



EXTRAIT DU REGISTRE DES DELIBERATIONS
DU CONSEIL

Conseil du **29 janvier 2020**

Délibération n° 2020-4176

commission principale : développement économique, numérique, insertion et emploi

commission (s) consultée (s) pour avis :

commune (s) :

objet : Agence pour le développement économique de la région lyonnaise (ADERLY) - Attribution d'une subvention de fonctionnement pour son programme d'actions 2020

service : Direction générale déléguée aux territoires et partenariats - Direction de l'évaluation et de la performance

Rapporteur : Madame la Conseillère déléguée Peillon

Président : Monsieur David Kimelfeld

Nombre de conseillers en exercice au jour de la séance : 165

Date de convocation du Conseil : mardi 31 décembre 2019

Secrétaire élu : Madame Sarah Peillon

Affiché le : vendredi 31 janvier 2020

Présents : MM. Kimelfeld, Grivel, Mme Bouzerda, MM. Bret, Brumm, Da Passano, Mme Picot, MM. Le Faou, Abadie, Crimier, Galliano, Mme Dognin-Sauze, M. Charles, Mmes Geoffroy, Laurent, Gandolfi, M. Barral, Mme Frih, M. Claisse, Mme Vessiller, MM. George, Kabalo, Képénékian, Mmes Frier, Cardona, MM. Vincent, Rousseau, Desbos, Mme Glatard, MM. Longueval, Pouzol, Barge, Eymard, Mme Rabatel, M. Bernard, Mme Poulain, M. Pillon, Mmes Panassier, Baume, MM. Calvel, Sellès, Suchet, Veron, Hémon, Mme Belaziz, MM. Jacquet, Chabrier, Mmes Peillon, Jannot, Ait-Maten, MM. Artigny, Augoyard, Mme Barbasso Bruas, M. Barret, Mmes Beautemps, Berra, MM. Berthilier, Blache, Blachier, Boudot, Boumertit, Bousson, Bravo, Broliquier, Mme Brugnera, MM. Buffet, Cachard, Mme Cochet, MM. Cochet, Cohen, Compan, Mme Corsale, M. Coulon, Mmes Crespy, Croizier, M. Curtelin, Mme David, M. David, Mmes de Lavernée, de Malliard, MM. Denis, Dercamp, Diamantidis, Mmes El Faloussi, Fautra, MM. Findrik, Gachet, Mmes Gailliot, Gardon-Chemain, MM. Gascon, Geourjon, Germain, Mme Ghemri, MM. Gillet, Girard, Mme Giraud, MM. Gomez, Gouverneyre, Guillard, Mme Guillemot, MM. Guimet, Hamelin, Havard, Hugué, Jeandin, Lavache, Mmes Le Franc, Lecerf, Leclerc, M. Llung, Mmes Maurice, Millet, MM. Millet, Moretton, Moroge, Mme Nachury, M. Odo, Mme Perrin-Gilbert, M. Petit, Mmes Peytavin, Picard, M. Piegay, Mmes Pietka, Pouzergue, MM. Quiniou, Rabehi, Rantonnet, Roustan, Rudigoz, Mme Runel, M. Sannino, Mme Sarselli, MM. Sécheresse, Uhrich, Vaganay, Vergiat, Vincendet.

Absents excusés : MM. Philip (pouvoir à Mme Runel), Colin (pouvoir à M. Pouzol), Mmes Balas (pouvoir à M. Guillard), Basdereff (pouvoir à M. Petit), Burillon (pouvoir à M. Denis), Burricand (pouvoir à M. Millet), MM. Butin (pouvoir à Mme David), Charmot (pouvoir à Mme de Malliard), Devinaz (pouvoir à M. Bret), Forissier (pouvoir à M. Cochet), Fromain (pouvoir à M. Hugué), Mme Iehl, MM. Lebuhotel (pouvoir à Mme Gailliot), Martin (pouvoir à M. Girard), Passi, Mmes Reveyrand (pouvoir à Mme Le Franc), Servien (pouvoir à Mme Giraud), M. Sturla (pouvoir à M. Sannino), Mmes Tifra (pouvoir à Mme Belaziz), Varenne (pouvoir à M. Dercamp), Vullien (pouvoir à M. Vincent).

Absents non excusés : MM. Vesco, Aggoun, Collomb, Genin, Mmes Hobert, Michonneau, Piantoni.

