

**SOUTIEN A L'AGENCE D'ATTRACTIVITE HELLO LILLE POUR L'ANNEE 2021-  
ATTRIBUTION D'UNE SUBVENTION**

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

Le projet métropolitain présenté en 2020 par M. le Président Damien CASTELAIN invite à porter « haut la métropole à l'international » en consolidant le soutien apporté à l'attractivité économique, touristique et culturelle.

**I. Contexte**

Pour atteindre ses ambitions de rayonnement, d'attractivité et valoriser ses territoires comme 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 18C1178 du Conseil du 14 décembre 2018. La délibération 19 C 0012 du Conseil du 5 avril 2019 fixe les objectifs triennaux de l'Agence pour les années 2019 à 2021.

La délibération 19 C 0876 du Conseil du 13 décembre 2019 détermine les objectifs 2020 de l'association.

La décision directe du Président de la MEL n°20DD0533 du 12 juin 2020 attribue des moyens complémentaires à Hello Lille pour soutenir la filière touristique fortement impactée par la crise sanitaire liée au COVID 19.

Dès l'annonce de sa création, l'agence d'attractivité Hello Lille avait été présentée comme le cadre d'une agence unique intégrant à terme les activités liées à l'attractivité économique.

La réussite de l'action conduite par l'agence depuis sa création, la complémentarité des activités d'Hello Lille et de Lille's Agency, se conjuguant à l'arrêt des financements consulaires en 2021, ont conduit les deux agences à finaliser ce rapprochement.

La fusion absorption de Lille's Agency par Hello Lille est engagée par les deux associations et sera finalisée dès la fin de l'année 2020. La nouvelle agence issue de ce regroupement, disposera d'une équipe renforcée et de compétences élargies à l'ensemble des dimensions de l'attractivité métropolitaine, économique, culturelle et touristique. En franchissant un nouveau palier, l'agence Hello Lille témoigne des ambitions de la métropole et de sa détermination à faire front.

Dans ce contexte, de fusion des agences mais aussi d'évolution profonde des enjeux de l'attractivité en raison des conséquences économiques de la crise COVID-19, la

MEL est conduite à actualiser sa stratégie d'attractivité, à modifier par avenant la convention d'objectifs et de moyens qui la lie à l'agence et à adapter la subvention qui est apportée à l'agence en 2021 pour soutenir le plan d'action élargi à la dimension économique que lui a présenté l'agence Hello Lille.

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

**II.1** Pour tenir compte des nouveaux enjeux nés de la crise COVID-19, la MEL actualise sa stratégie d'attractivité dans le domaine économique en adoptant dès le début 2021 un nouveau cadre stratégique qui s'appuie sur 5 piliers :

1) une métropole qui renoue avec son espace naturel de l'Europe du Nord-Ouest : opérer un recentrage européen en consolidant ses partenariats en Europe et en y concentrant les actions de promotion/prospection. Une attention particulière sera portée à la dynamique transfrontalière ;

2) une métropole qui s'inscrit au cœur des grandes transitions : répondre à l'accélération des nouvelles normes de l'attractivité à l'échelle européenne et internationale (transition écologique, environnementale et énergétique, chaînes de valeur plus robustes et plus résilientes), se profiler comme une place pionnière du financement des transitions pour les entreprises, digitaliser les processus et l'action de l'agence ;

3) une métropole citoyenne, jeune, festive et vivante, carrefour des grands événements en gardant un positionnement grands événements et une posture MICE affirmés, pariant à moyen terme sur la redistribution des cartes et la reprise du tourisme d'affaires ;

4) une métropole des talents et des compétences appuyée sur une politique d'attraction et de rétention des talents (étudiants, cadres, chercheurs)

5) une métropole offensive, plus lisible au plan économique en valorisant ses filières d'excellence. : rester performant sur les fondamentaux de l'attractivité (accessibilité, foncier, financement, qualité et engagement de la main d'œuvre, compétitivité des coûts, dynamisme des écosystèmes, promotion touristique, réactivité, fidélisation via la qualité de l'expérience...), accompagner la sortie de crise par un suivi personnalisé des ECE (Entreprises à Capitaux Etrangers) et par une veille des plans de relance régionaux, nationaux, européens.

