

AMENAGEMENT ET HABITAT ET DEVELOPPEMENT TERRITORIAL ET SOCIAL - CULTURE ET TOURISME - TOURISME

LILLE -

**SOUTIEN A L'AGENCE D'ATTRACTIVITE HELLO LILLE POUR L'ANNEE 2020 - SUBVENTION**

La loi de Modernisation de l'action publique et d'affirmation des métropoles a créé en 2015 la Métropole Européenne de Lille, conférant à notre territoire un rôle de moteur de la croissance et de l'attractivité.

Le projet métropolitain présenté par M. le Président Damien Castelain le 12 mai 2014 met l'accent sur la nécessité de développer des actions concourant au développement national, européen et international de la Métropole.

La loi MAPAM a attribué de nouvelles compétences à la MEL, dont la promotion du tourisme, une nouvelle politique qui est reconnue comme étant un levier de son rayonnement national et international, comme l'est déjà sa politique économique

**I. Contexte**

La délibération 17 C 06 52 adoptée par le Conseil métropolitain du 1er juin 2017 présentant la stratégie touristique pluriannuelle, « les défis de la destination Lille 2017-2025 » précise l'ambition de la MEL et crée une nouvelle dynamique.

La Communication aux élus 001 du Conseil métropolitain de 15 juin 2018 a posé le principe de la création d'une Agence d'attractivité.

Les premières Rencontres métropolitaines de l'économie, le 15 novembre 2018 ont permis au Président de la Métropole européenne de Lille de dévoiler la marque territoriale « Hello Lille » et de réaffirmer la volonté de créer une agence d'attractivité.

Pour atteindre ses ambitions de rayonnement de la Métropole et valoriser ses territoires et les événements de notoriété nationale et internationale, culturels, sportifs et économiques qui s'y déroulent, la Métropole européenne de Lille a décidé de créer une Agence d'attractivité par délibération 18C1179 du Conseil du 14 décembre 2018.

La délibération 19 C 0012 du Conseil du 5 avril 2019 a fixé les objectifs triennaux de l'Agence et apporté les moyens de l'exercice 2019.

Avec la MEL, les autres membres fondateurs de l'Agence Hello Lille sont Entreprises et Cité et la Chambre de Commerce et d'Industrie des Hauts-de-France.

**II. Description des objectifs et modalités du partenariat**

## Séance du vendredi 13 décembre 2019

### Délibération DU CONSEIL

---

Les objectifs de l'Agence posés par la délibération 19 C 0012 étaient de :

- déployer la marque "Hello Lille" : en France et à l'International, avec l'animation et le développement partagé d'un réseau d'Ambassadeurs, en appui d'actions visant au développement économique et touristique du territoire, et ce dans le cadre d'une licence d'exploitation accordée par la MEL ;

- accroître la fréquentation touristique : en développant puissamment le tourisme d'affaires, les rencontres professionnelles, principalement salons et congrès, l'Agence ayant une attention pour les filières d'excellence métropolitaines (santé, sport...). Dans ce cadre il est attendu de l'Agence d'initier et de mettre en œuvre, avec les acteurs, une nouvelle politique d'accueil physique et digital des clientèles d'affaires ;

L'action de promotion et de prospection de l'Agence doit concourir à rendre la destination Lille incontournable pour la pratique du « city break », augmenter le nombre de nuitées marchandes et la fréquentation des sites notamment culturels, allonger la durée de séjour, sur des marchés cibles ou d'opportunité ;

- accueillir et accompagner de grands événements : soutenir les candidatures des grands événements, participer à leur organisation, à leur accueil et à leur promotion ; fédérer un écosystème permettant la mise en place du meilleur accueil physique possible des visiteurs lors des grands événements ;

- dans le champ de la promotion économique/immobilier : prospector tous types d'investisseurs susceptibles de s'intéresser aux opportunités du territoire métropolitain, notamment en matière immobilière en bonne articulation de ses priorités géographiques avec celles de Lille's Agency.

