Région îledeFrance

Conseil régional

Rapport pour la commission permanente du conseil régional
JANVIER 2024

Présenté par
Valérie PÉCRESSE
Présidente du conseil régional
d'Île-de-France

CHOOSE PARIS REGION

Sommaire

EXPOSÉ DES MOTIFS....3
ANNEXE AU RAPPORT....5
Annexe rapport - Plan d'action Choose Paris Region 2024....6
PROJET DE DÉLIBÉRATION....43
ANNEXE À LA DÉLIBÉRATION....45
Annexe 1 - Convention d'objectifs et de moyens Choose Paris Region 2024-2026....46

EXPOSÉ DES MOTIFS

1. Attractivité

1.1. Convention d'objectifs et de moyens (COM) entre Choose Paris Region et la région Île-de-France

Le SRDEII (Schéma Régional de Développement Economique et d'Innovation) 2022-2028 d'Île-de-France, adopté par délibération en conseil régional en date du 19 mai 2022, fait de l'attractivité un de ses 6 axes forts.
Le SRDTL (Schéma Régional de Développement du Tourisme et des Loisirs) 2022-2028 d'Île-de-France, adopté par délibération en conseil régional en date du 19 mai 2022 : articulé autour de 4 axes stratégiques, il doit permettre de faire émerger une vision renouvelée de l'économie touristique des territoires franciliens pour un nouveau type de tourisme, plus qualitatif, respectueux et écologique.

Pour la première fois en 2022, l'Île-de-France est la région la plus attractive d'Europe pour les investissements directs internationaux, Royaume-Uni inclus, dans le baromètre EY European Investment Monitor 2023. Elle a également repris en 2023 la première place du classement des « European Cities and Regions of the Future » établi par fDi Intelligence, la division « investissements étrangers » du Financial Times. Ce classement décerne également à la Région Île-de-France la meilleure « stratégie d'investissement directs étrangers », en Europe, Royaume-Uni inclus.

Elle est aussi la destination la plus visitée au monde avec, en 2022, une activité touristique qui a montré une belle dynamique et une accélération de la reprise avec plus de 44 millions de touristes accueillis (vs 50,6 millions en 2019, année référence). Les retombées économiques du secteur concernent plus de 500 000 emplois et génèrent en 2022 19,6 milliards d'euros de recettes (près de 22 milliards d'euros en 2019).

Après le regroupement au sein de Choose Paris Region des activités liées à l'industrie de l'image (Film Paris Region) en 2019, le rapprochement avec le Comité Régional du Tourisme permet de gagner encore en cohérence et en attractivité. La Région Île-de-France se positionne ainsi face aux autres grandes métropoles mondiales dans une démarche d'accueil global. D'autres métropoles mondiales ont d'ailleurs déjà regroupé au sein d'une même entité le tourisme et l'attractivité internationale : Londres, Le Cap, Amsterdam, Milan, Helsinki, Rotterdam ou encore Lille, Nantes, Rennes, Toulouse…

Ce regroupement donne une nouvelle vision sur les enjeux d'attractivité de la Région et permet de porter une vision de long terme pour le développement du territoire en termes d'impact, d'inclusion sociale, de développement économique et d'innovation, et d'augmenter l'efficacité des actions pour conforter l'attractivité régionale.

Ce regroupement effectif au 1er juillet 2023 arrive à un moment charnière pour le territoire et le pays : l'accueil de grands événements internationaux (Coupe du Monde de Rugby 2023 et Jeux Olympiques et Paralympiques 2024), après le Brexit, et à un an des premières grandes livraisons du Grand Paris Express.

Le nouvel organisme est le guichet unique des investissements en Île-de-France liés aux JOP et pour les visiteurs internationaux. Il est également le guichet unique pour toutes les entreprises, collectivités et acteurs locaux qui souhaitent mettre en valeur leurs initiatives dans le cadre des JOP (en matière de développement durable, d'innovation ou de dynamiques territoriales) et pour les trois prochaines années.

Le présent rapport a pour objet d'approuver la nouvelle convention d'objectifs et de moyens (COM) qui fixe les obligations réciproques entre la région Île-de-France et Choose Paris Region pour la période allant du 1er janvier 2024 au 31 décembre 2026.
Cette COM précise notamment les quatre objectifs stratégiques de CPR à savoir :
-Penser l'attractivité internationale de la région Île-de-France,
-Prospecter et accompagner des cibles prioritaires,
-Renforcer l'offre d'attractivité internationale,
-Développer la notoriété et l'influence d'une région dynamique, innovante et durable.
Considérant l'importance de poursuivre le soutien de la Région aux actions de Choose Paris Region, au regard des objectifs de développement de l'Île-de-France notamment tels que définis par le SRDEII 2022-2028 et le SRDTL 2022-2028, il vous est proposé d'approuver la nouvelle convention triennale d'objectifs et de moyens, pour la période 2024-2026.

1.2. **Soutien à Choose Paris Region**

Il est aujourd'hui proposé de soutenir Choose Paris Region par l'attribution de la première tranche annuelle de la subvention, au titre de son programme d'action ci-annexé, soit 10 759 200 € - représentant 60 % du montant total de la subvention prévue pour 2024.

Je vous prie de bien vouloir en délibérer.

La présidente du conseil régional
d'Île-de-France

VALÉRIE PÉCRESSE

ANNEXE AU RAPPORT

Annexe rapport - Plan d'action Choose Paris Region 2024

CHOOSE PARIS REGION

Plan d'actions et budget 2024

Conseil d'administration du 20 décembre 2023

Table des matières

1. Introduction et synthèse 2

1.1. Contexte et cadre de cet exercice budgétaire 2

1.2. Un contexte budgétaire contraint 2

1.3. Synthèse des actions prévues au budget et des perspectives sous réserve de financement complémentaire 3

1.4. Un résultat prévisionnel 2024 à l'équilibre 5

2. Plan d'action par missions et par axes stratégiques 6

2.1. Penser l'attractivité de demain 6

2.2. Renforcer l'offre d'attractivité 8

2.2.1. Accompagner l'écosystème à mettre en place des stratégies 8

2.2.2. Animer le collectif de l'attractivité 9

2.2.3. Développer de nouvelles offres 10

2.2.4. Digitaliser les parcours clients 12

2.3. Prospecter et accompagner des cibles prioritaires 15

2.4. Développer la notoriété et l'influence d'un territoire dynamique, innovant et durable 22

3. Des subventions en diminution et des ressources propres qui ne dégagent pas de marge 27

3.1. Subvention de la Région Ile-de-France [83%] 27

3.2. Subvention de la Métropole du Grand Paris [2%] 28

3.3. Convention de partenariat avec la CCI Paris Ile-de-France 28

3.4. Des ressources propres qui reflètent les actions collectives territoriales [10%] 29

3.5. Tableau de synthèse des ressources par typologie 29

4. Les dépenses du budget 2024 par grandes enveloppes 30

4.1. Contexte et cadre budgétaire 30

4.3. Des dépenses de structure dont le travail de mutualisation et de suppression des « doublons » est déjà bien engagé 31

4.4. Une optimisation des engagements « numériques » nécessaires pour dégager un budget alloué à la cybersécurité et investir dans des outils digitaux innovants au service de l'expérience clients 32

4.5. Présence internationale : la fermeture du bureau de représentation en Chine et un budget affecté aux Etats-Unis en légère diminution 33

4.6. Focus sur les Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024 33

1. Introduction et synthèse

1.1. Contexte et cadre de cet exercice budgétaire

L'Assemblée générale du 6 décembre 2023 a approuvé les orientations stratégiques de Choose Paris Region structurées autour de **4 piliers : Invest, Visit, Film et Work&Live** et des **missions suivantes** :

- **penser l'attractivité de demain ;**
- **renforcer l'offre d'attractivité ;**
- **prospecter et accompagner des cibles prioritaires ;**
- **développer la notoriété et l'influence d'un territoire dynamique, innovant et durable.**

déclinées pour chacune des **cibles suivantes : entreprises étrangères et investisseurs financiers et immobiliers ; visiteurs de loisirs et d'affaires franciliens, français et internationaux ; talents français et internationaux ; organisateurs de salons et conférences français et internationaux ; producteurs d'œuvres audiovisuelles français et internationaux**

Cet exercice budgétaire constitue le 1er plan d'actions mettant en exergue les synergies des activités et répond à deux objectifs :

- **décliner les actions qui seront mises en œuvre** pour répondre à ces grandes orientations autour des cibles ci-dessus ;
- **affecter des ressources à chaque mission ou typologie d'actions** en cohérence avec les objectifs attendus tant en termes de temps passé (ressources humaines) qu'en termes de dépenses (ressources financières).

Le budget 2024 est construit dans un objectif d'équilibre budgétaire et d'adéquation des ressources et des actions au regard des ambitions de l'agence. Par ailleurs, des actions complémentaires pourraient être réalisées en cas de financements complémentaires sans remettre en cause ce principe.

1.2. Un contexte budgétaire contraint

Le budget 2024 s'inscrit dans le contexte d'une **forte ambition de l'agence** et sur une **année particulière marquée par les Jeux Olympiques et Paralympiques (JOP24)** mais aussi de **ressources contraintes qui laissent peu de marges de manœuvre pour de nouvelles lignes budgétaires**.

En effet, les **ressources financières de la Région Ile-de-France** sont **en légère diminution**. **Les autres financeurs de l'agence sont aussi dans une logique au mieux de maintien de leur financement (Métropole du Grand Paris) ou de légère baisse (CCI Paris Ile-de-France).** Les échanges sur les cotisations n'ont pas non plus permis d'en faire un relai de nouveaux financements.

Les **gains immobiliers annuel d'environ 1,6 M€** (correspondant au coût cumulé des loyers et des dépenses associées à la maintenances des locaux de chacun des deux organismes avant la fusion) permis par le déménagement des équipes à Saint-Ouen dès la première semaine de juillet 2023 permettent **d'absorber la baisse 2024 de la subvention régionale (800 K€), l'impact de la comptabilisation des coûts en TTC pour les engagements Visit suite au changement de régime fiscal (600 K€) et les évolutions des dépenses de personnel suite à la signature d'un accord social d'anticipation avec les délégations syndicales (200 K€)** qui ont permis de fonctionner comme une unique structure avec des règles RH uniques pour tous dès le premier jour de la fusion.

La réalisation des missions de l'agence correspond essentiellement à des ressources humaines : en effet, **la masse salariale représente 52% du budget total.** De nouveaux recrutements seraient nécessaires pour

les nouvelles missions à mener comme celle sur l'attraction de talents, l'attraction de salons en fonction de l'ambition que l'on se fixe, mais la situation financière de l'agence limite cette possibilité.

