

DÉVELOPPER LES
TERRITOIRES INDUSTRIELS
ET LEURS ENTREPRISES
LES BONNES PRATIQUES

cner

FÉDÉRATION DES AGENCES
D'ATTRACTIVITÉ, DE DÉVELOPPEMENT
ET D'INNOVATION

DÉVELOPPER LES TERRITOIRES INDUSTRIELS ET LEURS ENTREPRISES LES BONNES PRATIQUES

Novembre 2019

SOMMAIRE

INTRODUCTION	3
ATTIRER	5
Bonne pratique n°1 – Home Sweet Home (Bouches-du-Rhône)	7
Bonne pratique n°2 – Prospection d’investisseurs pour les sites revitalisés (Val d’Oise)	8
Bonne pratique n°3 – Comité local de réindustrialisation de site (Loire)	9
Bonne pratique n°4 – Provence Industry’Nov	10
Bonne pratique n°5 – Convention cadre d’ancrage territorial (Dunkerque)	11
INNOVER	12
Bonne pratique n°6 – Parcours Industrie 4.0 (Sud Provence-Alpes-Côte d’Azur)	14
Bonne pratique n°7 – RESOLUTIONS (Pays-de-la-Loire)	16
Bonne pratique n°8 – Hackathon Economie Circulaire (Caux Seine)	17
Bonne pratique n°9 – Réseau d’industriels innovants d’Alsace du Nord	18
Bonne pratique n°10 – Démarche d’écologie industrielle et territoriale (Boulogne-sur-Mer)	19
Bonne pratique n°11 – Challenge Industrie Mulhouse	20
RECRUTER	21
Bonne pratique n°12 – New DEAL Live Industry (Auvergne)	23
Bonne pratique n°13 – Le Havre Be Different	24
Bonne pratique n°14 – Objectif Industrie (Vichy)	25
Bonne pratique n°15 – Job in Bordeaux	26
Bonne pratique n°16 – L’Industrie Magnifique (Alsace)	27
Bonne pratique n°17 – Ma nouvelle vie dans la Manche	28
SIMPLIFIER	29
Bonne pratique n°18 – Réseau commande publique Alsace	31
Bonne pratique n°19 – Aire urbaine investissement (Nord Franche-Comté)	33
Bonne pratique n°20 – Centre d’information sur la prévention des difficultés des entreprises (Marmande)	35
Bonne pratique n°21 – Gestion de dispositifs de revitalisation (Calais)	36
Bonne pratique n°22 – Vademecum des outils de soutien aux entreprises (Nord Franche-Comté)	37

INTRODUCTION

LES AGENCES DE DEVELOPPEMENT, ACTEURS INDISPENSABLES AUX TERRITOIRES INDUSTRIELS ET A LEURS ENTREPRISES

Les agences d'attractivité, de développement et d'innovation sont au cœur du soutien à l'industrie et à l'économie de nos territoires depuis plus de 70 ans. Elles ont d'ailleurs été créées pour cela à la suite de la Seconde Guerre mondiale, lorsqu'il fallut relancer la production industrielle de notre pays.

Aujourd'hui, cette action prend principalement deux formes :

- une action indirecte, qui consiste à rassembler et à mettre en réseau les divers acteurs (publics, associatifs, privés, etc.) d'un même territoire participant au soutien des entreprises industrielles, afin d'insuffler une plus grande cohérence, lisibilité et efficacité des politiques de soutien aux entreprises ;
- une action directe, d'accompagnement des entreprises industrielles, pour faciliter leur implantation, leur développement, leur innovation.

L'efficacité du soutien des agences de développement aux entreprises industrielles repose sur plusieurs éléments cruciaux : un contact permanent, de proximité et sur la durée, avec les femmes et les hommes qui font vivre les entreprises de leur territoire, permettant de créer une confiance mutuelle essentielle ; une connaissance fine de ces entreprises, de leurs besoins et des enjeux de leur secteur d'activité, facilitant la mise en place de réponses concrètes et rapides en matière d'immobilier, de financement, d'innovation, de recrutement, etc. ; une expertise forte dans le domaine de l'industrie grâce à des profils venus principalement du secteur privé et maîtrisant aussi le fonctionnement des pouvoirs publics - un « bilinguisme » essentiel pour faire gagner du temps aux entreprises. Dit autrement, les agences de développement disposent du savoir et de la confiance, indispensables à toute action de développement économique efficace.

A l'heure du lancement de nouvelles démarches visant à redynamiser l'industrie française – à l'instar du programme Territoires d'industrie, dont le CNER est partenaire –, le risque est de vouloir « réinventer la poudre » et ne pas s'inspirer des actions qui existent déjà et ont fait leurs preuves. Il est crucial de s'appuyer sur les femmes et les hommes de nos territoires, qui sont au contact des industriels depuis des années, ont accumulé une expertise et une confiance irremplaçables, et ont imaginé et mis en œuvre des actions (parfois très simples !) avec et pour les industriels.

C'est pourquoi j'ai souhaité que le CNER recense les actions originales, innovantes ou simplement efficaces déployées par les agences de développement de son réseau en matière d'accompagnement des entreprises industrielles. Des bonnes pratiques, actuelles ou passées, qui contribuent à attirer des activités, à simplifier et faciliter leur développement, à innover ou encore à recruter les compétences qui leur sont nécessaires.

Autant d'exemples soulignant en creux les intérêts nombreux que peuvent partager territoires et entreprises, et qui, j'en suis convaincu, sauront inspirer les territoires souhaitant être actifs auprès de leurs entreprises industrielles. Les agences d'attractivité, de développement et d'innovation comme le CNER sont au service des territoires pour les aider à élaborer ou accélérer leurs projets.

Au cœur de cette logique d'alliance entre territoires et acteurs industriels, en constant approfondissement, soyez certains que **les agences de développement continueront d'être en pointe, et donc indispensables, dans la redynamisation industrielle de la France.**

Bonne lecture à toutes et à tous !

Frédéric Cuvillier

Ancien ministre

Président du CNER

Maire de Boulogne-sur-Mer

Président de la communauté d'agglomération du Boulonnais

ATTIRER

La rubrique « **Attirer** » recense les bonnes pratiques des agences de développement pour renforcer l'attractivité de leur territoire auprès des entreprises et des porteurs de projets industriels afin de les encourager à s'y implanter et à y développer leurs activités :

- Le dispositif « Home Sweet Home » dans les Bouches-du-Rhône (page 7)
- Des actions de prospection d'investisseurs pour les sites revitalisés dans le Val d'Oise (page 8)
- Un comité local de réindustrialisation de site mis en place dans la Loire (page 9)
- L'appel à manifestation d'intérêt « Provence Industry'Nov » (page 10)
- Une convention cadre d'ancrage territoriale élaborée à Dunkerque (page 11)

D'autres bonnes pratiques pouvant contribuer à l'attractivité territoriale ont également été recensées dans d'autres rubriques :

- La démarche d'écologie industrielle et territoriale de Boulogne-sur-Mer (page 19)
- Le « New DEAL Live Industry » en Auvergne (page 23)
- Le dispositif « Le Havre Be Different » (page 24)
- Le dispositif « Job in Bordeaux » (page 26)
- La campagne « Ma nouvelle vie dans la Manche (page 28)

BONNE PRATIQUE N°1

PROVENCE PROMOTION

HOME SWEET HOME

Objectif

Attirer des porteurs de projets sur le territoire en leur proposant un accompagnement personnalisé.