Conseil du 29 janvier 2020**Délibération n° 2020-4176**

commission principale : développement économique, numérique, insertion et emploi

objet : **Agence pour le développement économique de la région lyonnaise (ADERLY) - Attribution d'une subvention de fonctionnement pour son programme d'actions 2020**

service : Direction générale déléguée aux territoires et partenariats - Direction de l'évaluation et de la performance

Le Conseil,

Vu le rapport du 24 décembre 2019, par lequel monsieur le Président expose ce qui suit :

La Métropole de Lyon est membre fondateur de l'association ADERLY, aux côtés de la Chambre de commerce et d'industrie (CCI) de Lyon Métropole Saint Etienne Roanne, du Département du Rhône et du Mouvement des entreprises de France (MEDEF) Lyon-Rhône pour assurer la promotion de la Région lyonnaise, de façon à accroître son rayonnement et favoriser son attractivité au sein du paysage économique européen.

L'ADERLY a la responsabilité d'une mission globale de promotion, de prospection et d'accompagnement d'investissements, créateurs d'emplois et de richesses pour le territoire de la Région lyonnaise. À travers cette action, elle contribue au rayonnement du territoire à l'échelle nationale et internationale, comme le prévoient ses statuts.

En outre, depuis 2007, l'ADERLY assure la gestion opérationnelle et financière de la démarche marketing OnlyLyon dont l'objectif est :

- de promouvoir Lyon à l'international dans ses dimensions économiques, culturelles, sportives, universitaires et touristiques,
- d'accroître la visibilité et la notoriété de la Métropole lyonnaise, notamment à destination des décideurs économiques internationaux.

I° - Bilan des actions 2019 :**1° - Bilan ADERLY - INVEST IN**

L'objectif annuel a été maintenu à 100 implantations pour 2 000 emplois à 3 ans. Parmi les 100 implantations, l'ADERLY cherche à attirer 60 entreprises à capitaux étrangers, 5 centres de recherche et développement (R&D) de niveau international et 3 entreprises emblématiques. Cet objectif est ambitieux, surtout en termes d'emplois, au regard de la tendance à l'implantation de petits projets.

Au 6 novembre 2019, l'ADERLY a implanté 74 projets, créateurs de 1 763 emplois à 3 ans. Sur 12 mois glissants, le nombre d'emplois par projet se situe à 26 (contre 22 en 2018). Sur les 74 projets implantés, 32 concernent des entreprises à capitaux étrangers (43 % des projets), 5 des projets R&D et 4 des entreprises emblématiques.

La priorité des derniers mois de l'année 2019 est d'assurer un taux de conversion élevé des projets en implantations, afin d'assurer l'atteinte des objectifs fixés.

Les actions menées en 2019 s'inscrivent dans le cadre de la nouvelle stratégie 2019-2022 définie par l'ADERLY. Cette stratégie de "plus à mieux" est notamment orientée vers une sélectivité plus forte des projets accompagnés et vers une optimisation des ressources allouées à chacun d'entre eux. Tout en gardant un fort volume de projets, l'ADERLY cherche ainsi à privilégier les projets à la fois stratégiques, pérennes et créateurs de valeur pour le territoire sur lesquels les ressources doivent être investies en priorité.

Les grands axes de cette stratégie sont les suivants :

a) - Optimiser les ressources

Objectif : augmenter le taux de transformation des projets avec une priorité sur les projets internationaux stratégiques, en maximisant leur potentiel de pérennité d'implantation et de développement.

Une segmentation des services proposés par l'ADERLY a été réalisée sur la base de 7 critères (taille de projet en nombre d'emplois créés, origine étrangère de la société, dimension R&D de l'activité, etc.) et s'est traduite par la définition de 3 niveaux d'offres de services : fast track, advisory et global. Ce dernier niveau est le package de services le plus complet, à destination des projets à fort impact. L'ADERLY classe désormais chaque projet d'implantation dans un de ces niveaux d'offres de services afin de définir le niveau de ressources à lui affecter.

En outre, l'ADERLY s'attache à développer des synergies avec d'autres agences de développement et d'innovation en Europe au travers de projets financés par l'Union européenne. Ce travail partenarial est susceptible de générer des financements supplémentaires pour l'ADERLY.

b) - Agir par les filières à l'international

Objectif : confirmer l'approche prioritaire par filière plutôt que par le prisme géographique (hors zone Asie).