Les **actions relatives à la Coupe du monde de rugby et aux JOP24** ont fait l'objet d'un financement complémentaire dédié sur la période 2023-2024 de **857 k€ de la Région Ile-de-France** ; ce montant est inférieur au montant affecté par l'agence à l'ensemble des actions menées dans le cadre de ces évènements. L'agence prend donc en charge les dépenses d'actions et de personnel en dépassement sur ses propres ressources de fonctionnement.

En dehors de ces actions dédiées aux évènements sportifs et des évènements en partie co-financés par les partenaires territoriaux ou privés, **les recettes ne permettent pas de réaliser toutes les nouvelles actions envisagées notamment en matière de stratégie digitale**. Le coût de projets de digitalisation était évalué à **500 K€** : déploiement d'un nouvel SI Finance ; mise en place d'un outil de gestion de projet ; mise en place d'un outil de reporting sur l'ensemble du périmètre d'activité, évolutions des sites web et des CRM ; projet de cartographie, déploiement de l'IA sur nos processus internes et externes, etc. L'enveloppe 202 s'élève à 190 K€, ce qui permettra d'initier certaines nouvelles actions de transformation digitale.

Enfin, **un risque existe toujours sur le premier trimestre concernant la trésorerie** compte tenu du premier versement de la subvention régionale qui n'interviendra pas avant le mois de mars (Commission permanente du Conseil régional le 31/01/2024) et des décaissements attendus relatifs à la masse salariale et aux dépenses liées à l'organisation des évènements du 1er trimestre et plus particulièrement du MIPIM et du Production forum (PIPF).

1.3. Synthèse des actions prévues au budget et des perspectives sous réserve de financement complémentaire

Budget 2024 : principaux éléments budgétaires	Perspectives sous réserve de financement complémentaire
Penser l'attractivité de demain : baromètre global à 360 degrés, baromètres, tableaux de bord et bilans, bases documentaires, partenariats avec des universités, data sur le tourisme (études de la fréquentation, France tourisme observation, APIDAE, Commission régionale d'observation touristique), bilan des investissements étrangers, Global Cities Investment Monitor, Observatoire Film Paris Region **Renforcer l'offre d'attractivité** : études pour des acteurs territoriaux, animation de la gouvernance, Comité des territoires, clubs « écosystème », Assises de l'Attractivité, Production Forum, soutien à l'investissement dans les infrastructures et au dernier km, visites mystère, Volontaires du tourisme, digitalisation : cartographie, plateforme Connect, jobboard, guide en ligne de l'enseignement international, modèle de scoring des opportunités et projets d'investissement, parcours visiteurs (roadbook, «	**Influence** : toutes les participations prévues sur des salons à l'international ne pourront pas nécessairement être engagées, de même concernant les évènements d'influence que nous pourrions organiser en présentiel dans certaines régions et pays cibles. **Talents** : création d'un portail multipartenaires pour engager des campagnes d'attraction de talents internationaux, prévu au SRDEII **Digitalisation** : investissements digitaux plus conséquents : refonte des sites web pour une stratégie de marque efficiente, investissements plus conséquents en matière de cybersécurité au vu des attaques ces derniers mois et des risques accrus pendant les JOP 2024, déploiement complet du modèle de scoring évolutif des opportunités d'investissement et des projets, déploiement complet des opportunités liées à l'IA

Do You Speak Touriste » spéciale JOP 2024, Paris Region Aventures, Serious Game), Grand'Place Paris Region, robot social interactif, base Décors (Film) **Prospecter et accompagner des cibles prioritaires** : entreprises internationales : participation à des salons et évènements - Avec partenaires (plan de promotion et prospection francilien – P4F) qui mobilise 44 partenaires sur 20 actions : Industrie (Global Industrie) ; DeepTech (Web Summit, Quantum.Tech, Big Data & AI, Forum InCyber (FIC) Europe, Mobile World Congress), Cosmétiques (In-Cosmetic Global, Cosmetic 360), Smart City, CleanTech et économie circulaire (Smart City Expo World, ExpoReal, Hyvolution, Change Now), Mobilité (Autonomy Paris, Farnborough Air show), BioTech et e-santé (Bio Europe Spring, Medica, BIO US, CPHI, BioFit), Vivatech - Sans partenaires : CleanTech (ChangeNow), deeptech (Forum InCyber (FIC) Europe, France Quantum, Q2B Paris, mobilité (Paris Space Week, Autonomy Berlin, SITL, Micromobility Europe, Move London, Eurobike, Autonomy London, CoMotion LA), finance (Paris Fintech Forum, Money2020, French Fintech Week, Token2049, Fintech Connect) 5 Techmeetings, Clubs d'entreprises internationales, Club des Organisations internationales club des Ambassadeurs Paris Region, club "affaires publiques", clubs d'affaires externes Prospection et influence sur le tourisme : Mission de promotion et workshop MICE&More, Workshops, China Workshop et post-tour, Post-Tour Rendez-vous en France, Destinations Exchange Europe, Eductour 150 ans de l'impressionnisme, Eductour et table-ronde mariages, Workshop France + Mission Paris Region, JOP 2024 / Grands Comptes MICE, France Excellence Paris Region, Showcase Paris Region : workshop, éductour et networking, Paris Region - Asia Pacific online marketplace, Workshop	Campagnes de **communication** conséquentes dans le cadre des JOP 2024 (non prévues à ce stade), ou dans le cadre de Explore France avec Atout France, ou de la convention avec Atout France et Paris je t'aime Effectifs de **personnel** constants malgré les missions supplémentaires (à titre indicatif)

Eductour Paris Region, VIP Dinner Paris Region, DUCO Travel Summit France, IBTM WORLD / Pré et post tours, Roadshow Explore France, Workshop Paris Region - Destination MICE, Paris Region - North America online marketplace **Développer la notoriété et l'influence** : Promotion Invest : MIPIM, Conférence FEIA de Montréal, Conférence FEIA de Paris, Investment Management Exhibition Francfort Promotion sur le tourisme : salons Destinations Nature, Rendez-Vous en France, World Travel Market, Play Golf in France ; Marhaba France ; IMEX Francfort ; Forum des loisirs culturels franciliens ; IMEX America ; Global European Marketplace ; World Travel Market ; International Luxury Travel Market (ILTM) Promotion sur la filière image : Shoot the Book, Festival de Cannes, AFCI week à Los Angeles, salon Focus à Londres Production de contenu éditorial et digital, campagnes médias, animation des réseaux sociaux, relations presse France et internationales, accueils presse Tourisme : actions sur les groupes, communication Explore France avec Atout France, communication avec Atout France et Paris je t'aime, 150 ans de l'impressionnisme Film de bienvenue Air France Jeux Olympiques : explorer tours, journées de l'innovation, mise en avant des JOP autour des salons (Vivatech, MIPIM, Change Now, Autonomy), « Paris Region key messages », relations presse, hospitalités (JO et JP), accueil des visiteurs, guichet unique JOP, intégration de champions olympiques dans le milieu professionnel avec Athletes Soul	

1.4. Un résultat prévisionnel 2024 à l'équilibre

Le budget 2024 proposé et détaillé plus bas aboutit à un **compte de résultat très légèrement bénéficiaire (35 K€)** :

Situation patrimoniale
Budget initial 2024

POUR VOTE DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

Compte de résultat prévisionnel en droits constatés

CHARGES	2024	PRODUITS	2024
Personnel	12 462 000	Contributions de la Région Ile de France	19 863 138
		Contributions de la Métropole du Grand Paris	500 000
Fonctionnement - Actions	10 032 556	Contributions de la CCI (y compris participation aux dépenses de personnel partagées)	308 000
		Autres subventions publiques	291 500
Fonctionnement - dépenses de structure	1 456 830	Cotisations	100 000
dont amortissements et provisions	300 000	Produits issus des évènements et salons	2 448 689
		Autres produits	475 000
		dont produits calculés	155 000
TOTAL DES CHARGES	23 951 386	TOTAL DES PRODUITS	23 986 327
RESULTAT	34 941	RESULTAT	-
TOTAL EQUILIBRE du compte de résultat	23 986 327	TOTAL EQUILIBRE du compte de résultat	23 986 327

Les ressources se répartissent en :

- 42% d'actions ;
- 52% de dépenses de personnel ;
- 5% de dépenses de fonctionnement, qui se décomposent elles-mêmes pour 63% en dépenses relatives aux systèmes d'information (maintenance, hébergement, sécurité) et pour 27% en prestations obligatoires (expert-comptable, commissaires aux comptes, prestations de paie, conseils juridiques, assurances) ;
- 1% d'amortissements et provisions, majoritairement composés des amortissements relatifs aux équipements et provisions pour risque.

Le budget Actions se répartit selon un référentiel budgétaire qui permet d'identifier la typologie des dépenses prévisionnelles et un référentiel analytique qui permet d'identifier l'objectif de l'action menée.

2. Plan d'action par missions et par axes stratégiques

2.1. Penser l'attractivité de demain

Choose Paris Region se veut détenteur et producteur de données relatives à ses activités et au territoire régional et métropolitain. L'agence a pour ambition de devenir producteur de renseignements tactiques et stratégiques à « haute valeur ajoutée » au service de ses partenaires locaux : gouvernance, acteurs territoriaux, collectivités, acteurs privés franciliens.

Ainsi, Choose Paris Region s'engage à mettre à disposition de l'intelligence stratégique pour une meilleure compréhension des enjeux d'attractivité, en identifiant les problématiques à résoudre au niveau régional ou national afin d'améliorer l'attractivité pour chaque public cible, tout en veillant à diffuser ces informations au sein de l'écosystème régional public.

Au total, le budget alloué à cet axe est de 971 K€.

Un baromètre global à 360 degrés sera créé pour évaluer l'attractivité vis-à-vis de toutes les cibles pertinentes.

Choose Paris Region produira également sur ressources propres des **baromètres, tableaux de bord et bilans**, et des analyses critiques sur l'attractivité, l'économie, le tourisme, l'industrie de l'image, l'immobilier, la qualité de vie et les talents, les filières, etc. susceptibles de guider l'action de l'agence et celle de ses partenaires et financeurs. Elle pourra également produire des benchmarks sur les mesures en faveur de l'attractivité, la manière de s'organiser sur nos métiers dans d'autres territoires ou organisations.

Des bases documentaires (200K€) sont à la disposition du service intelligence économique pour conduire les analyses les plus robustes et complètes possibles. De manière purement indicative, ces bases permettent notamment d'accéder à un ensemble de données relatives aux flux d'investissement dans le monde (FDi Market, FDi Benchmark) ; aux levées de fonds (Pitchbook) ; aux informations financières des entreprises (Diane / Orbys), etc.