Genèse

Le dispositif « Home Sweet Home » a été lancé en 2002 par Provence Promotion pour encourager les porteurs de projets français, francophones ou francophiles résidant à l'étranger à venir développer leur activité dans la métropole d'Aix-Marseille Provence.

Présentation

Lors de ses déplacements à l'étranger, Provence Promotion va à la rencontre des expatriés pour leur présenter les opportunités d'investissements sur le territoire provençal et les possibilités d'accompagnement. Ses principales cibles sont les ingénieurs français partis faire une carrière internationale au Canada, à San Francisco ou à Londres, et souhaitant revenir en France.

Dans le cadre de « Home Sweet Home », l'agence propose un accompagnement personnalisé aux porteurs de projets :

- **Conseil** pour le montage du business plan ;
- **Renseignements** techniques, économiques, juridiques ;
- **Mise en réseau** avec les partenaires de l'agence (Etat et collectivités locales, entreprises, centres de recherches, pôles de compétitivité, incubateurs, pépinières, banques, business-angels, cabinets de conseil, structures d'accompagnement des familles, etc.) ;
- Aide à la recherche de **financements** (Crédit impôt recherche, aide à l'embauche, prêt d'honneur, etc.) ;
- Accompagnement dans les **démarches** administratives et personnelles (demande de visa, ouverture d'un compte bancaire, recherche d'un logement, d'une école, d'une crèche, etc.).

Résultats

Depuis 2002, « Home Sweet Home » a permis la création de plus de 200 entreprises sur le territoire provençal.

BONNE PRATIQUE N°2

COMITE D'EXPANSION ECONOMIQUE DU VAL D'OISE (CEEVO)

PROSPECTION D'INVESTISSEURS POUR LES SITES REVITALISES

Objectif

Trouver des repreneurs pour les sites industriels concernés par des mutations économiques.

Genèse

A la fin des années 2000, le Comité d'expansion économique du Val d'Oise (CEEVO) développe une action d'accompagnement à la réindustrialisation des sites concernés par des projets de mutations économiques. Cette action se traduit notamment par la mise en place d'opérations de prospection ciblée afin d'identifier des repreneurs pour ces sites.

Présentation

Pour chaque projet de mutations économiques, le CEEVO échange dans un premier temps avec l'entreprise concernée (contact direct ou participation à des réunions organisées sous l'égide du représentant de l'État avec les partenaires territoriaux pour la préparation des conventions de revitalisation). Il s'agit ensuite d'identifier les caractéristiques immobilières du site faisant l'objet d'une fermeture ou d'un transfert d'activité, en lien avec l'entreprise et parfois avec le cabinet mandaté pour identifier des solutions éventuelles de reprise.

Grâce à ses actions de prospection d'entreprises recherchant des sites d'implantation dans le Val-d'Oise, le CEEVO est ainsi en mesure d'**orienter les prospects vers les sites concernés par des mutations économiques**. Les actions de prospection sont menées par l'équipe des chargés de mission du CEEVO, sous la coordination d'un chef de projet.

Résultats

Le CEEVO a ainsi permis la **réindustrialisation de plusieurs sites** à Gonesse (avec l'installation d'EADS SECA), à Franconville (avec l'installation de STERIGENE), à Nucourt (avec l'installation de plusieurs PMI sur un site unique) ou encore à Persan.

BONNE PRATIQUE N°3

AGENCE DE DEVELOPPEMENT ECONOMIQUE DE LA LOIRE (ADEL 42)

COMITE LOCAL DE REINDUSTRIALISATION DE SITE

Objectif

Accompagner la reconversion d'un site industriel afin d'y attirer de nouvelles entreprises et de permettre le maintien et la création d'emplois.

Genèse

En janvier 2013, 77 salariés de SEG SAMRO à Balbigny sont licenciés. L'Agence de développement économique de la Loire (ADEL 42) met alors en place un comité local de réindustrialisation de site.

Présentation

Le comité local de réindustrialisation de site était composé des syndicats de salariés, des élus (conseillers régionaux, conseillers généraux, maires, parlementaires), des services de la région, du département et de l'Etat, ainsi que de l'Epora, un établissement public foncier dédié à la reconversion de friches industrielles. Il se réunissait chaque semaine à l'initiative de l'ADEL 42.

Résultats

Des **investissements immobiliers** ont été réalisés pour **5 millions d'euros**, dont environ 1 million de subventions des collectivités. Un pôle dédié à l'assemblage mécanique a été organisé par le comité. Quatre entreprises industrielles prospectées par l'ADEL 42 ont signé des **conventions d'occupation** en attendant la cession du site, acquis par Epora, représentant la **création de plus de 100 emplois**.

BONNE PRATIQUE N°4

PROVENCE PROMOTION

PROVENCE INDUSTRY'NOV

Objectif

Attirer des investisseurs dans des secteurs innovants sur le territoire par une simplification et une accélération des procédures d'implantation.

Genèse

L'appel à manifestation d'intérêt « Provence Industry'Nov » a été lancé en avril 2018 par la métropole Aix-Marseille-Provence en lien avec l'Etat, la région Sud Provence-Alpes-Côte d'Azur, l'agence de développement économique Provence Promotion, la CCI Marseille Provence, et des acteurs industriels (le grand port maritime de Marseille, Piicco, Total, Kem One, LyondellBasell, et Novachim).

Présentation

« Provence Industry'Nov » s'adresse aux porteurs de projets industriels innovants (en priorité des projets d'unités de production, de démonstrateurs et de pilotes R&D dans les domaines de l'écologie industrielle appliquée, de la transition et de l'efficacité énergétiques, des biocarburants et des bioindustries) issus de tout type d'entreprises (start-up, TPE, PME, ETI et grand groupe) souhaitant s'implanter au sein des trois plateformes Plug, Start& Share de l'Etang de Berre.

Les projets sont analysés par une Task Force (réunissant industriels, acteurs publics et acteurs de l'enseignement supérieur et de la recherche) coordonnée par Provence Promotion. 10 à 20 d'entre eux sont sélectionnés pour bénéficier d'un **accompagnement gratuit, confidentiel et personnalisé** en trois étapes :

1. Faisabilité : étude de faisabilité, business model, identification de partenaires, recherche de terrains, recherches de financement ;
2. Implantation : coordination des procédures réglementaires, aménagement de sites, synergies industrielles, recrutement et formation, appui à l'installation des employés et de leurs familles (visa, logement, emploi) ;
3. Développement : mise en réseau, promotion, appui au développement de pilotes et démonstrateurs industriels, recherche de terrains, appui au financement R&D, etc.