Des indicateurs prévus dans la convention triennale d'objectifs et de moyens sont destinés à rendre compte de l'impact des actions objet du soutien de la MEL et concernent l'activité touristique et économique (nombre de touristes et durée des séjours, nombre d'investisseurs), la notoriété et la capacité de l'Agence Hello Lille à associer les acteurs du territoire à ses projets.

Sur 9 mois d'activité, les principales actions réalisées par l'Agence Hello Lille sont venues décliner ces objectifs et renseignent certains des indicateurs précités avec :

- l'animation de la marque Hello Lille dont les temps forts ont été le déploiement sur le salon des blogueurs de voyage du 10 au 12 avril, la déclinaison d'une gamme d'outils de promotion touristique (city-pass, guide du tourisme d'affaires, site web de destination) et de nombreuses présentations pour mobiliser le tissu local, avec un temps fort de lancement d'un réseau d'Ambassadeurs le 11 décembre ; la participation au Festival Eat Brussels en coopération avec la MEL et la Région Bruxelles Capitale du 5 au 8 septembre 2019, au salon du tourisme d'affaires "Réunir" le 19 septembre à Paris, au salon "Attractive" à Paris les 1er et 2 octobre, au salon IBTM du 19 au 21 novembre (pour ne citer que quelques salons "saillants") ;

## Séance du vendredi 13 décembre 2019

### Délibération DU CONSEIL

---

-l'accueil de grands événements culturels et sportifs dont le plus visible est l'accueil des visiteurs dans la ville de Lille (dans l'espace public, dans les gares), dans l'aéroport de Lille, en gare de Paris Nord, pour la Braderie de Lille. L'Agence a aussi participé à l'organisation d'accueil de délégations étrangères ou participé à la promotion de la métropole à l'international en soutien de délégations. L'Agence était présente à la semaine de rentrée des étudiants internationaux de l'Université de Lille en septembre 2019. En matière de grands congrès la métropole a accueilli le "Congrès du Sommeil", (7500 nuitées) du 20 au 22 novembre pour n'en citer qu'un

-l'Agence est devenue membre du réseau international des villes de congrès et participera à ses rendez-vous pour exploiter pleinement ce réseau de contacts ;

-l'Agence a initié avec succès une nouvelle opération destinée à valoriser la richesse culturelle de la métropole et la programmation des lieux qui y ont participé, Hello Culture le 24 septembre au Palais des Beaux-Arts de Lille (25 exposants/300 visiteurs prescripteurs) ;

-l'Agence s'est associée à des événements dans le territoire en lien avec les professionnels du tourisme pour diffuser la marque Hello Lille, à l'image de "la nuit dans les étoiles" du 25 octobre ou en lien avec les acteurs de la filière de l'événementiel et du marketing à l'occasion de Com en Or ;

-l'Agence a mis en place une campagne d'influence sur le marché Suisse et a engagé un important plan de promotion digitale durant l'été sur le site commercial de la SNCF (devenu un leader de la commercialisation touristique) à destination des clientèles des grandes métropoles et du bassin parisien ;

-l'Agence a mis en place une exposition de la marque Hello Lille dans des endroits stratégiques de l'accueil touristique (parvis de la gare Lille Europe, aéroport de Lille, magasin "le Printemps") à Lille, façade de "la Voix du Nord" place du Général de Gaulle à Lille) ; ;

-enfin le maillot des joueurs du LOSC arbore à présent la marque Hello Lille dans les rencontres extérieures.

La réalisation de ces projets est caractérisée par une approche collaborative qui associe à la promotion de la marque une mobilisation des acteurs de la métropole, et l'expérimentation de nouveaux concepts, aux premiers échos très favorables.