L'agence prévoit de nouer des **partenariats avec des écoles, universités ou d'autres territoires sur la mesure d'indicateurs d'attractivité du territoire** en ou hors Ile-de-France, en France, en Europe ou ailleurs dans le monde (**10 K€**). Des adhésions à des chaires universitaires sont envisagées sur cette ligne.

Sur le sujet spécifique du tourisme, il y a deux sujets :

- la **data autour de l'offre touristique** (quels sont les lieux à visiter, l'information sur ces lieux, comment y aller, etc.).
    - Ce sujet est clé : il y a 15 ans, les acteurs publics du tourisme ont perdu la bataille par rapport aux grandes plateformes ; ainsi, Airbnb, Booking ou Accor sont les premiers informés de la venue d'un visiteur sur un territoire, et non l'organisme de gestion de la destination (OGD). Nous avons pourtant besoin de données sur l'offre ; en effet, on utilise déjà l'intelligence artificielle générative pour planifier ses vacances, mais pour que l'IA rende de bons résultats il faut qu'elle travaille de la bonne data. C'est notre rôle que cette information soit disponible et structurée (au moins autant que de communiquer sur cette offre).
    - Sur le sujet de la data touristique, l'agence est membre fondateur, administrateur et sociétaire d'**APIDAE**, qui est à la fois une plateforme collaborative et un entrepôt de données de points d'intérêt touristiques et de loisirs. Le budget total consenti sur cette action est de 196 K€ comprenant un abonnement annuel de **96 K€**, des développements web pour permettre l'interface entre la plateforme et le site web (**49 K€**) auxquels s'ajoute une prestation de contenu (**51 K€**). En effet, cette base de données à des limitations : Paris et 3 départements ne sont pas membres du réseau, les datas pour ces territoires doivent donc être « recréées » via prestation externe ; les datas nécessitent un travail de reprise des données ; et l'outil n'a pas évolué depuis longtemps et manque d'ergonomie. Des investissements seront probablement nécessaires pour maintenir une version actuelle de l'outil non encore chiffré.
- la **data autour de la fréquentation** (combien et quelle catégorie de personnes sont allées sur un site ou un territoire donné sur une période donnée).
    - Les **études actuelles autour de la fréquentation touristique** seront poursuivies : système d'observation (**496 K€**) qui intègre différentes sources de données touristiques premium à vocation structurelle, conjoncturelle et prédictive : enquêtes permanentes avion-train-route – ATR (BVA, **420 K€** soit 85% du total), enquête de fréquentation hôtelière (INSEE), Flux Vision Tourisme (Orange Business Services), suivi des réservations et capacités aériennes (Forward Keys), suivi des performances des logements saisonniers (AirDna), réservations hôtelières (D-Edge) ;
    - L'agence envisage également de rejoindre l'initiative nationale **France Tourisme Observation** pilotée par Atout France, qui a pour ambition d'uniformiser les métriques

de fréquentation extrêmement hétérogènes à l'heure actuelle entre territoires et de mutualiser les achats de bases de données, les traitements, et les outils d'analyse des données. Pour l'année 2024, la contribution financière n'a pas été officiellement validée même si les ordres de grandeur ne devraient plus bouger ; **21,6 K€** ont été inscrits au budget sur cette action.

- Sur tous ces sujets de data touristique qui sont stratégiques, une **Commission régionale d'observation touristique** sera créée en 2024 avec les acteurs publics qui engagent des budgets sur ces sujets (intercommunalités, offices du tourisme, Institut Paris Region, etc.) pour partager les enjeux, chercher à mutualiser stratégies et achats, évaluer les souhaits de bénéficier des travaux nationaux avec Atout France, et étudier dans quelles conditions associer des acteurs privés à la réflexion.

Le **bilan des investissements étrangers** a été également revu avec une volonté de s'inscrire dans l'esprit de la nouvelle stratégie économique régionale « Impact 2028 » qui invite à regarder de manière holistique l'impact des projets d'investissement : conséquences directes et indirectes des implantations d'entreprises étrangères en Ile-de-France, évaluation des emplois indirects et induits générés par un projet d'investissement, valeur ajoutée économique des investissements, fiscalité induite (taxes, CVAE, CFE, etc.). L'accompagnement autour du bilan se poursuit en 2024 pour consolider et améliorer les travaux déjà initiés **(120 K€)**. Un baromètre spécifique en fin d'année est également cofinancé avec Paris Ile-de-France Capitale Economique : le **Global Cities Investment Monitor** (**40 K€** pour l'agence), avec une partie d'observation de la mesure des investissements mondiaux sur l'année passée. Et une partie prospective sur l'opinion d'investissements internationaux représentatifs de tendances futures.

Sur l'industrie de l'image, un **Observatoire Film Paris Region** a été mis en place qui comptabilise le nombre de jours de tournages en Ile-de-France chaque année (pas de budget spécifique). Ce travail est réalisé à partir des données du Centre national du cinéma et de l'image animée (CNC), du fonds de soutien de la Région Ile-de-France, des données des collectivités territoriales d'Ile-de-France et des projets accompagnés par Film Paris Region. L'agence participe également au volet francilien de l'étude Audiens sur l'emploi dans la filière image en France.

2.2. Renforcer l'offre d'attractivité

Choose Paris Region s'appuie sur l'écosystème régional pour améliorer l'attractivité du territoire vers ses différentes cibles finales. En animant un collectif d'attractivité, les acteurs publics et privés sont réunis pour **élaborer des stratégies et des actions collectives**. Les projets ciblés incluent **l'amélioration de l'accueil ou de l'offre vers chacune des cibles, y compris via la digitalisation de certains parcours clients.**

2.2.1. Accompagner l'écosystème à mettre en place des stratégies

L'agence contribue à la **transition écologique et digitale** dans les secteurs clés des différents schémas régionaux à destination de ses cibles.

L'accompagnement peut s'étendre aux collectivités, aux acteurs territoriaux et aux professionnels, en les **aidant à définir des stratégies d'attraction**. Ainsi, les connaissances stratégiques des territoires permettent à l'agence d'être identifiée pour conduire des projets structurants comme un **travail d'intelligence stratégique pour le territoire d'Orly International** que nous considérons comme exemplaire. Ce travail se traduit par le développement d'une stratégie de promotion et de prospection partagée. L'objectif de cette initiative est d'attirer des entreprises à fort potentiel tout en contrant l'impact économique négatif de la crise sanitaire, particulièrement dans l'écosystème des AAA (Aéronautique, Aéroportuaire, Aérien) et de renforcer la compétitivité du territoire. L'analyse approfondie de cet écosystème a permis d'identifier des filières à consolider, en tenant compte des nouveaux enjeux du secteur tels que la transition écologique, les nouvelles mobilités, la sécurité-sûreté,

et les impacts sociaux et environnementaux. Cette démarche s'est basée sur l'étude des tendances technologiques, du bassin d'emplois par sous-filière, des tendances d'investissement étranger, du benchmark avec d'autres territoires, ainsi que sur les retours d'expérience des acteurs locaux. En outre, cette analyse a permis de définir des cibles d'entreprises à prospecter en priorité, en prenant en considération les facteurs spécifiques d'attractivité du territoire et en désignant des trinômes associant sous-filière, type d'entreprise et pays cible. **D'autres projets du même type sont envisagés en 2024 sur la base d'une contractualisation ad hoc avec des partenaires territoriaux, dans la limite des ressources humaines disponibles.**

Sur le volet du tourisme, l'agence apporte une **expertise en ingénierie touristique** aux acteurs territoriaux.

2.2.2. Animer le collectif de l'attractivité

Cet axe est essentiel car les démarches d'attractivité fructueuses sont les **démarches collectives**. En France et encore plus en lle-de-France, la **complexité institutionnelle** nous oblige à mettre un accent fort sur ce volet pour **être efficaces, éviter de doublonner des actions, mutualiser des achats, partager des stratégies**. C'est d'autant plus vrai dans le contexte actuel où les **budgets publics sont sujets à de fortes contraintes.** Le rôle d'animateur est bien donné à Choose Paris Region dans l'ensemble des schémas et stratégies régionales, d'où la responsabilité que porte l'agence sur ces sujets.

Le Comité des territoires qui rassemble les acteurs territoriaux et publics de l'attractivité et dont la première réunion a eu lieu en mars 2019 sera poursuivi et amplifié pour toucher l'ensemble de nos cibles, suite au Comité de 17 décembre 2023 qui s'est tenu pour la première fois dans un format qui associe désormais les interlocuteurs sur l'investissement international et sur le tourisme. Des formats déclinés par thématiques et des échanges dématérialisés resteront organisés pour viser l'efficacité de la collaboration.

Dans le domaine du tourisme, l'agence participe à **l'élaboration de schémas départementaux et intercommunaux du développement du tourisme et des loisirs et** collabore à des **Contrats de Destination**.

L'agence participe activement à **l'animation de sujets, thématiques ou de filières prioritaires** à travers des **événements professionnels et la structuration de clubs et rassembler des communautés locales (30 K€)** pour renforcer l'offre des différentes filières en Île-de-France :

- Un exemple est le **Club des Prescripteurs Santé** au sein duquel l'agence mobilise les acteurs clés qui contribuent à l'attractivité du secteur de la santé en Île-de-France. L'objectif principal est d'identifier collectivement les besoins de l'écosystème, de réfléchir à l'attractivité future et de mettre en place des actions communes pour renforcer cette attractivité. Au cours des réunions trimestrielles, les membres partagent leur vision de l'écosystème, discutent de ses atouts, mais aussi des obstacles à son développement, et réfléchissent à des solutions. Ces rencontres sont l'occasion d'échanger sur les besoins en compétences et en technologies nécessaires pour le développement local ou pour attirer ces ressources en Île-de-France. Les membres consolident des arguments d'attractivité, réfléchissent à des actions communes pour accroître la visibilité internationale et discutent de l'accompagnement d'opportunités étrangères d'implantation. Ainsi, le Club des Prescripteurs Santé devient un lieu d'échange dynamique où les acteurs clés collaborent activement pour renforcer l'attractivité du secteur de la santé en Île-de-France.
- Un **Club datacenters** est également en place qui rassemble des acteurs publics collectivités, la Préfecture de Paris et d'Ile-de-France, Enedis, GRDF, RTE, l'Institut Paris Region, et certains opérateurs, avec l'objectif de mieux piloter l'arrivée des datacenters sur le territoire.
- Le **Club des prestataires de l'implantation** rassemble une centaine de partenaires privés référencés sur la **« Plateforme Connect »** c'est-à-dire des banques, experts comptables,

cabinets de recrutement, avocats, agences de relocation, consultants immobiliers, etc. La réunion de ce réseau très riche permet d'être au plus proche des difficultés concrètes que rencontrent des entreprises qui s'implantent en Ile-de-France et d'imaginer ensemble des actions de communication, de sourcer des projets, d'imaginer de nouvelles offres, etc. La plateforme elle-même est présentée plus en détail dans la partie dédiée à la digitalisation de l'accompagnement plus bas.