Résultats

10 à 20 projets sont accompagnés chaque année. Les porteurs de projets sont également conviés par la Task Force à une réunion de bilan et d'échanges sur les retombées de l'AMI.

BONNE PRATIQUE N°5

DUNKERQUE PROMOTION

CONVENTION CADRE D'ANCRAGE TERRITORIAL

Objectif

Accompagner la reconversion d'un site industriel.

Genèse

En 2010, Total décide d'arrêter son activité de raffinage sur le site de la raffinerie des Flandres, située à Mardyck dans la périphérie de Dunkerque. Le groupe, l'Etat et les acteurs locaux (conseil régional, communauté urbaine de Dunkerque et son agence de développement Dunkerque Promotion, chambre de commerce et d'industrie de la Côte d'Opale, grand port maritime de Dunkerque, organisations patronales et syndicales), se réunissent alors pour élaborer une convention d'ancrage territoriale, signée en 2011.

Présentation

Par cette convention d'ancrage territoriale signée avec l'Etat, la communauté urbaine de Dunkerque et le Grand Port Maritime de Dunkerque, Total s'est engagé à un investissement propre de plus de 150 millions d'euros, représentant un apport à l'économie et à l'emploi du territoire dunkerquois équivalent au moins à 600 emplois. Cela passe par différents **projets industriels assurant la pérennité du site** (centre d'assistance technique aux opérations de raffinage, logistique de distribution de produits pétroliers, pôle biocarburant « Bio T fuel », centre de formation aux métiers techniques de raffinage « Oleum », parc d'activités industrielles « Industrial City of Dunkirk »), et des **actions de soutien au développement économique local**.

Dans ce cadre, Dunkerque Promotion a mené des actions quotidiennes sur le projet Industrial City Of Dunkirk ainsi qu'en matière de soutien au développement économique local. Des comités de pilotage étaient organisés mensuellement entre Total et l'agence, qui participait également aux réunions annuelles avec toutes les parties prenantes sur tous les points de la convention.

Résultats

La convention d'ancrage territorial a pris fin en 2015. Le groupe y a consacré un total de 200 millions d'euros. Des fonds ont notamment été injectés dans le tissu entrepreneurial local, permettant de subventionner plusieurs projets créateurs d'emplois.

INNOVER

La rubrique « **Innover** » recense les bonnes pratiques des agences de développement pour promouvoir l'innovation sur leur territoire et soutenir ses entreprises industrielles dans leurs transitions numérique comme écologique :

- Le parcours industrie 4.0 élaboré en région Sud (page 14)
- Le dispositif d'appels à innovation RESOLUTIONS mis en œuvre dans les Pays-de-la-Loire (page 16)
- Le Hackathon Economie Circulaire organisé à Caux Seine Agglo (page 17)
- Le Réseau d'industriels innovants d'Alsace du Nord (page 18)
- La démarche d'écologie industrielle et territoriale de Boulogne-sur-Mer (page 19)
- Le Challenge Industrie Mulhouse (page 20)

Une autre bonne pratique en matière d'innovation a été recensée dans une autre rubrique :

- L'appel à manifestation d'intérêt « Provence Industry'Nov » (page 10)

BONNE PRATIQUE N°6

RISING SUD

PARCOURS INDUSTRIE 4.0

Objectifs

Accompagner les petites et moyennes entreprises industrielles du territoire dans leur transformation vers l'industrie du futur.

Genèse

En 2017, l'agence de développement économique de la région Sud, risingSUD, a expérimenté un dispositif test d'accompagnement d'une vingtaine de PME vers l'industrie du futur. L'objectif était de déterminer les conditions de mise en œuvre par la région d'un dispositif de massification de l'accompagnement des PME régionales vers l'industrie du futur. Le dispositif test, intitulé « Révélateur 4.0 », a été formalisé avec pour objectif l'accompagnement de 500 PME autour de trois volets : un volet collectif de sensibilisation et de diagnostic des PME industrielles, un volet individuel d'accompagnement par des experts dédiés des PME industrielles, et un volet de coordination.

Dans ce cadre, la région a proposé, avec l'ensemble des acteurs qui agissent pour l'industrie (branches, syndicats, pôles de compétitivité, consulaires, etc.), la mise en place d'un **parcours complet d'accompagnement des TPI/PMI vers l'industrie du futur**, allant de la sensibilisation jusqu'au soutien aux investissements à réaliser : le « Parcours Sud Industrie 4.0 ».

Présentation

Le « Parcours Sud Industrie 4.0 » permettra à tout dirigeant de TPI (seuil minimal de 4 salariés) et de PMI, quel que soit leur secteur d'activité, de mobiliser les ressources et les initiatives portées sur le territoire, de bénéficier du temps de consultants experts sur un spectre de six leviers liés à la transformation en industrie du futur et d'être soutenus financièrement sur les premiers investissements en découlant.

Le dispositif sera composé, d'une part, d'une porte d'entrée unique dédiée à l'industrie 4.0 et, d'autre part, du déploiement d'un parcours d'accompagnement individualisé, proposé aux dirigeants de TPE et PME, articulé sur trois modules, pouvant être suivis à la carte et au choix du dirigeant, à savoir :

1. Un module de sensibilisation-diagnostic individuel ;
2. Un module d'accompagnement à la transformation par le conseil ;
3. Un module de financement des outils et équipements de transformation effective avec une subvention d'investissement de la région.

Résultats

Dans le cadre du dispositif test « Révélateur 4.0 », une vingtaine d'entreprises industrielles ont été accompagnées par risingSud en 2017, dont des pépites régionales comme Pellenc (équipement et outillage) ou Arcane (nettoyants industriels).

Dans le cadre du « Parcours Sud Industrie 4.0 », **500 TPI/PMI devraient être accompagnées d'ici 2022**. Le niveau de transformation de ces entreprises vers l'industrie 4.0 sera évalué *via* un Indice de Maturité créé à un niveau national par l'Alliance Industrie du Futur. Cet indice sera évalué pour chaque entreprise au démarrage de l'entrée dans le parcours et à l'issue de l'accompagnement.

BONNE PRATIQUE N°7

SOLUTIONS&CO

RESOLUTIONS

Objectif

Favoriser l'innovation en permettant aux entreprises du territoire de s'adresser à des fournisseurs de solutions innovantes, et aux acteurs innovants de financer le développement de leurs solutions.

Genèse

Lancé en 2016 par la région des Pays-de-la-Loire, le dispositif RESOLUTIONS est mis en œuvre par l'agence de développement économique des Pays-de-la-Loire, Solutions&Co, avec le soutien du Réseau de développement de l'innovation des Pays-de-la-Loire (RDI) et de nombreux acteurs du développement économique.

