCES MOBILISEES.** La réalisation de la mission mobilisera, au sein de Regional Partner, plusieurs collaborateurs confirmés en fonctions des compétences requises : constitution de cibles et de bases de données, opérations de webmarketing, prospection, qualification des projets, mise en avant du territoire et de ses atouts, gestion de l'espace dédié sur le site internet..

9. BUDGET & CONDITIONS DE REGLEMENT

Le montant total de la participation est de 50 000 Euros HT, auquel s'ajoute la TVA (20%), soit un montant total de 60 000 Euros TTC.

Le programme Pôle Implantation Tourisme est cofinancé selon les modalités suivantes :

- Agence d'attractivité Latitude Manche : 1/4 du coût total
- Communauté d'Agglomération du Cotentin : 1/4 du coût total
- Communauté de Communes de la Baie du Cotentin : 1/4 du coût total
- Communauté d'Agglomération Mont Saint-Michel Normandie : 1/4 du coût total

o **Echéancier de facturation et de règlement.** La facturation est établie de la façon suivante :

- o **Avril 2020 : 25 % de la convention, soit 12 500 Euros HT**
 - 3 125 € HT soit 3 750 € TTC à régler par l'Agence d'attractivité Latitude Manche
 - 3 125 € HT soit 3 750 € TTC à régler par Communauté d'Agglomération du Cotentin
 - 3 125 € HT soit 3 750 € TTC à régler par la Communauté de Communes de la Baie du Cotentin
 - 3 125 € HT soit 3 750 € TTC à régler par la Communauté d'Agglomération Mont Saint-Michel Normandie
- o **Septembre 2020 : 25 % de la convention, soit 12 500 Euros HT**
 - 3 125 € HT soit 3 750 € TTC à régler par l'Agence d'attractivité Latitude Manche
 - 3 125 € HT soit 3 750 € TTC à régler par Communauté d'Agglomération du Cotentin
 - 3 125 € HT soit 3 750 € TTC à régler par la Communauté de Communes de la Baie du Cotentin
 - 3 125 € HT soit 3 750 € TTC à régler par la Communauté d'Agglomération Mont Saint-Michel Normandie
- o **Avril 2021 : 25 % de la convention, soit 12 500 Euros HT**
 - 3 125 € HT soit 3 750 € TTC à régler par l'Agence d'attractivité Latitude Manche
 - 3 125 € HT soit 3 750 € TTC à régler par Communauté d'Agglomération du Cotentin
 - 3 125 € HT soit 3 750 € TTC à régler par la Communauté de Communes de la Baie du Cotentin
 - 3 125 € HT soit 3 750 € TTC à régler par la Communauté d'Agglomération Mont Saint-Michel Normandie
- o **Septembre 2021 : 25 % de la convention, soit 12 500 Euros HT**
 - 3 125 € HT soit 3 750 € TTC à régler par l'Agence d'attractivité Latitude Manche
 - 3 125 € HT soit 3 750 € TTC à régler par Communauté d'Agglomération du Cotentin
 - 3 125 € HT soit 3 750 € TTC à régler par la Communauté de Communes de la Baie du Cotentin
 - 3 125 € HT soit 3 750 € TTC à régler par la Communauté d'Agglomération Mont Saint-Michel Normandie

Le règlement est réalisé par chèque ou par virement sous un délai de 30 jours à compter de la date de facture.

Prestations incluses. Le montant de la souscription comprend les honoraires et les frais : Ingénierie et conduite de l'opération ; fichiers ; plan de communication opérationnelle (webmarketing, e-mailing, télémarketing, mailing marketing), relations presse, missions salons, approche des décideurs ; qualification et suivi des contacts ; traitement des projets ; frais de mission...

Envoyé en préfecture le 19/03/2020

Reçu en préfecture le 19/03/2020

Affiché le 20/03/20 SLO

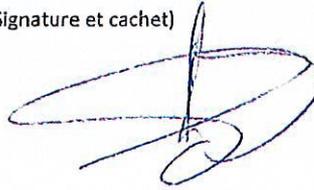
ID : 050-200067205-20200319-B19_2020-AR

0. COORDONNEES DU SOUSCRIPTEUR & CONFIRMATION DE L'ACCORD

fait à Vannes, en deux exemplaires, 12 décembre 2019

Pour REGIONAL PARTNER
Madame Isabelle MONVOISIN
Présidente Directrice Générale
(signature et cachet)

Pour l'Agence d'attractivité Latitude Manche
Monsieur Patrice PILLET
Président
(Signature et cachet)



Pour Communauté d'Agglomération du Cotentin
Monsieur Jean-Louis VALENTIN
Président
(signature et cachet)

Pour la Communauté de Communes
de la Baie du Cotentin
Monsieur Jean-Pierre L'HONNEUR
Président
(Signature et cachet)

Pour la Communauté d'Agglomération Mont Saint-Michel Normandie
Monsieur David NICOLAS
Président
(signature et cachet)