Depuis 4 ans, l'organisation des **Assises de l'Attractivité** permet de partager une vision collective sur l'état des lieux de l'attractivité, de confronter des visions complémentaires et de souligner points forts et défis pour l'avenir du territoire. Cet évènement sera reconduit en 2024 : **30 K€.**

Concernant la **filière de l'image**, la 14ème édition du **Production Forum**, évènement dédié aux professionnels de la production cinématographique et audiovisuelle est organisé par l'agence et se déroulera les 7 et 8 février 2024 au Parc Floral de Paris avec près de 100 exposants, 40 ateliers et conférences et environ 4000 visiteurs professionnels attendus. Ce Forum est cofinancé par nos exposants et partenaires.

Budget 2024 - évènement	Dépense	Recette
PIPF*	254 280 €	214 700 €

2.2.3. Développer de nouvelles offres

L'agence sera également active pour **développer des infrastructures :** lycées internationaux, établissements d'enseignement ou de formation, incubateurs, accélérateurs, centres de résidence senior ou étudiant, studios de tournage, bornes de recharge, immobilier productif en capacité d'accueillir des entreprises industrielles, salles blanches pour la santé, équipements d'hébergement touristiques dont hôtellerie mais pas uniquement, etc. Pour ce faire, elle doit **travailler de manière active avec des aménageurs et des outils fonciers**, tels que Grand Paris Aménagement (GPA) ou l'Etablissement public foncier d'Ile-de-France (EPFIF) mais aussi d'autres acteurs publics ou privés qui ont la maîtrise foncière ou immobilière d'actifs particulièrement intéressants. C'est un travail que l'agence mène depuis quelques années notamment grâce aux études réalisés avec la SEM (8 K€), mais qu'elle souhaite amplifier au service de toutes ses cibles. Grâce au travail avec tous les partenaires locaux, elle souhaite identifier les infrastructures les plus pertinentes dont l'Ile-de-France doit se doter pour préparer l'avenir. La **difficulté des procédures ou la bureaucratie** peuvent parfois entraver la réalisation de cet objectif, aussi l'articulation avec les autorités régionales pour accélérer les procédures sera nécessaire.

Dans le domaine du tourisme, on a beaucoup dit il y a quelques années que les Organismes de gestion de la destination (OGD) avaient une mission essentiellement de promotion, et que les Comités régionaux du tourisme (CRT) avaient plus spécifiquement un cœur de mission qui était la promotion internationale. Ce paradigme change rapidement partout au niveau national et même plus largement, et **l'ingénierie touristique** (c'est-à-dire la préparation et l'amélioration de l'offre) revient en force. L'agence souhaite s'inscrire pleinement dans ce mouvement. Voici un certain nombre d'actions engagées en ce sens :

- Le tourisme est une économie de services, nous devons donc de manière collective **créer les services quand ils sont insuffisants**, en bonne intelligence avec le secteur privé, notamment en ce qui concerne l'attractivité de certains sites ou territoires où l'on vise une fréquentation supérieure. En ce sens, un des enjeux est **le dernier kilomètre** vers certains sites difficilement accessibles. Un AMI lancé par IDFM aux compagnies de transport avait donné comme résultat que sans subvention publique, il n'y avait pas de modèle financier viable. L'agence vient de

signer une convention avec Transilien SNCF sur 2023 - 2025 qui porte sur le dernier km : identification commune de certains points d'intérêt (POI) accessibles en train et en modes doux avec un temps de trajet inférieur à 15 min, SNCF procède à l'installation des postes de garage à vélo pour faire le lien avec le transport public et le dernier km est fait en mobilité douce, une communication commune est ensuite faite.

- L'agence doit aussi s'investir sur le sujet de **l'investissement touristique**. Il existe un manque d'investissement qui pénalise notamment la grande couronne. L'agence accompagne des projets candidats à une subvention du Fonds régional pour le Tourisme et à l'investissement de la Foncière régionale IDF Tourisme et Territoires ; elle travaillera également avec la Banque des territoires, des aménageurs tels que Grand Paris Aménagement, des outils fonciers comme l'EPFIF, etc. et s'appuiera sur sa propre prospection de projets d'investissement touristiques. La Seine-et-Marne a déjà initié de nombreuses actions sur ces sujets. L'agence étudiera également à son implication dans le cadre de forums de l'investissement touristique qui réunissent foncières, investisseurs, aménageurs, opérateurs, groupes hôteliers, comme l'Hospitality Asset Forum de MKG, les évènements d'In Extenso TCH (présentation des tendances de l'hôtellerie, etc.)

- L'agence poursuit le dispositif des **visites mystères (27 K€)** déployé sur des musées et monuments ainsi que des offices de tourisme. Ce dispositif est né en 2004 à la suite d'un constat : la qualité de l'accueil et du service en Île-de-France étaient parfois critiqués mais sans données factuelles. Le dispositif actuel sur 2021-2023 est le fruit de 20 ans d'évolutions : il propose une observation de la qualité de l'expérience vécue par des visiteurs formés à la visite mystère, mais non professionnels. Cette approche permet de mettre en avant des critères de conformité par rapport à un référentiel, et des critères d'expérience.

- De même, les **Volontaires du tourisme (inscrit au budget 2024 : 650 K€** - subvention dédiée de la Région Ile-de-France) continueront à être déployés tout au long de l'année 2024. Il s'agit de 350 stagiaires rémunérés (rémunération stagiaire soit près de 600€/mois de 1 à 6 mois). Les Volontaires ont pour mission d'accueillir, informer et orienter les touristes dans les principaux sites touristiques et de loisirs de la destination Paris Île-de-France. Stagiaires issus de formations en langues, en tourisme, en écoles de commerce, et déployés en complément des équipes permanentes des sites touristiques, les Volontaires du Tourisme concourent à l'amélioration de la qualité de l'accueil et de l'offre de services aux touristes et visiteurs. Ils sont visibles grâce à leur tenue violette (et une tenue dédiée pendant les JOP) ils sont équipés et formés par les équipes de l'agence et ils renforcent la présence humaine et le niveau de service de chaque partenaire du dispositif aux périodes de forte affluence. Ce dispositif sera un renfort précieux autour des JOP.

Dépenses		Recettes	
Refacturation des sites partenaires relatives aux rémunérations	262 000 €	Subvention région Ile-de-France	650 000 €
Recrutement des stagiaires	250 000 €		
Matériels : Tenue (nettoyage et achats) et tablette	60 000 €		
Formations	60 000 €		
Animation et communication	20 000 €		

2.2.4. Digitaliser les parcours clients

L'amélioration continue des parcours client sera axée sur la **cohérence de l'accueil** à l'échelle régionale et la **digitalisation des parcours** dès que cela est pertinent et qu'il est possible de dégager des budgets pour financer les développements.

L'agence assure une présence numérique sur **7 sites Internet[1] (215 K€** d'engagements**)**, 5 concernant la cible Visit, 1 pour la cible Film et 1 pour la cible Invest qui sert également de relais pour le contenu Work&Live. Afin d'accroître notre impact numérique, une requalification des besoins, des objectifs des différents sites internet et le cas échéant une rationalisation de notre présence est en cours au travers de la stratégie de marque et la stratégie digitale (**90 K€**). Les réflexions concerneront également une réflexion autour des **CRM (118 K€** d'engagements) : un pour Visit Paris Region (SalesForce – **53 K€**) et un pour les cibles Invest, Film et Work&Live (Microsoft Dynamics – **65 K€**) concernant leurs synergies[2].

L'agence porte un **projet de cartographie en ligne (60 K€).** La retranscription digitale de l'écosystème local à l'instant T et dans ses évolutions futures d'une manière intuitive et pertinente est en effet primordiale pour convaincre. L'objectif est d'apporter à nos cibles (investisseurs, *site selectors*, entreprises, organisateurs d'évènements, visiteurs, talents, mais aussi à nos partenaires locaux comme les collectivités locales ou les grandes entreprises du territoire qui ont aussi besoin d'outils pour attirer des collaborateurs ou des entreprises de leur écosystème) des supports de cartographie interactifs accessibles de manière instantanée sans travail de back-office, qui permettent de leur apporter les informations cartographiques dont ils ont besoin sur l'Île-de-France, adaptées par rapport à leur projet spécifique (projet de vie, projet d'investissement, projet de visite), et pour les aider à prendre des décisions. Par ailleurs, le MIPIM (mars 2024) est le salon où la production de cartographies interactives hybrides en 2D et 3D est largement partagée (maquettes 3D physiques ou digitales). La visualisation des projets en 3D **(30 K€)** sur la table interactive Itekube à l'entrée du pavillon du Grand Paris apporterait une plus-value forte. Pour certaines cibles stratégiques comme les sites industriels, cet outil cartographique pourrait être renforcé par une visite virtuelle (VR) des sites disponibles afin de projeter directement les investisseurs potentiels voire l'étendre au tourisme industriel. Ces projets seront menés en cohérence avec la plateforme « Ile-de-France Smart Services » développée par la Région Ile-de-France.