L'ADERLY continue de mettre l'accent sur la structuration d'une approche des marchés internationaux par les experts filières, en coordination rapprochée avec ses partenaires extérieurs et en étroite collaboration avec son équipe interne de prospection Asie, mise en place compte-tenu de la spécificité culturelle propre aux pays ciblés (Japon et Chine).

c) - Ile-de-France, territoire stratégique

Objectif : bénéficier de la présence de très nombreux groupes, notamment étrangers, en territoire francilien pour les approcher et promouvoir l'aire lyonnaise et stéphanoise avec des avantages comparatifs indéniables (coût, main d'œuvre, qualité de vie).

Le bureau parisien de l'ADERLY oriente son action sur le ciblage d'entreprises étrangères, l'animation d'un think-tank et d'événements partenariaux et la mobilisation de la presse professionnelle parisienne.

d) - Consolider son action sur les territoires partenaires

Objectif : en coordination avec l'agence régionale de développement économique (AURA) Entreprises, consolider le territoire d'intervention de l'ADERLY pour assurer une continuité d'offres, une cohérence géographique et un modèle territorial performant avec des partenaires engagés.

Dans la promotion internationale de son territoire, l'ADERLY veut présenter un périmètre d'actions cohérent, complémentaire et facilement appréhendable. Elle se fonde ainsi sur le périmètre économique cohérent adopté par l'Observatoire partenarial lyonnais en économie (OPALE) sur la base de l'Inter-SCOT (13 schémas de cohérence territoriale - SCOT -), tout en adaptant sa démarche à chaque partie du territoire, afin d'offrir un service sur mesure à ses partenaires locaux.

e) - Être toujours plus partenarial pour être encore plus attractif

Objectif : mettre à profit les efforts de chaque partenaire du territoire dont la mission est l'attractivité du territoire pour démultiplier et mettre en synergie les actions de l'ADERLY.

L'ADERLY travaille à renforcer les liens opérationnels avec les équipes techniques des différents partenaires que sont la Métropole de Lyon, la CCI de Lyon Métropole Saint Etienne Roanne, OnlyLyon, le bureau des congrès de l'Office du tourisme de la Métropole de Lyon, de la direction régionale des entreprises, de la concurrence, de la consommation, du travail et de l'emploi (DIRECCTE), des pôles et clusters, etc., dans l'optique de pouvoir proposer un parcours clients aux investisseurs le plus fluide et performant possible, sur la totalité du périmètre d'intervention de l'ADERLY.

Ce "travailler ensemble" doit continuer à se renforcer sur des thématiques transversales comme le recrutement, l'immobilier ou la collaboration dans la recherche, et sur des filières spécifiques (économie sociale et solidaire, Foodtech, etc.).

f) - Poursuivre la progression des services d'implantation

Objectif : conforter l'implantation des investissements sur le territoire pour maximiser leur chance de pérennité et de développement en allouant les expertises appropriées.

L'ADERLY poursuit la diversification des services proposés aux entreprises afin de conforter leurs projets d'implantation sur le territoire. À ce titre, une offre d'"atterrissage" a été conçue avec des expertises immobilières et d'ingénierie financière, 2 dimensions importantes pour ancrer un investissement sur le territoire et l'accompagner dans son développement, complétant ainsi les expertises en ressources humaines d'accompagnement au recrutement et à l'emploi du conjoint, et en mobilité internationale déjà bien dimensionnées. Cette offre, déployée en collaboration avec l'accélérateur H7, va permettre d'accueillir des entreprises dès fin 2019 et sur 2020.

g) - Réussir la révolution digitale

Objectif : dépasser les barrières numériques pour permettre à l'ADERLY de bénéficier pleinement des technologies à disposition et contribuer à ses performances.

L'ADERLY concentre ses efforts sur 2 axes principaux :

- savoir prospecter sur la toile tout en y étant visible, identifiée et crédible grâce à une stratégie construite sur les réseaux sociaux et des outils professionnels attenants,
- disposer pour 2020 d'un nouveau portail web collaboratif commun à la Métropole, OnlyLyon et l'ADERLY, qui sera l'entrée unique de l'internaute pour toute dynamique économique du territoire.

h) - Le Back-office comme levier d'optimisation

Objectif : asseoir les efforts déployés par les équipes commerciales sur une infrastructure solide et performante.