Présentation

RESOLUTIONS est un **dispositif d'appels à innovations** dans le cadre duquel 4 à 6 appels à innovations sont lancés par an. Pour chaque appel, une thématique est d'abord définie par la région et ses partenaires (industrie du futur, croissance bleue, agroalimentaire, tourisme, bâtiment intelligent, etc.). Les appels à innovations se font ensuite sur des cycles de 8 mois comprenant les trois étapes suivantes :

1. L'appel à problématiques (3 mois) : les entreprises du territoire sont invitées à exprimer leurs problématiques sur la thématique définie *via* le site internet du dispositif. Un jury composé de représentants de la région, de Solutions&Co et des pôles de compétitivité concernés choisissent 5 entreprises qui bénéficient d'un coaching pour la reformulation de leur problématique en opportunité d'innovation.
2. L'appel à solutions (2 mois) : les acteurs innovants (start-ups, laboratoires de recherche, etc.) sont invités à candidater en proposant leur solution aux problématiques énoncées. Les entreprises bénéficiaires sélectionnent la solution qu'ils souhaitent voir développer. Pour cela, la région verse une prime de 20 000 € au solutionneur, qui a 3 mois pour prouver la faisabilité de la solution.
3. Le travail en équipe (3 mois) : **les binômes entrepreneur-solutionneur co-développent la solution.**

Résultats

15 appels à innovations ont été lancés depuis 2016. Sur la période, la région a engagé 1,4 million d'euros pour soutenir ces projets. 57 binômes entrepreneur-solutionneur ont d'ores et déjà été formés et 15 autres sont en cours de formation.

BONNE PRATIQUE N°8

CAUX SEINE DEVELOPPEMENT

HACKATHON ECONOMIE CIRCULAIRE

Objectif

Favoriser l'émergence et le développement de solutions innovantes pour renforcer la dynamique d'économie circulaire sur le territoire.

Genèse

La communauté d'agglomération Caux Seine Agglo est engagée dans le développement de l'économie circulaire sur son territoire depuis de nombreuses années. Après différentes actions comme une étude de symbioses industrielles, la gestion durable des zones d'activités (GDZA), une étude sur les sources d'énergies fatales, ou encore un projet de pôle « économie sociale et solidaire et pépinières d'ateliers », elle a organisé en 2017 avec son agence de développement un hackathon sur l'économie circulaire.

Présentation

Caux Seine Agglo et Caux Seine Développement ont organisé le 1^{er} Hackathon Economie Circulaire les 1^{er} et 2 décembre 2017 à l'Abbaye du Valasse. L'objectif était de rassembler en un même lieu des personnes aux profils différents (experts, entreprises, institutionnels, étudiants, etc.) chargées de **répondre à des défis posés par des porteurs de projets sur le thème de l'économie circulaire.**

Il a fédéré plus de 70 participants répartis en 10 équipes, et des partenaires comme l'Institut de l'économie circulaire, l'ADEME, la région Normandie, l'État, etc., autour de 2 révolutions majeures : celle du numérique et celle de la transition énergétique pour la croissance verte. 10 projets ont été réalisés en 24 heures et étudiés par les membres du jury.

Résultats

Cet événement à la fois convivial et productif a permis **de faciliter l'émergence de projets qui bénéficieront de l'accompagnement de Caux Seine Développement** et de réseaux tels que Normandy Web Expert ou la CCI Seine Estuaire. Une fois développés, ils pourront renforcer la dynamique d'économie circulaire dans laquelle le territoire est engagé.

Le coup de cœur du jury, SYNOR (une plateforme de valorisation des déchets par l'interconnexion des collectivités et entreprises) bénéficie ainsi d'un accompagnement pour son outil *green matching* qui sera ensuite proposé sur le territoire.

BONNE PRATIQUE N°9

AGENCE DE DEVELOPPEMENT D'ALSACE (ADIRA)

RESEAU D'INDUSTRIELS INNOVANTS D'ALSACE DU NORD

Objectif

Mutualiser les expériences et expertises des industriels du territoire sur des problématiques communes.

Genèse

En 2015, l'Agence de développement d'Alsace (ADIRA) suit l'arrivée d'un sous-traitant sur le site d'Alstom. Le projet et l'accompagnement de l'agence amènent à une prise de conscience du responsable du site : pourquoi ne pas mutualiser les expériences des industriels du territoire sur des problématiques rencontrées par tous ?

Le Réseau d'industriels innovants d'Alsace du Nord (RESILIAN) est lancé en 2018 à l'initiative de l'ADIRA, en partenariat avec la région Grand Est, la communauté d'agglomération de Haguenau, un fonds privé et plusieurs entreprises du territoire dont Alstom qui a participé à la création du réseau.

Présentation

RESILIAN est une **démarche d'intelligence collective entre les entreprises industrielles d'Alsace du Nord**, leur permettant de mutualiser leurs expériences et leurs expertises sur des problématiques communes.

Plusieurs réunions ont eu lieu à la suite desquelles l'agence a défini des axes de travail qu'elle anime : innover ensemble ; partager les capacités et les expertises ; attractivité des sites et du territoire ; le numérique. Ces thématiques sont aujourd'hui déclinées dans des feuilles de route qui donnent lieu à des actions mises en place par les entreprises en partenariat avec l'agence d'innovation du Grand Est (Grand E-Nov), Bpifrance, l'union des industries et métiers de la métallurgie (UIMM), l'IUT de Haguenau, etc.

Résultats

RESILIAN a permis d'améliorer la coopération locale de plusieurs entreprises industrielles : ACEA, ALSTOM, SCHAEFFLER, SIEMENS, etc. Il a également impulsé la création d'une **plateforme web de mise en commun des capacités disponibles**.

BONNE PRATIQUE N°10

BOULOGNE-SUR-MER DEVELOPPMENT CÔTE D'OPALE

DEMARCHE D'ÉCOLOGIE INDUSTRIELLE ET TERRITORIALE

Objectif

Réduire les coûts des entreprises industrielles du territoire et dynamiser ce dernier par l'innovation.

Genèse

Située à Boulogne-sur-Mer, la zone industrialo-portuaire de Capécure est la première place européenne de transformation de produits de la mer. En 2016, une démarche d'écologie industrielle et territoriale a été lancée sur la zone à l'initiative de Veolia Eau, avec le concours de 2ei et de Boulogne-sur-Mer Développement Côte d'Opale.

Présentation

La démarche d'écologie industrielle et territoriale s'est étalée sur 18 mois et a été divisée en deux phases :

1. De février à juin 2017, des entretiens ont été menés auprès d'une soixantaine d'acteurs économiques publics et privés de la zone afin de recueillir leurs besoins. Deux problématiques récurrentes ont émergé : l'accompagnement et la maîtrise des utilités d'une part, et l'utilisation du réseau d'eau de mer d'autre part.
2. En septembre 2017, deux démonstrateurs ont été sélectionnés parmi 20 actions prioritaires identifiées par la communauté d'agglomération du Boulonnais : l'un pour le test d'un service d'optimisation des utilités dans les entreprises, l'autre concernant l'utilisation de l'eau de mer en remplacement de l'eau potable dans les process industriels.