En ce qui concerne les **entreprises internationales** :

- La **« plateforme Connect »** : https://connect-with-selected-partners.chooseparisregion.org/ référence une centaine de partenaires, avec une représentation de nombreuses catégories de services utiles aux cibles investisseurs et talents (banques, experts comptables, cabinets de recrutement, avocats, agences de relocation, consultants immobiliers, etc.). L'objectif est de faciliter les mises en relations entre les investisseurs et les prestataires privés, accompagner les projets d'investissement en collectif et digitalement avec nos partenaires, créer un réseau de partenaires, véritables ambassadeurs de la Région IDF, et générer des leads. A fin 2023, 9 catégories de services sont en ligne : en 2024 sera ajoutée la catégories Aide à la recherche de financement et éventuellement Impact. De nouveaux appels à référencement seront également menés sur des catégories déjà existantes. Le budget est uniquement lié à la maintenance et hébergement de la plateforme soit **30 K€ ;**

[1] Les 7 sites internet sont les suivants par cible : Visiteurs : https://www.visitparisregion.com/fr, https://pro.visitparisregion.com/, https://pro.visitparisregion.com/e-learning-academie-visit-paris-region, https://meetings.visitparisregion.com, http://visite-mystere.visitparisregion.com/, Investisseurs : https://www.chooseparisregion.org/ avec un lien vers le site Education internationale https://internationaleducation.parisregion.eu, Producteurs audiovisuels : https://www.filmparisregion.com/fr,

[2] Voir détail dans la partie sur les outils plus bas

- nous avons initié le développement d'un **modèle de scoring évolutif des opportunités d'investissement et des projets**[3] en Île-de-France. L'objectif est de fournir une évaluation instantanée des chances qu'une opportunité d'investissement se transforme en projet d'implantation. Cette évaluation se base sur l'analyse multicritères des levées de fonds réalisés, du chiffre d'affaires, de l'évolution du nombre d'employés, de la présence d'un fonds d'investissement français dans le capital, etc. De plus, elle tient compte du comportement de l'entreprise, ainsi une entreprise recrutant un responsable EMEA, participant à un salon en France ou communiquant sur l'ouverture d'un produit/service sur le marché Europe sera d'avantage considéré par notre modèle. D'autres aspects liés à la relation établie avec Choose Paris Region (inscriptions à la newsletter, engagement dans nos actions, etc.) ainsi que les caractéristiques de sa sous-filière d'appartenance (compétitivité de l'Île-de-France par rapport à d'autres pays et régions, etc.) sont également intégrés. Ce travail vise à accroître notre efficacité dans le processus de prospection, ce qui libère ainsi des ressources pour l'influence internationale et l'accompagnement de projets stratégiques. Cependant, une phase de validation du modèle est nécessaire, impliquant des investissements conséquents pour sortir de la phase de test sur un échantillon, être appliqué à une échelle réelle et être automatisé. Ces investissements ne seront pas possibles au budget 2024.

En ce qui concerne les **talents** :

- Sur le sujet spécifique des écoles internationales : un guide en ligne de l'enseignement international a été réalisé en lien avec le ministère de l'Éducation Nationale et les trois Académies franciliennes (Paris, Créteil et Versailles). En effet, l'offre éducative internationale est un critère décisif d'attractivité. Depuis 2019, le guide est géré et piloté par l'agence (**8 K€**). Ce guide s'adresse à la fois aux familles franciliennes de plus en plus désireuses de proposer une ouverture et une scolarité internationale à leurs enfants à travers l'apprentissage renforcé des langues, et aux familles expatriées ou de retour en France qui souhaitent connaître les options possibles de scolarisation internationale en Ile-de-France. Il est mis à jour annuellement et recense les établissements publics et privés sous contrat qui proposent un enseignement renforcé en langues étrangères, de la maternelle au lycée.
- La mise en place d'un **référentiel d'emplois (« *jobboard* »)** automatisé intégré sur notre site Internet (**10 K€**) permettra de promouvoir et de diffuser sur notre site Internet des offres d'emploi en IDF proposées par les entreprises internationales et grands comptes français, pour illustrer les opportunités de carrière auprès des talents internationaux et répondre aux besoins de recrutement des entreprises accompagnées. Cet outil à destination des talents viendra renforcer l'offre à destination de cette cible, en mettant en exergue les offres d'emploi proposées par les entreprises. L'outil sera disponible via une page dédiée « *Jobs in Paris Region* » qui viendra enrichir le contenu en ligne sur la thématique talents et la dimension « *Work & Live* ».

Dans le domaine du tourisme, **les JOP 2024** seront également l'occasion de reconduire plusieurs actions initiées à destination des visiteurs pour la Coupe du monde de Rugby :

- Le carnet de voyage numérique personnel dit **« roadbook » (25 K€)** sera reconduit ; il est constitué de plus de 15 centres d'intérêts (culture, shopping, gastronomie, vie nocturne, etc.), et il invite les visiteurs à visiter des sites ou des territoires moins connus, et qui regroupe plusieurs articles et informations importantes à destination des touristes ;

[3] Entreprise dont l'hypothèse d'internationalisation est validée, l'entreprise est en contact avec Choose Paris Region via un ou plusieurs contacts clés. Deux conditions requises, il existe un cahier des charges mais la perspective de réalisation est à plus de 18 mois, ou la perspective de réalisation est à moins de 18 mois mais le cahier des charges n'est pas établi.

- L'étude **« Do You Speak Touriste » spéciale JOP 2024 (40 K€)** sera produite et mise à disposition des professionnels. Elle permet de mettre à disposition des informations exclusives sur le profil des touristes, leurs habitudes ainsi que les bonnes pratiques et préconisations pour satisfaire les touristes tout au long de leurs séjour.
- **Paris Region Aventures (30 K€)** : 12 K€ de maintenance et 18 K€ de développement est une application gratuite à destination des familles. Il s'agit d'un jeu de piste géant qui propose 51 aventures inédites à fin 2023, dont 2 aventures virtuelles pour découvrir l'histoire et les secrets de Paris et de sa région. Ce projet doit être poursuivi notamment car il suscite l'engouement de nos partenaires territoriaux dont plusieurs ont développé des parcours sur leur territoire en finançant les développements ou prévoient d'en développer de nouveaux et de réinvestir des budgets en 2024. 4 aventures territoriales seront prévues en développement sur financement de l'agence en 2024.
- **Serious Game (47 K€) :** application numérique en marque blanche ludique de formation et de sensibilisation à l'offre touristique locale et à l'accueil des visiteurs et spectateurs des JOP 2024. Associant des mécanismes de motivation et d'engagement du jeu, des contenus pédagogiques qualifiés (cours, quiz et vidéos), de la donnée touristique géolocalisée et un algorithme de recommandation, cette application apporte une véritable innovation dans l'apprentissage touristique. Cette nouvelle édition est proposée avec des contenus spécifiques développés pour le dispositif Do You Speak Touriste et des informations pratiques sur les territoires accueillant compétitions et zones de célébrations des JOP.

Concernant la cible des organisateurs de séminaires, meetings et évènements : le portail digital **Grand'Place Paris Region (60 K€)** continuera de valoriser l'offre événementielle de la destination auprès d'une large audience d'acheteurs, prescripteurs et décideurs des entreprises et agences.

L'agence a un projet d'intégrer un **robot social interactif (10 K€)** lors des différents événements qu'elle organise ou auxquels elle participe afin d'améliorer l'efficacité, l'expérience des participants et la gestion globale des événements. En effet, l'agence organise chaque année plus d'une centaine d'événements professionnels : événements de promotion, de prospection, événements internes, etc. Les participants peuvent parfois être confrontés à un manque d'information claire sur l'accès, les activités prévues, le programme, et le personnel d'accueil contracté peut parfois avoir une attitude peu accueillante. Le besoin est d'améliorer l'accueil et les prestations lors de ces événements et de créer un effet "waouh" lors de l'arrivée des participants. Le robot peut exécuter des tâches répétitives de manière précise et constante, ce qui peut être utile dans un contexte d'événement, il peut être programmé pour fournir des informations dans différentes langues ; il peut être utilisé pour collecter des données sur les participants et leurs préférences, comme des formulaires d'inscriptions à des newsletters.

En ce qui concerne les producteurs d'œuvres audiovisuelles :

- Depuis 2018, la production cinématographique en France est stable alors que la production audiovisuelle a triplé du fait des plateformes de streaming et des chaines de télévision qui ont adopté le format de séries. Avec 70% des jours de tournages en France, l'Ile-de-France attire les productions françaises et internationales en raison de l'importante concentration de décors, de prestataires techniques et de professionnels qualifiés dans notre région. Alors que le territoire de Paris intramuros touche à la saturation dans sa capacité d'accueillir toujours plus de tournages, il est essentiel pour maintenir et développer la part de marché francilienne d'enrichir l'offre francilienne dans la petite et la grande couronne, et de développer un réseau de partenaires territoriaux sur l'ensemble de l'Ile-de-France de manière à accueillir ces nouveaux projets audiovisuels et cinématographique. C'est dans cette logique que sera poursuivi **l'enrichissement de la base décors par des prestations de repérage (25 K€).** C'est un

travail au quotidien avec les communes, agglomérations et départements d'Ile-de-France pour identifier de nouveaux décors, référencer les prestataires techniques localisés à proximité, accompagner ces territoires et leurs sites dans la mise en place de la démarche d'accueil de tournages et pour harmoniser les pratiques d'accueil (conditions tarifaires, accès aux réseaux, tri des déchets, etc.). Ainsi, en partenariat avec les territoires franciliens, sont référencés les décors de tournage dans une base dédiée (300 lieux et 2500 fiches décors référencées) et les entreprises de la filière localisées sur chaque territoire. Ce développement de l'offre territoriale est stratégique pour **maintenir l'attractivité** de notre territoire sur la filière image, mais aussi pour renforcer notre positionnement, et même **inventer les pratiques de demain,** par exemple sur l'écoresponsabilité ou l'inclusion sociale dans la filière. Les Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024 vont d'ailleurs intervenir en pleine saison des tournages 2024 et la commission du film d'Ile-de-France, Film Paris Region, accompagne depuis le début 2023 les professionnels français et internationaux dans la préparation des tournages 2024 en dehors des sites olympiques en proposant notamment des décors alternatifs sur l'ensemble du territoire francilien.

2.3. Prospecter et accompagner des cibles prioritaires

La stratégie globale vise à renforcer l'attractivité de l'Île-de-France à destination de plusieurs **cibles et filières stratégiques, déjà définies dans le cadre du document des Enjeux et orientations stratégiques 2024**.

La prospection et l'accompagnement sont articulés autour des cibles finales listées plus haut. Les **salons et congrès internationaux** n'étaient pas ciblés de manière systématique jusqu'ici ; ils le seront à compter de 2024 grâce à la mutualisation liés à la connaissance des filières et des communautés d'affaires (Invest), et la connaissance des enjeux du tourisme d'affaires (Visit).

La stratégie de prospection directe sera complétée par une **stratégie d'influence qui va se poursuivre et s'intensifier vers les prescripteurs** (cabinets d'affaires, avocats, cabinets de conseil, fonds d'investissement, banques, etc.), institutionnel bilatéral (chambres de commerce, ambassades, agences de développement économique étrangères…), key opinion leaders, journalistes français et internationaux, influenceurs, etc., par des actions en France et à l'international.

Une approche qualitative est privilégiée, en définissant des sous-cibles en accord avec les schémas régionaux et **en mettant l'accent sur des projets à impact positif qui complètent les chaînes de valeurs**.