L'ADERLY a renforcé et continue d'optimiser son système d'information par :

- le développement, fin 2018, d'un nouvel intranet (Jalios) pour renforcer la collaboration interne,
- l'acquisition et la mise en place en 2018-2019 d'un progiciel de comptabilité et de contrôle de gestion,
- une mise à jour de l'outil de gestion de la relation clients (CRM) à effectuer en 2020.

L'optimisation du système d'information doit permettre aux équipes œuvrant à l'accompagnement des conseils en prospection et de la direction de concentrer toutes leurs ressources sur le cœur de la mission de l'agence, tout en assurant une gestion de l'information et des données très rigoureuses.

2° - Bilan OnlyLyon

Concernant le programme OnlyLyon, le bilan de l'année 2019 (à fin octobre) est le suivant :

- le réseau des Ambassadeurs continue à s'étoffer. À ce jour, 26 673 personnes font partie du réseau dont 19 % habitent à l'étranger. 17 événements ont eu lieu dont 8 à l'international,
- OnlyLyon s'est associé à des déplacements internationaux de la Métropole (Tokyo, New-York, Montréal) pour organiser des événements faisant la promotion de la Métropole et de ses spécificités, dont la gastronomie. Dans le cadre du déplacement à Tokyo, une exposition sur soie et livret "Les 1^{ères} à Lyon" a été organisée,
- les partenariats avec JC Decaux, Enedis et Véolia Renault Trucks ont été renouvelés,
- le "Skyroom", lieu dédié à l'accueil d'événements de promotion et d'attractivité, continue à se doter de nouveaux équipements afin de conférer au lieu une image de modernité. 162 événements y ont été organisés, pour 4 711 visiteurs,
- la présence sur les réseaux sociaux d'OnlyLyon s'est renforcée par rapport à 2018 en termes de nombre d'abonnés : 1 781 415 fans sur Facebook (pages OnlyLyon et Lyon), 140 368 followers sur Twitter, 497 700 fans sur Weibo (réseau chinois), 96 032 followers sur Instagram et 24 976 fans sur LinkedIn,
- concernant la communication OnlyLyon, une toile géante de 230 m², 9 toiles grands format de 8 m² et 90 écrans digitaux ont été déployés en juillet à Paris La Défense. Des spots OnlyLyon ont été diffusés, en juin, à bord des flottes Air France à destination de l'Asie. Une opération au New York Times a été organisée le 17 septembre

(conférence de presse, workshops, évènement, public-rédactionnel). 2 visuels de communication ont été développés concernant l'industrie et la brasserie Bocuse L'Ouest,

- Enfin, on recense 232 retombées presse, dont 182 à l'international.

II° - Objectifs et programmes d'actions 2020

1° - ADERLY - INVEST IN

L'objectif annuel en matière de prospection est maintenu à 100 implantations par an pour 2 000 emplois. Ces objectifs restent ambitieux. L'ADERLY n'est pas encore assurée de les atteindre de manière récurrente. Pour cela, l'association doit poursuivre son ciblage sur les implantations les plus pourvoyeuses d'emplois et maîtriser l'évolution du nombre de projets de petite taille dont la pérennité est plus difficile à garantir. La segmentation de son offre par niveau de services, mise en place en 2019, doit permettre d'aller dans ce sens. Parmi les 100 implantations à venir, l'ADERLY se fixe l'objectif d'attirer 60 entreprises à capitaux étrangers, 5 centres de R&D de niveaux international et 3 entreprises emblématiques.

Les principaux enjeux identifiés par l'ADERLY pour 2020 s'inscrivent dans la continuité de l'activité menée en 2019. Le programme d'actions 2020 se structurera autour de 8 axes prioritaires :

a) - Le programme prospectif et innovation

L'ADERLY poursuivra la démarche de prospective et d'innovation initiée dans la perspective de contribuer au développement économique du territoire au travers d'investissements internationaux durables :

- appui à la prospection : travail de collaboration accru auprès des partenaires territoriaux (Université de Lyon, UrbaLyon, Office du tourisme, etc.) afin de mobiliser les informations utiles de ces derniers, définition de zones géographiques non encore travaillées de façon structurée (Inde, Turquie, Pologne, Autriche notamment), réalisation d'études sur des technologies et des domaines d'application prometteurs, mise en œuvre d'une solution d'identification de prospects à l'international grâce à une technologie de datamining du web, segmentation de services pour favoriser la mobilisation des ressources nécessaires sur des projets qualifiés de stratégiques, etc.,