Résultats

La démarche a notamment obtenu la mention spéciale du Grand Prix Project City, un forum dédié aux nouveaux enjeux et besoins de la ville.

Une démarche innovante visant à **utiliser de l'eau de mer pour nettoyer les poissons** à l'échelle de la zone de Capécure 2, qui concentre 8 ateliers de marée, est à l'étude. Elle permettrait d'**économiser un euro par mètre cube d'eau consommée**, et favoriserait l'implantation de nouvelles activités afférentes à ce domaine.

BONNE PRATIQUE N°11

AGENCE DE DEVELOPPEMENT D'ALSACE (ADIRA)

CHALLENGE INDUSTRIE MULHOUSE

Objectif

Faire émerger des solutions innovantes pour les entreprises industrielles du territoire.

Genèse

Le Challenge Industrie Mulhouse a été lancé en 2017 par le Technopôle Mulhouse et Alsace Digital, avec le soutien de nombreux partenaires dont l'Agence de développement d'Alsace (ADIRA).

Présentation

Pendant 48 heures, des équipes composées de professionnels aux compétences et parcours divers (développeurs, ingénieurs, designers, utilisateurs, etc.) partagent leurs expériences et expertises pour **proposer des solutions innovantes aux défis posés par les entreprises participantes**. Soumis à un jury, les projets lauréats bénéficient ensuite d'un accompagnement pour être développés.

Résultats

Depuis la création du challenge, **une quinzaine de projets ont été accompagnés dans leur développement**. De nouveaux liens ont également pu être tissés entre les professionnels de différentes entreprises.

RECRUTER

La rubrique « **Recruter** » recense les bonnes pratiques des agences de développement pour faciliter le recrutement des entreprises par la valorisation de l'industrie et/ou la promotion du territoire :

- Le « New DEAL Live Industry » en Auvergne (page 23)
- Le dispositif « Le Havre Be Different » (page 24)
- Le plan d'actions « Objectif Industrie » à Vichy (page 25)
- Le dispositif « Job in Bordeaux » (page 26)
- L'événement « L'industrie Magnifique » en Alsace (page 27)
- La campagne « Ma nouvelle vie dans la Manche (page 28)

BONNE PRATIQUE N°12

AGENCE REGIONALE DE DEVELOPPEMENT DES TERRITOIRES
D'Auvergne (ARDTA)

NEW DEAL LIVE INDUSTRY

Objectif

Faciliter la mobilité des professionnels de l'industrie pour répondre aux besoins de recrutement des entreprises du territoire et attirer de nouvelles compétences sur ce dernier.

Genèse

Le « New DEAL » (pour Des Emplois Avec Logement) auvergnat a été lancé en 2012 par l'Agence régionale de développement des territoires d'Auvergne (ARDTA) pour répondre aux besoins de recrutement des entreprises du territoire et attirer de nouveaux talents sur ce dernier. En 2016, la cinquième édition du programme, intitulée « New Deal Live Industry », est consacrée aux métiers de l'industrie.

Présentation

Le « New DEAL » permet aux non Auvergnats (ou aux Auvergnats travaillant à plus de cinquante kilomètres de leur domicile) candidatant aux offres d'emploi de certains métiers en tension sur le territoire, de **bénéficier d'un remboursement par la région de leurs trois premiers mois de loyer** (à hauteur de 500€ par mois pendant trois mois), correspondant à leur période d'essai.

Dans le cadre du « New DEAL Live Industry », une centaine d'offres d'emploi (de tous niveaux et dans tous les domaines, de l'agroalimentaire à l'industrie du luxe en passant par la mécanique) avec le logement offert ont ainsi été publiées. L'ARDTA, en partenariat avec l'Agence régionale de développement économique (ARDE) de l'ancienne région Auvergne, proposait également aux TPE et PME industrielles de bénéficier d'aides à l'implantation, au renforcement numérique, à l'exportation ou encore à l'intelligence économique.

Résultats

Entre 2012 et 2018, le « New DEAL » a permis aux entreprises auvergnates de recevoir environ 17 000 CV. 450 emplois ont ainsi pu être pourvus pour un total de 1 200 nouveaux habitants sur le territoire.

Un sondage réalisé en 2017 auprès des bénéficiaires des cinq premières éditions a révélé que 27% d'entre eux venaient d'Ile-de-France, 21% de l'ancienne région Rhône-Alpes et 14% d'Occitanie. 88% étaient toujours installés en Auvergne au moment du sondage.

BONNE PRATIQUE N°13

LE HAVRE DEVELOPPEMENT

LE HAVRE BE DIFFERENT

Objectif

Mettre des outils de marketing territorial à disposition des entreprises du territoire pour les aider à recruter des compétences indispensables à leur développement mais non disponibles localement.

Genèse

Dans le cadre de ses actions d'accompagnement des entreprises du territoire, Le Havre Développement fait le constat des retombées négatives du déficit d'attractivité du territoire sur l'attraction de professionnels par ces entreprises. En 2014, l'agence lance le dispositif « Le Havre Be Different » pour répondre aux difficultés de recrutement des entreprises implantées sur les intercommunalités du Havre, de Fécamp et de Caux Estuaire.

Présentation

« Le Havre Be Different » permet aux entreprises havraises recruteuses d'intégrer des messages sur l'attractivité du territoire à leurs propres supports et actions de communication. Dans ce cadre, Le Havre Développement met à leur disposition différents outils de marketing territorial :

- Une plaquette promouvant les atouts du territoire ;
- Un site internet de découverte du territoire ;
- Un clip immersif et des témoignages vidéo ;
- Un kit de communication avec des photos et vidéos libres de droit ainsi que des PDF intégrables aux supports des entreprises ;
- Des supports signalétiques disponibles en prêt pour les événements ;
- Une proposition de prises de paroles conjointes avec Le Havre Développement lors d'événements.

Résultats

Grâce à une démarche marketing menée par Le Havre Développement, les entreprises havraises ont pu **diffuser des messages d'attractivité territoriale correspondant aux attentes exprimées par leurs publics cibles** en matière de choix du territoire de vie.

L'évaluation de « Le Havre Be Different » repose sur des indicateurs quantitatifs (questionnaires à destination des recruteurs) et qualitatifs (entretiens avec les recruteurs) d'utilisation du dispositif.

BONNE PRATIQUE N°14

VICHY COMMUNAUTE DEVELOPPEMENT

OBJECTIF INDUSTRIE

Objectif

Faire connaître et valoriser les métiers de l'industrie afin d'attirer les travailleurs et aider les entreprises industrielles du territoire à recruter.

Genèse

Le plan d'actions « Objectif Industrie » a été lancé en 2018 pour répondre aux difficultés de recrutement des entreprises industrielles du bassin de Vichy. Il regroupe Pôle Emploi, des acteurs du développement économique dont Vichy Communauté Développement, des institutions et des entreprises du territoire.