En ce qui concerne la cible des entreprises internationales :

- Cela signifie identifier des entreprises pertinentes pour l'écosystème en phase d'internationalisation et en capacité d'investir dans des projets structurants.
- Dans le cadre de la stratégie de promotion et de prospection l'agence prévoit de participer à plusieurs **événements internationaux en France et à l'étranger** afin d'accroître son influence et de prospecter à la racine des projets d'investissement étranger. Cette démarche vise à maximiser notre visibilité, à établir des relations fructueuses avec des investisseurs, à présenter des opportunités et à maintenir notre compétitivité internationale. Dans cette perspective, nous avons élaboré **plan de promotion et de prospection partagé francilien (P4F)** avec nos partenaires territoriaux. **44 d'entre eux ont décidé de nous accompagner et de collaborer sur 20 actions**, dans le but de mutualiser des ressources, d'exploiter les synergies pour accroître notre impact, et de coordonner nos efforts. Cette approche stratégique renforce notre capacité à atteindre nos objectifs de manière efficace et efficiente, tout en favorisant une collaboration étroite avec les acteurs franciliens. En unissant nos forces, nous nous positionnons

avantageusement pour tirer parti des opportunités offertes par les salons, renforçant ainsi notre position sur le marché mondial de l'investissement.

- Un exemple est le **Salon Global Industrie en mars 2024** (50 000 visiteurs de 80 pays, dont 54% de C levels) sur la thématique de l'industrie importante pour de nombreuses collectivités locales et pour la Région Ile-de-France. Sur ce salon, une grande opération est prévue cette année qui monte encore en puissance par rapport à l'année dernière : un Stand régional en commun d'environ 300 M2 avec un espace pour des entreprises franciliennes dans le cadre d'un partenariat avec la CCI 77 qui a un mandat régional pour accueillir des entreprises de toute la région ; et un espace spécifique pour les partenaires territoriaux : Boucles Nord de Seine, EPA Sénart, Grand Orly Seine Bièvre, Grand Paris Seine et Oise, Grand Paris Sud, Grand Paris Sud Est Avenir, Haropa, CA Melun Val de Seine, EPT Paris Terres d'Envol, Paris Vallée de la Marne/Aménagement 77 qui contribuent chacun à hauteur de 5000 € TTC. Le budget total de l'opération de **60 K€** sera **partagé entre 10 partenaires**. La Région Ile-de-France ajoutera un pack visibilité sur cette opération.
- Dans le cadre de notre stratégie digitale, **10 webinaires** sont organisés visant à présenter les opportunités d'investissement dans nos sous-filières prioritaires. Parallèlement, nous mettons en place des campagnes de prospection vers des entreprises étrangères en Amérique du Nord, en Europe, ainsi qu'en Asie (Corée du Sud, Japon, Inde, Australie). Ces **campagnes, de "reach out" ou de "nurturing"** en fonction de la cible, s'adressent spécifiquement à des licornes, scale-ups, entreprises ayant des investisseurs français, ainsi que celles ayant manifesté des signaux forts ou faibles d'expansion internationale. L'objectif est d'optimiser notre visibilité, d'engager des discussions fructueuses, et d'attirer des investisseurs potentiels dans nos filières prioritaires.

Détail sur le P4F :

Evénements	Types d'actions	Partenaires pressentis
Smart City, CleanTech, Economie Circulaire		
Smart City Expo World Novembre, Barcelone	Stand + Prises de parole + Prospection coordonnée	MGP, Descartes Developpement & Innovation, CA Versailles Grand Parc, EFFICACITY, NextMove, Université Gustave Eiffel
ExpoReal Octobre, Munich	Stand + Prises de parole + Prospection coordonnée	MGP, CA Val d'Europe
Hyvolution Février, Paris	Evénement de networking sur stand Région + Prospection coordonnée	Région IDF, CCI 77 (opérateur), ASTech, CA Cergy Pontoise, CA Melun Val de Seine, CEEVO, EPA Paris-Saclay, EPT Paris Terre d'Envol, NextMove, Roissydev, AREC
Change Now Mai, Paris	Stand + Prospection coordonnée + Explorer tour	Intérêt pour une découverte du salon : CA Melun Val de Seine, CA Versailles Grand Parc, Cap Digital, CEEVO, EPA Paris-Saclay, CA GPS, EPT Grand Paris Sud Est Avenir, POLD
Mobilité		
Autonomy Paris Mars, Paris	Prise de parole	Next Move, EPA Paris-Saclay, SQY, Versailles Grand Parc, EPT GOSB, EPT BNDS

Farnborough Air show Juillet, Londres	Prospection coordonnée	AsTech, CEEVO
BioTech, E-Santé		
Bio Europe Spring Mars, Barcelone	Stand + Prise de parole + prospection	Genopole, Kadans, EPA Paris Saclay, CA Paris Saclay, Medicen, PSCC
Medica Novembre, Düsseldorf	Prospection coordonnée	EPA Paris-Saclay, EPT Grand-Orly Seine Bièvre, Essonne Développement, Grand Paris Sud, Medicen, CA Melun Val de Seine, Genopole
BIO US Juin, San Diego	Stand + Prospection coordonnée	Genopole, Paris Saclay Cancer Cluster, Grand Paris Sud, Medicen, Pasteur, Kadans, Biolabs, Novaxia, Essonne Développement, Imagine (IHU maladies génétiques)
CPHI Octobre, Milan	Prospection coordonnée	EPA Paris Saclay, Genopole, Medicen
BioFit Décembre, Lille	Prospection coordonnée	Genopole, Medicen

DeepTech		
Web Summit Lisbonne – Novembre	Prise de parole + Prospection coordonnée	EPA Paris-Saclay
Quantum.Tech Septembre - Londres	Stand + Prospection coordonnée	EPA Paris-Saclay
Big Data & AI Septembre - Paris	Prospection coordonnée	GPSEA, Genopole, CEEVO
Forum InCyber (FIC) Europe Avril - Lille	Prospection coordonnée	CEEVO, présence de CCI IDF (EEN) avec Team France Export
Mobile World Congress Février, Barcelone	Prospection coordonnée	CEEVO, Cap Digital, EPA Paris-Saclay + conférence CCI IDF
Cosmétiques		
In-Cosmetic Global Avril, Paris	Prospection coordonnée	CEEVO, Genopole
Cosmetic 360 Octobre, Paris	Side event Clusters internationaux + Explorer tour + Visibilité + Prospection coordonnée	Région IDF, Cosmetic Valley, Systematic, CA Cergy Pontoise, EPT Boucle Nord de Seine, CA Melun Val de Seine, CEEVO, EPT Paris Terre d'Envol, Genopole, EPT Grand Paris Sud Est Avenir
Industries		
Global Industrie Mars - Villepinte	Prise de parole + Participation à des évènements	CCI 77, Haropa, EPT GOSB, CA Melun Val de Seine, EPA Sénart, CA Grand Paris Sud, CEEVO, CU GPSO, Paris Vallée de la Marne, SEM 77, Essonne Développement, EPT GPSEA, Next Move, Paris Terre d'Envol, Roissy Dev,

		Genopole, EPT BNDS, CA Cergy Pontoise, Plaine commune, Cap Digital.
Vivatech		
Vivatech Juin, Paris	Prise de parole + Participation à des évènements + Visite coordonnée	CA GPS, CA Versailles Grand Parc, Cap digital, CEEVO, Descartes Développement et Innovation, EPT GOSB, Essonne Développement, EPT GPSEA, Innov, Medicen, Paris&Co, EPT Plaine commune, Roissy dev, Saclay (EPA + 3 agglos), EPT BNDS

- Une **présence sur les salons suivants** est déjà confirmée pour l'année 2024 et d'autres pourront s'ajouter selon les opportunités :

Mois	Nom de l'événement	Lieu	Filière	Type d'action	Marchés ciblés
févr-24	Hyvolution	Paris	CleanTech	Stand + Prise de Parole	Europe (Allemagne, Italie, Espagne, Suisse et Belgique) et Royaume-Uni
févr-24	Mobile World Congress	Barcelone	DeepTech	Visite Commerciale	Etats-Unis, Europe (Espagne et Suède), Asie (Inde et Corée du Sud) et Royaume-Uni
mars-24	Autonomy Paris	Paris	Mobilité	Prise de Parole	Europe (Allemagne, Pays-Bas, Belgique, Espagne et Italie) et Royaume-Uni
mars-24	Bio Europe Spring	Barcelone	Bio et Santé	Prise de Parole	Etats-Unis, Europe (Allemagne et Italie), Asie (Japon et Corée du Sud) et Royaume-Uni
mars-24	ChangeNow	Paris	CleanTech	Stand + Prise de Parole	Europe (Allemagne, Italie, Espagne, Belgique et Suède) et Royaume-Uni
mars-24	Forum InCyber (FIC) Europe	Lille	DeepTech	Visite Commerciale	Amérique du Nord (Etats-Unis et Canada) et Royaume-Uni
mars-24	MIPIM	Cannes	Immobilier	Stand + Prise de Parole	Monde
mars-24	Paris Space Week	Paris	Mobilité	Visite Commerciale	Europe (Allemagne, Pays-Bas et Italie) et Royaume-Uni
mars-24	Q2B Paris	Paris	DeepTech	Visite Commerciale	Allemagne et Royaume-Uni
mars-24	SITL	Paris	Mobilité	Visite Commerciale	Europe (Allemagne, Pays-Bas, Belgique, Espagne et Italie) et Royaume-Uni
mai-24	France Quantum	Paris	DeepTech	Prise de Parole	Allemagne et Royaume-Uni
mai-24	Paris Fintech Forum	Paris	Finances	Visite Commerciale	Europe (Allemagne, Pays-Bas et Italie) et Royaume-Uni
mai-24	VivaTech	Paris	DeepTech	Autre	Monde
juin-24	Autonomy Berlin	Berlin	Mobilité	Prise de Parole	Europe (Allemagne, Pays-Bas, Belgique, Espagne et Italie) et Royaume-Uni
juin-24	BIO US	San Diego	Bio et Santé	Stand Salon	Etats-Unis, Europe (Allemagne et Italie), Asie (Japon et Corée du Sud) et Royaume-Uni
juin-24	Micromobility Europe	Amsterdam	Mobilité	Visite Commerciale	Europe (Allemagne, Pays-Bas et Belgique) et Royaume-Uni
juin-24	Mission UK London Tech Week/Innovation Zero/Cleantech Venture Day	Londres	CleanTech	Visite Commerciale	Europe (Allemagne, Italie, Espagne et Suède), Inde et Royaume-Uni
juin-24	Money2020	Amsterdam	Finances	Visite Commerciale	Europe (Allemagne, Suisse et Pays-Bas) et Royaume-Uni
juin-24	Move London	Londres	Mobilité	Visite Commerciale	Etats-Unis, Europe (Suède, Danemark, Pays-Bas), Japon et Royaume-Uni
juil-24	Eurobike	Francfort	Mobilité	Visite Commerciale	Europe (Allemagne, Pays-Bas et Belgique) et Chine