**II.2** L'agence Hello Lille a proposé à la MEL un plan d'action pour l'année 2021, élargi au domaine de l'attractivité économique. Ce plan prévoit des actions visant à répondre aux objectifs suivants :

1) mettre en œuvre et/ou participer à des actions de promotion, en France et à l'étranger, du potentiel économique de la métropole et de son attractivité globale en

## Séance du vendredi 18 décembre 2020

### Délibération DU CONSEIL

matière industrielle, immobilière, de recherche, d'enseignement supérieur, de compétences. Elle valorisera au premier rang l'ensemble des filières d'excellence actuelles ou en émergence de la métropole ;

2) prospecter des entreprises industrielles, commerciales et de service ainsi que toutes les organisations à même de s'implanter sur le territoire de la métropole lilloise; de façon générale, cibler, détecter, prospecter des projets d'implantation exogènes en France comme à l'étranger ;

3) assurer et faciliter l'implantation de tous types d'investisseurs susceptibles de s'intéresser aux opportunités du territoire métropolitain, et ce par tous les moyens appropriés.

Ces nouveaux objectifs s'ajoutent à ceux déjà posés par la délibération 19 C 0012 et que l'agence propose de poursuivre.

4) déployer la marque territoriale "Hello Lille" en France et à l'International de la métropole de Lille, par l'animation et le développement de façon partagée 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.

5) accueillir et accompagner les grands événements : soutenir les candidatures des grands événements, participer à leur organisation, à leur accueil et à leur promotion, et valoriser le territoire comme lieu de tournage ; fédérer un écosystème permettant la mise en place du meilleur accueil physique possible des visiteurs lors des grands événements.

6) accroître de la fréquentation touristique : développer puissamment le tourisme d'affaires, développer les rencontres professionnelles, principalement salons et congrès. L'Agence aura une attention pour les filières d'excellence métropolitaines (santé, sport...), afin d'aider à l'organisation et l'installation durable de salons ou congrès sur le territoire. Elle proposera et mettra en œuvre, avec les acteurs, une nouvelle politique d'accueil physique et digital des clientèles d'affaires.

Après la très forte mobilisation autour de la première édition de la soirée des Ambassadeurs qui aura rassemblé près de 1 000 personnes à la Cité des Échanges en décembre 2019, l'action d'Hello Lille est également devenue visible au profit du rayonnement de la métropole de par la présence renforcée de la destination Lille en haut des classements internationaux (progression de 2 places au classement des destinations congrès de l'ICCA, « Les 20 destinations pour 2020 » Le Monde, Heidi, Travel and Leisure, etc.) et dans les salons d'envergure nationale et internationale (SIMI, salon Culture au Quai à Paris, etc.) ; la mise en œuvre du plan d'actions 2020 d'Hello Lille devait permettre de poursuivre cette montée en puissance de l'Agence Hello Lille au bénéfice de l'attractivité de la métropole.

Si cette montée en puissance a bien été amorcée au début de l'année 2020, avec le renforcement d'actions de promotion telles que la participation aux tournées

## Séance du vendredi 18 décembre 2020

### Délibération DU CONSEIL

médiatiques 2020 avec Atout France, au Salon des vacances de Bruxelles, différentes conventions d'affaires, une présence renforcée sur les réseaux sociaux avec le lancement de jeux concours ou encore la parution du Guide du Routard de la destination Lille, l'agence a pourtant dû réajuster son plan de charge dans le contexte de la crise sanitaire due à la COVID 19 qui frappe fortement le secteur du tourisme et l'économie.

Elle a donc présenté à la MEL un plan d'actions pour soutenir la filière tourisme et sa reprise au lendemain du confinement. Elle a ainsi obtenu une subvention complémentaire de 700 000€ de la MEL pour remplir des missions destinées à agir sur l'offre événementielle et sa promotion et à inciter une reprise touristique à destination des clientèles locales et de proximité, tout en œuvrant pour fédérer les professionnels et les emmener dans un projet partagé, et en mettant en place pour la première fois en France à l'échelle de tout un territoire une démarche de assurance sanitaire comme accélérateur de la reprise.