Présentation

Le plan d'actions « Objectif Industrie » est d'abord passé par la **réalisation de 21 films sur 21 métiers dans 21 entreprises industrielles du territoire**. Fin janvier 2019, 4 de ces films ont été projetés dans le cinéma de Vichy à l'occasion d'un premier événement. La projection a été suivie de témoignages de professionnels visant à déconstruire les idées reçues sur les métiers de l'industrie, et de job datings entre demandeurs d'emploi et chefs d'entreprises et/ou RH. 7 autres films ont été projetés au cours d'un deuxième événement en mars, et de nouveaux films sont en préparation.

Résultats

21 vidéos ont été réalisées, sur les métiers suivants : Technicien, Bureau d'étude, Maroquinier, Plasturgiste, Monteur-Câbleur, Opérateur Robot soudeur, Soudeur, Opérateur en découpe, Fraiseur Usineur, Conducteur de ligne automatisé, Régleur extrusion, Peseur en industrie cosmétique, Tuyauteur, Opérateur d'assemblage manuel, Chaudronnier, Mécanicien, Logistique, Technicien contrôle qualité, Technicien de maintenance, Câbleur électronique, Peintre industriel, Contrôle qualité.

Les deux premiers événements ont réuni chacun plus de 200 personnes. Le plan d'actions « Objectif Industrie » a également permis d'améliorer la notoriété et l'image du tissu industriel du bassin d'emploi, à la fois par l'impact des événements organisés mais également par les visionnages des vidéos sur YouTube (10 000 vues) et sur les sites internet des partenaires. Elle a permis de sensibiliser les salariés en reconversion, les personnes en situation de réinsertion professionnelle, les collégiens, lycéens et étudiants, etc.

BONNE PRATIQUE N°15

INVEST IN BORDEAUX

JOB IN BORDEAUX

Objectif

Donner de la visibilité aux offres d'emplois des entreprises du territoire et accompagner les conjoints de leurs salariés dans leur recherche d'emploi.

Genèse

« Job in Bordeaux » a été lancé en 2018 par Invest in Bordeaux avec le soutien de Pôle Emploi.

Présentation

« Job in Bordeaux » est un *job board* sur lequel les entreprises en cours d'implantation ou déjà implantées à Bordeaux et en Gironde peuvent publier leurs offres d'emploi. Il permet ainsi d'accroître la visibilité de ces offres.

Il est également un vecteur d'opportunités professionnelles pour les conjoints des salariés en mobilité qu'Invest in Bordeaux accompagne dans le cadre de projets de relocation sur le territoire. En complément, l'agence propose des entretiens exploratoires, une aide à la rédaction et à l'adaptation des CV, des groupes de discussion sur les réseaux sociaux et différentes rencontres.

Résultats

Plus de **80 entreprises** du territoire se sont d'ores et déjà engagées dans le dispositif et publient régulièrement des offres d'emploi sur le site internet dédié. Environ **150 offres** y sont disponibles en moyenne.

Par ailleurs, en 2018, **53 conjoints ont été accompagnés dans leur recherche d'emploi** (70% des conjoints accompagnés ont trouvé un emploi), dans leur projet de création ou de reprise d'entreprise (15%), ou encore dans l'identification et le financement d'une formation professionnalisante (15%).

BONNE PRATIQUE N°16

AGENCE DE DEVELOPPEMENT D'ALSACE (ADIRA)

L'INDUSTRIE MAGNIFIQUE

Objectif

Valoriser les métiers de l'industrie au travers d'expositions à ciel ouvert d'œuvres d'art nées de collaborations entre artistes et entreprises industrielles.

Genèse

L'Industrie Magnifique est un projet porté par l'association Industrie et Territoires, créée en 2016 avec pour objet « la promotion et le développement de la création artistique, de la culture de l'invention et du patrimoine industriel dans les territoires, en favorisant la coopération entre les artistes, les entreprises et les collectivités publiques » et dont le siège est sis à l'Agence de développement d'Alsace (ADIRA).

Une première **exposition à ciel ouvert** a été organisée en 2018 à Strasbourg avec le soutien de l'ADIRA, de l'Eurométropole de Strasbourg, du département du Bas-Rhin, de la région Grand Est, de la CCI Alsace ainsi que de nombreux acteurs économiques comme la Fédération des Industries.

Présentation

Du 3 au 13 mai 2018, **24 œuvres d'art réalisées par 24 artistes en collaboration avec 24 entreprises industrielles ont été exposées sur 17 places publiques de Strasbourg**. En parallèle, une cinquantaine d'animations, des conférences et des visites guidées étaient organisées dans toute la ville.

Résultats

La première édition de L'Industrie Magnifique a attiré **360 000 visiteurs**. D'après un sondage, 97% d'entre eux plébiscitent une réédition. L'événement a également engendré plus de 350 retombées presse, 2 045 publications avec le hashtag #industriemagnifique sur les réseaux sociaux et 5 600 fans sur la page Facebook.

Une deuxième édition est prévue du 7 au 17 mai 2020 à Strasbourg.

BONNE PRATIQUE N°17

LATITUDE MANCHE

MA NOUVELLE VIE DANS LA MANCHE

Objectif

Promouvoir le territoire auprès de la population active de bassins d'emplois ciblés afin d'aider les entreprises locales à recruter de nouvelles compétences.

Genèse

La campagne « Ma nouvelle vie dans la Manche » a été élaborée et mise en œuvre en 2019 par l'agence d'attractivité de la Manche, Latitude Manche, en lien avec les acteurs de l'emploi du département.

Présentation

Latitude Manche a déployé des actions dans **9 grandes villes de France** sélectionnées selon différents critères (part de population active, taux de chômage, solde migratoire, etc.) : Amiens, Dunkerque, Le Havre, Le Mans, Lille, Metz, Nancy, Paris et Rouen.

Dans un premier temps, une vidéo de 20 secondes intitulée « Ma nouvelle vie dans la Manche, c'est ici que tout commence » a été diffusée en bande annonce pendant tout le mois de septembre 2019 dans des salles de cinéma partenaires afin de promouvoir le territoire et d'annoncer les événements à venir.

Dans un second temps, du 26 septembre au 17 octobre 2019, des événements de recrutement ont été organisés pour permettre aux entreprises manchoises d'aller à la rencontre des talents des 9 villes sélectionnées, en priorité des candidats qualifiés ouverts à la mobilité, des étudiants et des jeunes diplômés. Au programme : projection de films promotionnels sur le territoire, présentation de sa dynamique économique, de ses entreprises et de leurs emplois disponibles, témoignages, job datings, buffets de produits manchois.

Ces événements ont également été l'occasion de présenter les services d'accompagnement à l'installation proposés par l'agence : organisation de séjours de découverte, aide dans la recherche de logement, d'écoles, de crèches, ou d'emploi pour le conjoint.

Résultats

La vidéo de promotion du territoire a été diffusée dans 11 salles de cinéma pendant un mois, touchant plus de **550 000 spectateurs**.

14 événements de recrutement ont ensuite été organisés, dont 8 afterworks dans des cinémas, 2 afterworks avec des partenaires de l'emploi et 4 participations à des salons pour l'emploi.