juil-24	Farnborough Airshow	Farnborough	Mobilité	Visite Commerciale	Etats-Unis, Europe (Allemagne et Italie), Asie (Japon et Inde) et Royaume-Uni
sept-24	Autonomy London	Londres	Mobilité	Visite Commerciale	Europe (Allemagne, Pays-Bas, Belgique, Espagne et Italie) et Royaume-Uni
sept-24	Big Data & AI	Paris	DeepTech	Visite Commerciale	Etats-Unis, Allemagne et Royaume-Uni
sept-24	Quantum Business Europe	Paris	DeepTech	Visite Commerciale	Etats-Unis, Allemagne et Royaume-Uni
sept-24	Quantum.tech Europe	Londres	DeepTech	Stand + Prise de Parole	Etats-Unis, Allemagne et Royaume-Uni
oct-24	CPHI	Milan	Bio et Santé	Visite Commerciale	Etats-Unis, Europe (Allemagne et Italie), Asie (Japon et Corée du Sud) et Royaume-Uni
oct-24	EXPOREAL	Munich	Immobilier	Stand + Prise de Parole	Monde
oct-24	French Fintech Week	Paris	Finances	Prise de Parole	Europe (Allemagne, Pays-Bas, Suisse, Espagne et Italie) et Royaume-Uni
nov-24	CoMotion	Los Angeles	Mobilité	Prise de Parole	Amérique du Nord (Etats-Unis et Canada) et Royaume-Uni
nov-24	Medica	Dusseldorf	Bio et Santé	Prospection coordonnée avec partenaire	Etats-Unis, Europe (Allemagne, Italie, Pays-Bas et Suisse), Royaume-Uni et Corée du Sud
nov-24	SmartCity Expo	Barcelone	CleanTech	Stand + Prise de Parole	Europe (Allemagne, Italie, Espagne et Suède) et Royaume-Uni
nov-24	Token2049	Londres	Finances	Visite Commerciale	Etats-Unis, Royaume-Uni, Pays-Bas et Singapour
nov-24	Websummit	Lisbonne	DeepTech	Visite Commerciale	Monde
déc-24	Biofit	Lille	Santé	Visite Commerciale	Europe (Allemagne, Italie, Belgique et Suisse) et Royaume-Uni
déc-24	Fintech Connect	Londres	Finances	Visite Commerciale	Europe (Espagne et Italie), Royaume-Uni et Singapour

En parallèle de la prospection sur les salons, **5 TechMeetings (50 K€)** en présentiel seront menés. Ces évènements permettent une présentation des enjeux des filières en Île-de-France, le partage d'expertises et retours d'expérience d'experts et de leaders d'opinion d'un secteur, la mise en lumière des innovations technologiques d'entreprises étrangères à forte valeur ajoutée, ainsi que la mise en avant des projets des grands groupes et des territoires franciliens. Ils ont pour objectif principal de consolider les sous-filières prioritaires, d'animer et de renforcer l'écosystème local, d'établir des liens entre les entreprises membres de notre gouvernance qui proposent des solutions technologiques de pointe, mais aussi de promouvoir le territoire auprès d'entreprises innovantes étrangères. Des rencontres B2B entre entreprises étrangères et donneurs d'ordre franciliens sont organisées en marge de ces événements. Calendrier 2024 prévisionnel des TechMeetings :

- Urban Mobility (veille de Autonomy) – 19/03
- Deep Tech / AI (lors de la journée innovation JOP organisée par la Région) – 30/04
- Energy Transition (veille de Vivatech) – 21/05
- Digital health et Wellbeing – 17/10
- Fintech (Payments et Cybersecurity) – 26/11

Des actions collectives sont également conduites vers des entreprises internationales implantées en Ile-de-France, sous forme de clubs organisés par Choose Paris Region avec objectifs le réinvestissement ou la fidélisation. Voici les clubs existants sur ce volet :

- **un Club des Organisations internationales** a été créé **avec Paris Ile-de-France Capitale Economique**, avec qui les coûts pour faire vivre le club sont mutualisés. Des évènements et ateliers techniques sont organisés (**10 K€**). L'objet du club est d'améliorer les politiques d'accueil, de rétention et d'accompagnement des organisations internationales constituent un

domaine d'action prometteur pour améliorer l'attractivité de la région Ile-de-France à destination des talents, entreprises et investisseurs internationaux qui recherchent dans les villes-monde des cadres pour s'épanouir et prospérer. Les organisations internationales représentent un enjeu par leur effet de rayonnement et de soft power dans l'élaboration des normes ; l'influence que peuvent en retirer les représentant de l'état hôte et les effets d'apprentissage qu'ils peuvent en retirer ; l'image et le prestige qu'apportent ces structures aux métropoles qui les accueillent et l'effet d'entraînement qu'ont ceux-ci vis-à-vis des talents internationaux et donc des investissements et des entreprises ; leur poids économique direct ; les activités induites, enfin, de l'accueil de ces structures, notamment en termes de congrès, salons, hôtellerie, restauration, etc.

- d'autres clubs sont également actifs (5 K€) : **club des dirigeants de laboratoire d'IA en Ile-de-France, club santé, club Allemagne, club Etats-Unis, club de dirigeants de la finance internationale.**

Un budget complémentaire **(28 K€)** permettra de développer les clubs suivants :

- un **club des Ambassadeurs Paris Region** sera créé en 2024 : il s'agit d'une communauté d'individus influents et engagés, qui joueront un rôle majeur dans la diffusion des messages que nous voulons véhiculer ensemble. L'ambition est de faire de ce club un outil marketing dynamique qui contribuera à la promotion, au développement, et au rayonnement de la région capitale. Pour devenir ambassadeur, il faut aimer le territoire et être prêt à en parler de manière positive, partager les valeurs que nous voulons projeter vers le monde, disposer d'un réseau utile pour les actions d'influence, occuper une fonction importante dans l'une des filières stratégiques ou sur l'une des thématiques clés pour l'agence, et avoir l'envie, le temps et la capacité de partager les messages que nous voulons porter vers nos cibles internationales. Les critères plus précis seront finalisés avant la campagne de recrutement qui sera lancée en 2024. Ce club sera aussi un héritage des JOP 2024 car créé à leur occasion mais ayant vocation à leur survivre.
- Nous réfléchissons aussi à développer un **club "affaires publiques"** à Bruxelles pour cibler notamment des lobbystes de groupes étrangers à Bruxelles, en lien avec l'action déjà menée par IDF Europe l'antenne de la Région Ile-de-France à Bruxelles. L'année 2024 est en effet l'année des élections européennes au-delà d'être l'année des JOP 2024.

L'agence souhaite aussi augmenter son **action d'influence** et prévoit à cette fin de dédier pour la première fois cette année des budgets dédiés importants **(70 k€)** pour **adhérer ou collaborer avec des clubs d'affaires influents.**

Sur le volet tourisme, de nombreuses actions sont engagées vers une cible B2B pur un montant de **754.2 K€** de dépenses et **266,6 K€** de recettes de partenaires publics ou privés : il s'agit de workshops, d'eductours en marge d'évènements ou de salons, vers des tour operators, des agences évènementielles ou réceptives, acheteurs, quelques actions presse également dans les pays concernés. Le détail indicatif de ces actions dans le tableau ci-dessous :

Nom	Pays ou ville de l'évènement	Cible - audience	Dépenses	Recettes	Descriptif
Mission de promotion et workshop MICE&More	Turin - Milan - Verone	Affaires	36 000 €	12 000 €	Organisation d'une tournée de démarchages MICE avec événements pour rencontrer les agences événementielles locales ; poursuite du programme avec la participation à MICE&More qui propose une formule mêlant team-buildings et workshops durant 2 jours.
Workshops	Non défini	Mixte : Loisirs et affaires	36 000 €	12 000 €	Démarchages / Worskhops

China Workshop et post-tour	Paris Region	Loisirs	48 000 €		8ème édition de cet événement professionnel annuel en faveur du marché chinois sur le territoire français. Acheteurs venus de Chine continentale pour la reprise et poursuite de la stratégie de ciblage des chinois venus d'Amérique du Nord, du Canada et d'Europe. Evénement qui mixe soirée d'accueil Paris Region, workshop à l'Intercontinental et eductour.
Workshop	Madrid	Mixte : Loisirs et affaires	48 000 €	24 000 €	Nouvel événement de networking B2B avec les Tour-opérateurs et prescripteurs des marchés portugais et espagnols ; agences réceptives d'Amérique Latine. Organisation dîner avec agences événementielles la veille du workshop
Post-Tour Rendez-vous en France	Paris Region	Loisirs	30 000 €	30 000 €	6ème édition de l'opération Post tour Rendez-vous en France Paris Region qui combine eductour et workshop. En 2024, ciblage de la zone du Moyen-Orient. Présentation du marché ouvert à tous les partenaires de l'offre en amont du workshop. Attente inscription de 37 exposants franciliens sur une base de 25 TO.
Destinations Exchange Europe	Londres	Loisirs	4 200 €		Ce salon (ex "City Fair") est le nouvel événement B2B organisé par l'European Tourism Association (ETOA) sur une durée de 2 jour avec des rendez-vous commerciaux en face à face préprogrammés auxquels s'ajoutent des séances d'échanges thématiques et une soirée networking.
Eductour 150 ans de l'impressionnisme	Paris Region	Loisirs	24 000 €		Accueil à l'occasion des 150 ans de l'impressionnisme (marchés cibles : Asie Japon/ Corée/ Chine + USA + Canada + UK) - 15 pax sur 3/4 jours en partenariat avec le CRT Normandie et Atout France. Promotion du circuit BtoB 150 ans - Valorisation des territoires franciliens.
Eductour et table-ronde mariages	Paris Region	Loisirs	24 000 €	8 640 €	Eductour, table ronde et évènement networking avec thématique mariage (classé en catégorie MICE). L'objectif est de renforcer les liens avec les partenaires wedding du réseau indien les wedding planers et leader presse. Partenaires potentiels de l'opération : sites culturels, lieux événementiels, gift partners, hôteliers ou prestataires pour ce nouveau format d'opération. Budget qui se base sur 7 pax sur 3 jours avec location d'espaces pour la table ronde.
Workshop France + Mission Paris Region	Seoul - Tokyo	Mixte : Loisirs et affaires	60 000 €	42 000 €	Workshop France à Tokyo avec soirée puis workshop à Séoul. Mise en avant du tourisme industriel sur le Japon. Budget qui comprend région hôte sur le workshop Sakidori et mission Paris Region workshop à Séoul avec déplacement.
JOP 2024 / Grands Comptes MICE	Paris Region	Affaires	36 000 €		Partenariat avec Atout France, Viparis, le groupe Accor, Eurostar et Paris Je t'Aime. Programme d'activités pour des acheteurs britanniques et irlandais, agences et clients corporate, générateurs d'événements de plus de 500 participants. L'objectif est de vendre la destination Île-de-France pour l'organisation de leurs événement professionnels
France Excellence Paris Region	Sao Paulo	Mixte : Loisirs et affaires	54 000 €	24 000 €	Workshops et networking sur le marché brésilien.
Showcase Paris Region : workshop, éductour et networking	Paris Region	Loisirs	48 000 €	18 000 €	10ème édition du SHOWCASE PARIS REGION avec l'organisation d'un éductour et d'un événement de networking B²B pour l'accueil d'une délégation de 25 acheteurs brittaniques qualifiés et programmant la destination Île-de-France : Tour-opérateurs internationaux majeurs pour la région capitale et basés à Londres et à Paris.
Paris Region - Asia Pacific online marketplace	Digital	Loisirs	30 000 €	18 000 €	Nouvel événement de networking B²B digital qui permet l'organisation de 12 à 15 rendez-vous pré-programmés avec des acheteurs de la zone Asie-Pacifique sur les marchés suivants : l'Australie, la Chine, Hong Kong, Inde, Indonésie, Japon, Malaisie, Nouvelle Zélande, pakistan, Philippines, Singapour, Corée du Sud, Sri Lanka, Taiwan, Thailande, Vietnam. Il s'agit d'une opération 100% online en partenariat avec l'ETOA qui comprend une mise à disposition d'une plateforme de rendez-vous et recrutement avec qualification des acheteurs. 20 professionnels franciliens en prévisionnel.
Workshop Eductour Paris Region	Paris Region	Mixte : Loisirs et affaires	48 000 €	18 000 €	A la suite de la tournée Paris Region à Copenhague, Stockholm et Oslo, organisation de l'accueil de 20 professionnels scandinaves à Paris Region pour un éductour et un workshop inversé.
VIP Dinner Paris Region	Londres	Loisirs	12 000 €		2nd édition du dîner VIP regroupant Tour-opérateurs internationaux et partenaires franciliens participant au Global European Marketplace (GEM) organisé par l'ETOA à Londres. Le GEM regroupe 800 professionnels internationaux spécialistes du tourisme européen, fournisseurs,