- participation à la promotion du territoire,

- ré interrogation du business model et de l'organisation : identifier des financements complémentaires, confirmer, valider ou adapter les critères de performance des actions menées, identifier des relais de collaboration et d'influence en Europe.

b) - Les filières au coeur de l'action de prospection de l'ADERLY

L'ADERLY a segmenté son champ de prospection en 12 domaines qui reprennent très largement les domaines d'application technologique proposés par la direction générale des entreprises (alimentation, énergie, environnement, habitat, logistique, mobilité, santé, sécurité, services, smart manufacturing, sports loisirs culture mode et technologies numériques). Chaque domaine fait l'objet d'une fiche technique approfondie pour dresser les principaux enjeux afférents (enjeux et tendances du marché, atouts du territoire, partenaires de l'Agence, filières et technologies à prospecter, pays et régions cibles, plan d'action en matière de promotion, prospection et cibles clés).

c) - La prospection internationale

Une rétrospective sur 10 ans a permis de construire un plan d'action par filière sur les pays cibles associés (Allemagne, États-Unis, Italie, Japon, Suisse, Belgique, Chine) qui représentent une part importante des IDE implantés sur le territoire. L'ADERLY définit des stratégies de prospection spécifiques concernant la Chine, le Japon et le Royaume-Uni (Brexit).

d) - L'Île de France, territoire stratégique de prospection croisée

L'Agence va continuer à renforcer son développement opérationnel en Île de France, cette région étant la 1^{ère} région créatrice d'emplois en Région lyonnaise depuis 2014 avec 30 % des projets implantés, grâce à :

- des experts sectoriels connaissant Lyon afin d'accompagner l'équipe commerciale dans ses rendez-vous avec les prospects pour mettre en avant les avantages du territoire,

- les moyens de communication d'OnlyLyon (campagnes d'affichage, etc.),
- l'animation d'un think-tank composé de décideurs lyonnais à Paris autour d'un lieu dédié aux lyonnais(es) à Paris porté par le campus parisien de l'École de management (EM) de Lyon,
- la prospection se déroule sur 4 axes : approche de 150 comptés clés, présence sur plus de 20 salons professionnels pour rencontrer des décideurs, la prospection conjointe avec des experts sectoriels et enfin la mise en place d'un réseau de prescripteurs franciliens par filière et pays.

e) - Prospection et accompagnement spécifiques apportés aux territoires hors Métropole

Les principaux partenaires territoriaux ont renouvelé leur confiance à l'agence en se réengageant pour des durées pluriannuelles, renforçant le rôle de locomotive régionale d'attractivité d'investissement de l'ADERLY sur son périmètre d'intervention, en toute transparence et coordination avec la Région Auvergne-Rhône-Alpes (AURA) et ses institutions comme AURA Entreprises.

L'ADERLY travaille à dépasser les problématiques locales en embrassant un périmètre d'influence économique et de marché plus large, basé sur l'Aire Métropolitaine. Pour autant, l'Agence continuera d'adapter son offre de services en fonction des spécificités territoriales.

f) - Le pôle implantation

- diversification et renforcement de la gamme de services couvrant les besoins initiaux d'un projet d'investissement en matière d'accompagnement direct ou via des partenaires : recherche de solutions immobilières, aide à l'ingénierie financière, conseils sur les aspects juridiques et fiscaux, accompagnement en matière de ressources humaines, accompagnement lié à la mobilité internationale, communication et mise en relation avec les acteurs du développement économique territorial,

- plus précisément, sur l'immobilier, l'ADERLY réfléchit à faire évoluer son partenariat avec la fédération nationale de l'immobilier (FNAIM) et plus globalement à repenser sa relation avec les acteurs de l'immobilier. En matière d'ingénierie financière, l'agence va travailler à se rapprocher des pôles, des acteurs régionaux sur Lyon et Bruxelles, mais aussi du French fab investment desk, guichet unique pour l'investissement productif mis en place par le gouvernement français.

g) - La promotion commerciale et digitale

- poursuite du projet de fusion des sites "Grand Lyon économie" et "Invest in Lyon" devant permettre d'orienter toute demande émanant d'une entreprise intéressée ou opérant déjà sur le territoire,

- programmation de 5 ou 6 événements annuels pour animer l'écosystème bâti depuis plusieurs décennies par l'ADERLY,