SIMPLIFIER

La rubrique « **Simplifier** » recense les bonnes pratiques des agences de développement pour faciliter et accélérer les démarches des entreprises de leur territoire :

- Le Réseaux commande publique Alsace (page 31)
- Le dispositif Aire urbaine investissement en Nord Franche-Comté (page 33)
- Le centre d'information sur la prévention des difficultés des entreprises de Marmande (page 35)
- La gestion de dispositifs de revitalisation dans le Calaisis (page 36)
- Le Vademecum des outils de soutien aux entreprises publié en Nord Franche-Comté (page 37)

D'autres pratiques en matière de simplification ont été recensées dans d'autres rubriques :

- Le dispositif « Home Sweet Home » dans les Bouches-du-Rhône (page 7)
- L'appel à manifestation d'intérêt « Provence Industry'Nov » (page 10)
- Le dispositif d'appels à innovation RESOLUTIONS mis en œuvre dans les Pays-de-la-Loire (page 16)
- Le dispositif « Job in Bordeaux » (page 26)

BONNE PRATIQUE N°18

AGENCE D'ATTRACTIVITE DE L'ALSACE

RESEAU COMMANDE PUBLIQUE ALSACE

Objectif

Faciliter l'accès aux marchés publics et l'internationalisation des entreprises du territoire.

Genèse

Depuis 1996, la région Alsace puis Grand Est finance un dispositif d'accompagnement des entreprises sur les marchés publics nationaux, européens et internationaux.

Depuis 2012, le service Alsace Commande Publique de l'Agence d'Attractivité de l'Alsace (AAA) coordonne le **Réseau Commande Publique Alsace (RCPA)** – dispositif d'appui aux entreprises sur les marchés publics nationaux – en lien avec la chambre de commerce et d'industrie Alsace Eurométropole, la chambre de métiers d'Alsace, la chambre d'agriculture d'Alsace, les barreaux d'Alsace (Colmar, Mulhouse, Saverne et Strasbourg), le conseil régional de l'ordre des experts comptables d'Alsace, et Bpifrance.

Le service Alsace Commande Publique de l'AAA anime également le **Club AMPIE** – dispositif d'appui aux entreprises sur les **marchés publics européens et internationaux** – en lien avec les partenaires régionaux de l'export.

Présentation

S'imposant comme guichet unique sur les marchés publics, le RCPA accompagne les entreprises sur les marchés publics en leur proposant un dispositif coordonné reposant sur 4 métiers :

1. **L'information sur les marchés publics** : hotline *via* les points Info Commande Publique ; forums de sensibilisation ; ateliers pratiques ; rencontres acheteurs ; accès à un outil de veille sur les appels d'offres, etc.
2. **La formation aux marchés publics** : formations sur l'ensemble du cycle de l'appel d'offre, de la détection du marché jusqu'à l'exécution du contrat.
3. **L'accompagnement des entreprises sur les marchés publics** : appui spécifique au montage de dossier et au suivi de l'appel d'offres ; mise en relation avec les donneurs d'ordres, etc.
4. **L'accès au financement** grâce aux outils de Bpifrance.

Le Club AMPIE propose des services d'information, de veille et d'accompagnement sur les marchés publics européens et internationaux.

Résultats

Les partenaires du RCPA ont d'abord signé une convention pour la période 2012-2016, au cours de laquelle 3 413 entreprises ont été informées, et 732 accompagnées plus spécifiquement. 208 dirigeants ou salariés ont été formés sur des thèmes comme le mémoire technique, le montage de dossier ou la dématérialisation. Le RCPA a ainsi contribué sur cette période à la signature de 335 contrats d'un total de 130 millions d'euros pour des PME et TPE.

Une nouvelle convention a été signée pour la période 2017-2021.

BONNE PRATIQUE N°19

AGENCE DE DEVELOPPEMENT ECONOMIQUE NORD-FRANCHE-COMTE
(ADN-FC)

AIRE URBAINE INVESTISSEMENT

Objectif

Mutualiser les moyens privés issus des conventions de revitalisation sur le territoire (disposer d'un outil commun piloté par les acteurs économiques locaux ; éviter la présence d'autant d'acteurs privés que de conventions de revitalisation ; réduire les frais de fonctionnement afférents ; éviter le saupoudrage des aides sur le territoire ; démultiplier et maximiser les effets à long terme).

Genèse

Durant la crise de 2008-2009, de nombreuses conventions de revitalisation sont signées sur le territoire du Nord Franche-Comté. L'outil Aire Urbaine Investissement (AUI) est créé en septembre 2009 à l'initiative de Belfort Investissement et du Commissaire à la réindustrialisation pour mutualiser les moyens privés issus de ces conventions de revitalisation.

Présentation

AUI a été créé sous la forme d'une SAS indépendante au capital de 100 000€. Ses actionnaires sont l'agence de développement économique Nord Franche-Comté (ADN-FC), les chambres de commerce et d'industrie du Doubs, du Territoire de Belfort et de Haute-Saône, deux SEM, deux banques mutualistes, trois groupes industriels locaux (PSA, Alstom et General Electrics), et la société d'investissement régionale.

Les premières conventions de revitalisation ont été signées en 2009 avec des industriels tels que Faurecia ou Sense. Aujourd'hui, AUI gère une trentaine de conventions de revitalisation et intervient principalement par l'octroi d'avances remboursables (prêts à taux 0, sans garantie, sans caution, généralement remboursables en 24 mensualités) et plus rarement de subventions. Le montant de ces aides est fonction des emplois créés.

L'outil n'est pas seulement financier : à la fois **plateforme de mutualisation** et **réseau de partenaires**, il permet d'apporter rapidement expertise et conseils aux industriels et entrepreneurs de la région.

Au carrefour de l'action de nombreux acteurs publics et privés impliqués dans le développement local, AUI s'appuie, entre autres, sur le rôle et les actions endogènes voire exogènes de l'ADN-FC. Outre son rôle dans la gouvernance en tant que premier actionnaire, l'agence assure la promotion d'AUI auprès des chefs

d'entreprises, promeut leurs projets auprès d'AUI et coordonne les différents dispositifs et aides mobilisables le cas échéant.

Résultats

Depuis sa création, et en lien étroit avec ses partenaires publics et privés, AUI a **mobilisé 12 millions d'euros de fonds 100% privés au bénéfice de l'emploi local, auprès de 280 entreprises, contribuant ainsi à la création ou au maintien de plus de 3 200 emplois.**

AUI est aujourd'hui partenaire d'une société régionale de capital-risque, qui gère entre autres le fonds venant en aide aux entreprises en consolidation. En début d'année 2016, ce fonds a été doublé à hauteur de 8 millions d'euros.

AUI mutualise également les fonds de revitalisation des 8 départements de Bourgogne Franche-Comté affectés à ce fonds régional. Ainsi le dispositif nord-comtois a pu lui apporter plus de 2,4 millions d'euros.