Suite à ces premiers résultats très enthousiasmants, l'Agence propose de poursuivre la réalisation de ses objectifs, et de déployer le plan d'action (joint en annexe) suivant en 2020 :

- le rayonnement en France et à l'international au travers de l'accompagnement des partenaires et événements métropolitains :

Actions proposées :

## Séance du vendredi 13 décembre 2019

### Délibération DU CONSEIL

---

- salon Rendez-vous en France (mars 2020), salon des vacances de Bruxelles (février 2020), tournée de promotion des hôtels en Chine (avril 2020), campagne de visibilité numérique sur le site oui.sncf (été 2020), campagne de promotion Eurostar/Expedia-digital (printemps 2020), participation aux tournées médiatiques Atout France, accueil d'éductours ;
- campagnes de communication affichage/digital dans les métros parisien et bruxellois valorisant l'actualité culturelle et événementielle de la destination ;
- plus spécifique au tourisme d'affaires : participation aux salons majeurs (IMEX Francfort, IBTM Barcelone, salon Réunir Paris, Salon Heavent Paris), démarchage auprès de décideurs parisiens, accueil de visites de repérages, participation aux dossiers de réponse aux appels d'offres/candidatures, recensement des événements éligibles au classement "International Convention Congress Association" valorisant le dynamisme des destinations de congrès/séminaires etc.

- une présence renforcée sur le digital et les réseaux sociaux :

Actions proposées :

- campagnes de communication (jeu concours, achats d'espaces) sur Instagram (avec les partenaires de la destination et des influenceurs du territoire) ;
- création de contenus vidéo pour alimenter les réseaux sociaux ;
- création d'une chaîne Hello Lille TV permettant de rassembler en un seul endroit les contenus vidéos pertinents du territoire ;
- alimentation du site Hello Lille.eu, référencement ;
- choix d'un prestataire pour développer une Gestion de la Relation Client et création de newsletters génériques et thématiques.

- une action forte pour renforcer l'accueil des visiteurs et des grands événements :

Actions proposées :

- déploiement de campagnes de communication dans les principaux accès de la destination (gares, aéroport, lieux centraux du territoire...) ;
- présence physique permettant la rassurance des visiteurs qui ne connaissent pas la métropole.

- un déploiement de la marque et du réseau des ambassadeurs

Actions proposées :

- un code de marque, des contenus à partager promouvant l'actualité de la destination via des newsletters ;
- des invitations à découvrir le territoire et à vivre des expériences, des visites de lieux, des sites d'excellence territoriale, lors de grands événements ;
- des objets de promotion de la marque en co-branding avec des marques du territoire, un objet totemique design ;
- des événements locaux pour la communauté des ambassadeurs (soirées, partenariat avec la nuit des réseaux)
- un rendez-vous annuel à l'étranger, des invitations à des soirées à l'étranger etc.

D'autre part 2020 verra la mise en place d'actions permettant une transition souple en vue du rapprochement avec Lille's agency.

## Séance du vendredi 13 décembre 2019

### Délibération DU CONSEIL

---

Sur la base du plan d'actions de l'Agence présenté le 5 novembre il est proposé de verser à l'agence Hello Lille une subvention identique à celle versée en 2019, soit 1 800 000€.

Par conséquent, la commission principale Rayonnement de la Métropole consultée, le Conseil de la Métropole décide :

- 1) De soutenir le fonctionnement de l'Agence d'attractivité Hello Lille
- 2) D'accorder une subvention d'un montant total de 1 800 000 € pour l'année 2020
- 3) D'autoriser monsieur le Président à signer la convention avec M. le Président de l'Agence d'attractivité Hello Lille;
- 4) D'imputer les dépenses d'un montant de 1 800 000 € aux crédits inscrits au budget général en section de fonctionnement ;

#### Résultat du vote : **ADOPTÉ À LA MAJORITÉ**

Le groupe Europe Ecologie les Verts ayant voté contre.  
Mmes Frédérique SEELS et Martine AUBRY et MM. Damien CASTELAIN, Michel DELEPAUL, Gérard CAUDRON, François KINGET et Jacques HOUSSIN n'ayant pas pris part ni au débat ni au vote.

**Acte certifié exécutoire au 19/12/2019**