- poursuite de l'approche marketing opérationnel de l'agence (newsletters thématiques, mise à jour d'argumentaires généralistes et sectoriels, etc.),

- mise en place de solutions digitales optimisant le temps consacré à la veille ou à la recherche de pistes et de contacts,

- d'autres chantiers sont en préparation autour d'une solution développée pour identifier les visiteurs des pages du site internet de l'agence afin de repérer les pistes d'intérêt éventuelles, ainsi qu'une démarche d'employée advocacy où les messages corporate produits par l'agence seront relayés et portés par les collaborateurs via leurs comptes professionnels propres, maximisant l'impact des informations sur la toile.

h) - Les moyens généraux

- mise à jour du logiciel de gestion de la relation clients (CRM),
- poursuite de la politique RSE engagée dans le cadre du label Lucie (confirmé jusqu'en mars 2021),
- mise en place d'actions permettant à l'ADERLY de contribuer aux objectifs du plan climat énergie 2020-2030 de la Métropole.

2° - OnlyLyon

Le comité d'orientation, réuni début juillet 2019, a dégagé plusieurs axes principaux pour les années à venir :

- faire évoluer le modèle de financement de la démarche afin d'assurer sa nouvelle ambition :

- . diversifier les contributions publiques en incitant chaque partenaire fondateur à contribuer financièrement à l'ambition collective,
- . élargir le socle des partenaires privés en revoyant les offres et les modalités,
- . légitimer l'innovation d'OnlyLyon par l'apport de fonds européens à étudier ;

- réaffirmer la gouvernance collégiale :

- . établir une charte de gouvernance en clarifiant les règles de représentation et de décision, aussi bien pour les partenaires institutionnels que pour les partenaires privés,
- . penser l'implication dans la gouvernance de partenaires plus lointains ou associés (type institutions culturelles ou territoires périphériques) ;

- renforcer l'action locale et contribuer aux enjeux sociétaux du territoire :

- . distiller la qualité de vie dans l'ensemble des communications afin de nourrir le positionnement actuel résolument tourné sur l'humain,
- . soigner les dispositifs et les messages dans les zones d'arrivées à Lyon : aéroport, gares, centres-villes : ils doivent refléter fortement l'atmosphère de la Métropole et la dynamique d'OnlyLyon,
- . renforcer l'appropriation d'OnlyLyon par les médias locaux,
- . favoriser la collaboration OnlyLyon sur les grands événements du territoire ;

- coordonner et finaliser une offre à destination des talents locaux (rétention) et internationaux (attractivité) en lien avec l'ensemble des acteurs OnlyLyon,

- préciser la mesure de la performance et de l'impact sur le territoire.

S'il n'existe pas à proprement parler d'enquête de notoriété de périmètre 0 (à la création d'OnlyLyon en 2007), réaliser une enquête pour évaluer le niveau de notoriété internationale actuel de Lyon et orienter les futurs plans d'actions.

Dans ce cadre, les priorités du programme d'actions 2020 OnlyLyon sont les suivantes :

- communication :

. affirmer l'image de Lyon dans 2 à 3 villes cibles à l'international à compter d'avril : renouveler des opérations cross-media similaires au partenariat avec le New York Times dans des grandes villes comme Paris et Londres, envisager un affichage classique dans la 3^{ème} ville en fonction du budget,

. déployer le nouveau portail web OnlyLyon au printemps 2020 ;

- retombées presse :

. maintenir le niveau quantitatif des retombées médiatiques internationales à 300 par an,

. Moscou (Tournée ONL) et Dubaï 2020 (Exposition universelle) restent les priorités événementielles de l'année 2020, sans compter les 2 ou 3 villes stratégiques qui seront investies en lien avec la démarche de communication (Paris, Londres, New York) ;

-réseaux sociaux :

. continuer une croissance maîtrisée sur les réseaux sociaux pour atteindre 2,5 millions de fans dans l'ensemble avec une vraie ambition pour LinkedIn qui deviendra le principal compte économique du territoire et des partenaires : objectif 100 000 fans,

. renforcer la stratégie des contenus avec un angle incarnation très fort, notamment via des web-séries (reportées en 2020) ;

- ambassadeurs :