Ces moyens supplémentaires ont permis à l'agence d'attractivité de :

- mettre en place d'un dispositif de soutien aux événements, colloques, manifestations et rencontres scientifiques et d'attirer sur la métropole des événements de très grande importance de par leur poids économique qui a déjà permis la conquête de grands rendez-vous à se tenir en 2021 (exemple, le congrès EUCASS, remporté face à Lausanne),
- lancer des campagnes de promotion à l'intention des marchés locaux et, notamment l'opération « L'été dans les étoiles » en partenariat avec le Club Hôtelier Lille Métropole, l'Office de tourisme de Lille et 40 hôteliers du territoire, qui a permis aux habitants de la région de profiter des chambres d'hôtel à des tarifs avantageux et a généré la vente de 3 491 nuitées pour un chiffre d'affaires direct de 143k€ et un chiffre d'affaires indirect en retombées économiques (restaurant, culture...) estimé à 315 K€. Cette action a permis d'amortir la chute de l'activité avec une baisse de fréquentation de moins 18 % en août, là où dans d'autres métropoles, elle a atteint moins 32 %
- renforcer les campagnes de promotion à l'intention des marchés de proximité et, notamment, la campagne, « Lille, l'accent estival » visant à valoriser dans le cadre d'une campagne 100% digitale les hôtels métropolitains auprès du public français, ou encore, l'opération d'accueil des touristes belges à l'occasion de la fête nationale belge du 17 au 21 juillet (accueil des résidents belges par les commerçants lillois au travers d'opérations de soldes, ouverture le dimanche, animations spéciales et visites touristiques offertes ou services touristiques à tarifs préférentiels)
- développer une Charte sanitaire « Clean and Safe » de territoire pionnière en France, élaborée avec l'Institut Pasteur de Lille et traduisant 10 engagements reprenant les avis du Haut conseil pour la santé publique. L'initiative a rassemblé près de 400 signataires parmi lesquels l'UMIH, la CCI Grand Lille, le Club Hôtelier, Lille Events, Lille Grand Palais, le Stade Pierre Mauroy, Musée de la Piscine, Aéroport de Lille, MacArthur Glen, Offices de tourisme, etc.

## Séance du vendredi 18 décembre 2020

### Délibération DU CONSEIL

---

Toutes ces actions ont indéniablement concouru à amortir les difficultés rencontrées par les acteurs de la filière tourisme depuis le début de la crise et ont permis de conforter le rôle moteur de l'agence Hello Lille sur l'animation de la filière tourisme et évènementiel qu'il conviendra de poursuivre en 2021.

**II.3** La MEL, membre fondateur de l'agence d'attractivité, actualise la convention d'objectifs et de moyens (2019- 2021) avec Hello Lille pour prendre en compte le nouveau périmètre d'intervention qu'elle propose de couvrir, et ce au moyen d'un avenant pour l'année 2021. Cet avenant est joint à la présente délibération et précise les indicateurs de suivi et d'évaluation envisagés.

Par conséquent, la commission principale Dév. Economique, Emploi, Recherche, Parcs d'activité, NTIC 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 de 2 650 000 € à l'Agence HelloLille ;
- 3) D'autoriser le Président à signer l'avenant à la convention d'objectifs et de moyens passée avec l'Agence Hello Lille pour la période 2019- 2021, ainsi que la convention d'objectifs pour l'année 2021 ;
- 4) D'imputer les dépenses d'un montant de 2 650 000 € aux crédits inscrits au budget général en section fonctionnement.

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

Le groupe d'élus Métropole Ecologiste, Citoyenne et Solidaire ayant voté Contre et Mmes AUBRY Martine et ROCHER Sophie ainsi que MM. CAUDERLIER Frédéric, DELEPAUL Michel, HUTCHINSON Yvan, MINARD Frédéric et PLOUY Michel n'ayant pas pris part au débat ni au vote.

**Acte certifié exécutoire au 23/12/2020**