AUI démontre ainsi qu'il est possible de réunir, sur plusieurs départements, autour d'une même table de travail et dans un objectif commun des profils différents composés des grands groupes industriels, de l'Etat, du monde consulaire, des collectivités locales (*via* l'ADN-FC), des SEM et de banquiers mutualistes.

BONNE PRATIQUE N°20

GARONNE EXPANSION

CENTRE D'INFORMATION SUR LA PREVENTION DES DIFFICULTES DES ENTREPRISES DE MARMANDE

Objectif

Aider à la détection précoce des difficultés des entreprises afin d'en anticiper le traitement.

Genèse

Pensé dès la fermeture du tribunal de commerce de Marmande le 31 décembre 2008, le centre d'information sur la prévention des difficultés des entreprises de Marmande a été créé en 2009 à l'initiative de l'agence Val de Garonne Expansion, devenue Garonne Expansion.

Présentation

Le Centre d'information sur la prévention des difficultés des entreprises de Marmande permet à tout chef d'entreprise en difficultés qui en fait la demande **via un numéro vert, d'être reçu gratuitement et confidentiellement par des délégués bénévoles** : anciens juges du tribunal de commerce de Marmande, experts-comptables et avocats marmandais. 2 ou 3 délégués (obligatoirement un ancien juge et un expert-comptable) reçoivent les chefs d'entreprise le 1^{er} ou 3^e jeudi du mois pendant 1 heure (ou un autre jour en cas d'urgence).

Résultats

Le Centre d'information sur la prévention des difficultés des entreprises de Marmande permet aux chefs d'entreprises du territoire d'être reçus dans un lieu proche et à dimension humaine, à la différence du tribunal de Commerce du Lot-et-Garonne, situé à Agen, soit à 120km aller-retour.

BONNE PRATIQUE N°21

CALAIS PROMOTION

GESTION DE DISPOSITIFS DE REVITALISATION SUR LE TERRITOIRE DU CALAISIS

Objectif

Gérer les dispositifs de revitalisation pour le compte des entreprises en vue de créer des emplois sur le territoire.

Genèse

L'agence Calais Promotion est opérateur en revitalisation depuis 2003. Dans ce cadre, elle a géré pour le compte des entreprises le pilotage de plusieurs dispositifs de revitalisation sur le territoire du Calaisis afin de mieux maîtriser les moyens et les actions dans l'intérêt du territoire.

Présentation

Calais Promotion gère pour le compte des entreprises le pilotage de dispositifs de revitalisation sous forme de **fonds de subventions versées aux entreprises créatrices d'emploi**. Elle assure la détection des projets, l'information des entreprises ainsi que le suivi administratif et financier du dispositif.

Par exemple, dans le cadre de la restructuration de Tioxide – l'un des principaux fabricants européens de dioxyde de titane –, l'agence a géré un budget de 300 000€ en subventions, avec un objectif de création de 90 emplois. L'objectif a été atteint et même dépassé (130%), avec 117 emplois accompagnés.

Résultats

Au cours des dix dernières années, Calais Promotion a mené 6 missions de revitalisation : Eurotunnel (2010-2015), Tesco (2011-2013), SNCF (2012-2015), Tioxide-Venator (2016-2018), Walon France (2016-2018), Venator 2 (2018-2020). L'agence a géré un budget de 2,3 millions d'euros avec un objectif cumulé de 470 emplois à accompagner, toujours atteint ou largement dépassé.

Les résultats, tant quantitatifs que qualitatifs, sont salués par les services de l'Etat, qui recommandent systématiquement l'agence auprès des entreprises assujetties à l'obligation de revitalisation.

BONNE PRATIQUE N°22

AGENCE DE DEVELOPPEMENT ECONOMIQUE NORD-FRANCHE-COMTE
(ADN-FC)

VADEMECUM DES OUTILS DE SOUTIEN AUX ENTREPRISES

Objectif

Faciliter l'accès à l'information des chefs d'entreprises et porteurs de projets du territoire en matière d'aides.

Genèse

La première version du Vade-mecum a été publiée en juin 2017 par l'Agence de développement économique Nord Franche-Comté (ADN-FC), et présentée aux acteurs économiques du Nord Franche-Comté et de la Bourgogne-Franche-Comté, une grande partie des dispositifs recensés s'appliquant à l'ensemble du territoire régional. Depuis, le document est **mis à jour mensuellement par les équipes de l'ADN-FC**.

Présentation

Destiné aux porteurs de projets, aux chefs d'entreprises et à l'ensemble des acteurs du développement économique du Nord Franche-Comté, le Vade-mecum des outils de soutien aux entreprises est un document accessible à tous gratuitement en ligne. Il prend la forme d'un PDF interactif qui intègre, quand ils existent, les accès directs aux formulaires de demandes d'aides ou les contacts directs au sein des structures qui portent les dispositifs.

Dans sa version actuelle, l'outil recense **64 aides réparties en 8 catégories** : aides à l'emploi et à la formation, aides à l'internationalisation et à l'exportation, aides à l'innovation, aides aux entreprises en difficulté, aides à la création-reprise d'entreprise, aides au développement, aides à l'immobilier, et aides à objectifs multiples.

Résultats

Le Vade-mecum des outils de soutien aux entreprises renforce la visibilité, la lisibilité et l'accessibilité de ces outils, simplifiant ainsi la vie des chefs d'entreprises et des acteurs du développement économique en Nord Franche-Comté.

cner

FÉDÉRATION DES AGENCES
DE DÉVELOPPEMENT ET DES COMITÉS
D'EXPANSION ÉCONOMIQUE

UN RÉSEAU D'EXPERTS QUALIFIÉS,
AU SERVICE DE VOTRE TERRITOIRE
ET DE SON DÉVELOPPEMENT

CNER EXPERTISE

LE RÉSEAU D'EXPERTS DU DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE

DES SOLUTIONS CONCRÈTES,
RAPIDES, ACCESSIBLES,
ET ADAPTÉES AU PLUS PRÈS
DE VOS BESOINS

En partenariat avec





FÉDÉRATION DES AGENCES
D'ATTRACTIVITÉ, DE DÉVELOPPEMENT
ET D'INNOVATION

219 boulevard Saint-Germain

75007 PARIS

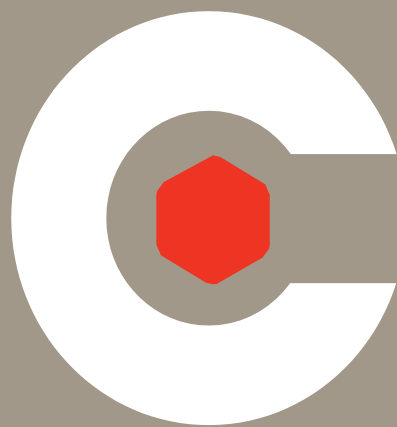
01 42 22 35 29

cner@cner-france.com

www.cner-france.com

Avec le soutien de :





cner

FÉDÉRATION DES AGENCES
D'ATTRACTIVITÉ, DE DÉVELOPPEMENT
ET D'INNOVATION