- . dépasser les 5 000 ambassadeurs internationaux (+ 500),
- . lancer 3 nouvelles communautés : Dubaï, Francfort et Milan,
- . continuer l'animation événementielle mensuelle,
- . valider l'intérêt d'une application OnlyLyon et la développer si considérée comme prioritaire ;

- Skyroom : maintenir un niveau d'excellence du lieu en en faisant une vitrine du savoir-faire et de l'art de vivre local en lien avec des marques de mobiliers locales mais aussi des produits de dégustation locaux,

- produits dérivés : finaliser la collection de produits OnlyLyon développés avec des marques locales dans les 6 thématiques phares du territoire : Lumière (Fermob), Gastronomie (Voisin), Soie (Brochier), Art de vivre (Tea Heritage), Mode (Kaipih), en lien avec les axes RSE des nouvelles orientations : privilégier la création et la production locales afin de valoriser de façon conjointe la marque et l'identité du territoire tout en générant une vraie valeur ajoutée pour le local,

- partenariats privés :

. sécuriser l'ensemble des partenariats privés existant mais arrivant à échéance de façon à maintenir un socle actif de 12 à 15 partenaires privés à l'année,

. revoir l'offre de partenariat afin d'élargir sensiblement le socle de partenaires privés ;

- gouvernance : renforcer l'implication et obtenir la contribution financière de chaque partenaire fondateur pour continuer à incarner la légitimité et l'ambition du programme, notamment en local.

III - Budget prévisionnel 2020

Charges prévisionnelles	BP 2020 Montant (en K€)	Produits prévisionnels	BP 2020 Montant (en K€)
ADERLY Invest In :		CCI Lyon Métropole Saint-Etienne Roanne :	1 855
prospection sciences de la vie	269	- dont subvention ADERLY	1 640
		- dont subvention OnlyLyon	215
prospection service	292	Métropole de Lyon :	3 573
		- dont subvention ADERLY	2 258
		- dont subvention OnlyLyon	1 315
Prospection numérique	282	Établissements publics de coopération intercommunale du Rhône (subvention ADERLY)	140
prospection écotecnologies	221	Saint-Etienne Métropole (subvention ADERLY)	103
prospection industrie	391	CAPI (subvention ADERLY)	50
prospection pays	558	Plaine de l'Ain (subvention ADERLY)	25
prospection Ile-de-France	359	autres partenaires et autres territoires (subvention ADERLY)	37
implantation	551	MEDEF Lyon Rhône (subvention ADERLY)	25
prospection et innovation	145	Université (subvention ADERLY)	20
services communs	980	chiffres d'affaires OnlyLyon (montants HT)	300
promotion commerciale et digitale	250		
OnlyLyon	1 830		
Total	6 128	Total	6 128

IV° - Montant de la subvention 2020 :

La subvention qu'il est proposé d'allouer à l'ADERLY présente un montant stable entre 2019 et 2020. Elle représente 3 573 000 € et se répartit comme suit :

- 2 258 000 € affectés au financement des actions inscrites au programme annuel 2020 de l'ADERLY "INVEST IN" (identique à 2019),

- 1 315 000 € affectés au financement de l'action de marketing OnlyLyon (identique à 2019) ;

Vu ledit dossier ;

Où l'avis de sa commission développement économique, numérique, insertion et emploi ;

DELIBERE

1° - Prend acte des programmes d'activités 2020 de l'ADERLY INVEST IN et OnlyLyon présentés en annexe à la convention 2020.

2° - Approuve :

a) - l'attribution d'une subvention globale de 3 573 000 € au profit de l'ADERLY pour l'année 2020 dont :

- 2 258 000 € seront affectés au financement des actions inscrites au programme annuel 2020 de l'ADERLY « INVEST IN »,

- 1 315 000 € seront affectés au financement de l'action de marketing OnlyLyon pour 2020 ;

b) - la convention 2020 à passer entre la Métropole et l'ADERLY définissant, notamment, les conditions d'utilisation de cette subvention.

3° - Autorise monsieur le Président à signer ladite convention.

4° - La dépense de fonctionnement de 3 573 000 € correspondante sera imputée sur les crédits inscrits au budget principal - exercice 2020 :

- ADERLY : opération n° 0P02O0219 - chapitre 65 pour 2 258 000 €,

- OnlyLyon : opération n° 0P02O1486 - chapitre 65 pour 1 315 000 €

Et ont signé les membres présents,
pour extrait conforme.

Reçu au contrôle de légalité le : 31 janvier 2020.

.