					destinations, agences et tour-opérateurs lors de rencontres pré-programmées.
DUCO Travel Summit France	Paris Region	Affaires	48 000 €		Événement de networking B²B dédié à l'offre de l'hôtellerie haut de gamme qui se déroule à Paris. 3 sessions sont prévues avec des rendez-vous pré-programmés entre hôteliers et acheteurs pour grands comptes individuels.
IBTM WORLD / Pré et post tours	Barcelone	Affaires	24 000 €		Le salon IBTM World est l'un des plus grands salons internationaux de l'industrie MICE en Europe. Organisé à Barcelone par REED Exhibitions, il rassemble les décideurs et organisateurs d´événements (Agences MICE et Corporate, Entreprises, Associations). 3 jours de rendez-vous préprogrammés avec des Hosted Buyers internationaux via un agenda online
Roadshow Explore France	Pekin - Shanghai - Hong Kong	Loisirs	66 000 €		Nouvelle édition du roadshow Explore France d'Atout France. Extension en 2024 sur Hong Kong, clientèle très haut de gamme, qui représente une part importante des arrivées.
Workshop Paris Region - Destination MICE	Paris Region	Affaires	48 000 €	30 000 €	Workshop pour la promotion de l'offre MICE des territoires et professionnels de la destination Pars region. 30 exposants et 150 acheteurs et prescripteurs MICE, sociétés et agences événementielles
Paris Region - North America online marketplace	Digital	Loisirs	30 000 €	30 000 €	3ème édition du workshop digital qui réunit 45 à 50 acheteurs US, canadiens et mexicains avec 25 professionnels de l'offre francilienne. Opération 100% online en partenariat avec l'ETOA avec mise à disposition plateforme de rendez-vous et recrutement avec qualification des acheteurs

2.4. Développer la notoriété et l'influence d'un territoire dynamique, innovant et durable

Après l'intégration de la Commission du Film d'Ile-de-France en 2019 puis du Comité Régional du Tourisme en 2023, Choose Paris Region a dorénavant l'ambition **d'offrir une expérience à 360 degrés** du territoire auprès de ses cibles.

En 2024, nous devrons redéfinir puis animer la marque Paris Region au sein de notre écosystème et auprès de toutes nos audiences. Cette marque devra se décliner sur l'ensemble de nos outils et canaux de communication pour incarner un territoire qui donne envie de s'y projeter et porter des valeurs que nous souhaitons véhiculer. Il s'agit à la fois d'enrichir les messages que nous adressons à nos audiences et d'augmenter l'impact de notre communication à travers la cohérence du message à destination de chacune des cibles. L'objectif est donc de **renforcer la visibilité de l'offre régionale face à des offres intégrées et à des marques très visibles d'autres grandes métropoles mondiales** comme Londres, Amsterdam ou Singapour.

La marque devra être cohérente avec les valeurs, et notamment les valeurs de responsabilité et d'ambition : il s'agit de **déployer un discours de marque qui ne soit pas dans l'autosatisfaction, mais exigeant, basé sur une vision ambitieuse de l'avenir plutôt que sur une valorisation excessive et peu convaincante**. La marque de fabrique de l'agence doit aussi être **d'apporter des solutions à ses cibles** et d'être donc dans un discours qui apporte des solutions. Il sera essentiel de faire de la pédagogie sur le « comment » et pas seulement sur la valorisation de nos atouts. Par exemple, expliquer comment se rendre sur des sites touristiques, apporter des solutions clés en main à des investisseurs, plutôt que de seulement vanter nos atouts. Cela nécessitera une articulation forte avec les acteurs qui disposent de ces informations ; dans le domaine du tourisme par exemple, la coopération avec les offices du tourisme sera cruciale. Dans cet esprit, l'agence développera des **supports pratiques** pour permettre un accompagnement optimal de ses cibles et veillera à ce que **toute communication s'appuie systématiquement sur une information de qualité.**

Cet objectif de construire et porter un discours global, ambitieux et convaincant est accompagné du budget suivant : production de contenu éditorial et digital (135K€), réalisation de campagnes médias, animation des réseaux sociaux (160 K€), actions de relations presse France et internationales (110 K€).

Des accueils presse sont également prévus (82 K€) dans le cadre des actions d'influence. Dans le cadre des JOP24, des parcours touristiques complets autour des sites emblématiques des JOP et des incontournables de la destination sont organisés pour une vingtaine de journalistes du monde entier en partenariat avec Atout France et Paris Je t'aime.

Sur le tourisme :

- Une communication inspirationnelle doit permettre de surprendre en proposant des activités innovantes. L'étendue géographique de notre destination doit permettre de nous positionner sur le tourisme patrimonial, environnemental, gastronomique, sur le tourisme de l'art de vivre à la française, l'offre nature, le tourisme fluvial, le tourisme sportif, la convivialité ou la créativité, en ligne avec les axes voulus par les Schémas régionaux ;
- L'agence est signataire d'une convention cadre avec Atout France également signée par d'autres régions (Explore France dans le cadre des crédits de Plan Destination France), et d'une autre convention avec Atout France et Paris je t'aime qui permettent de coordonner la communication vers les visiteurs sur les différents marchés. Ces conventions permettent de choisir de participer à des campagnes de communication et d'actions marketing dans le cadre des budgets spécifiques alloués par les crédits Plan Destination France pour renforcer les actions de communication en France et à l'international sur les marchés prioritaires définis. Pour Explore France 2024, le Plan de promotion repose sur le principe d'un co-financement entre Atout France, Choose Paris Region et des partenaires privés à définir en fonction des opérations. Pour la seconde convention de partenariat avec Atout France et Paris je t'aime, le principe repose sur un co-financement de 50% par Atout France, 25% par Choose Paris Region et 25% par Paris je t'aime, et possibilité d'apport de partenaires privés qui viendrait en complément afin de renforcer les opérations du Plan de promotion.
- Les 150 ans de l'impressionnisme permettront de positionner le territoire sur le tourisme culturel intersites en proposant de découvrir l'ensemble du territoire d'Île-de-France et les inciter à une découverte de nouveaux territoires insuffisamment desservis aujourd'hui par le tourisme. Une opération avec une expérience immersive inédite aura lieu dans une grande institution culturelle telle que le musée d'Orsay du 26 mars au 11 août 2024. L'agence assurera la co-construction du post-show de 8 minutes valorisant l'héritage impressionniste sur les territoires francilien et normand. Cette opération assure une diffusion en France et à l'international pendant *a minima* 5 ans.

Détail des recettes et dépenses dans le cadre des 150 ans de l'impressionnisme :

Dépenses		Recettes	
Gedeon exposition immersive	225 000 €	Subvention Etat dans le cadre du CPIER	219 500 €
Plan promo et marketing France et international (campagnes marketing, partenariats MK2, SNCF connect, Arte…)	140 000 €	Subvention Région Ile de France	62 500 €
Animations RS We like travel 2024	27 000 €		
Réalisation d'un Eductour	24 000 €		
Site internet et kit de communication Voyages impressionnistes 2024	22 000 €		
Achats media	22 000 €		
Projet études	18 000 €		
	460 000 €		**282 000 €**

Un projet est en cours de négociation : il s'agit d'un **film de bienvenue qui serait réalisé et diffusé à tous les passagers long courrier à l'atterrissage à Paris (CDG et Orly) sur les vols Air France entre les mois d'avril et d'octobre 2023**, autour des JOP 2024. Ce projet a pour objectif l'amélioration de l'accueil à Paris et l'influence de la marque Paris Region. La vidéo de 45 secondes serait lancée sur la phase d'arrivée aux aéroports parisiens Roissy CDG et Paris Orly sur tous les écrans et avec le son diffusé dans les hauts parleurs de la cabine, à l'attention des passages installés dans toutes les classes : La Première, Business, Premium Economy et Economy. **530 K€** sont inscrits au budget.

Sur le volet du tourisme :

- Une **action vers les Groupes (60 K€)** est engagée, coconstruite avec les territoires : il s'agit de faire connaître l'offre touristique auprès des voyagistes en groupe. Cette action inclut l'animation sur le portail professionnel https://pro.visitparisregion.com/ de la rubrique Destination groupes, des newsletters, des magazines, l'animation d'un Comité Autocaristes, et l'animation avec les territoires.
- Une enveloppe conséquente est allouée à destination de la **promotion touristique (482 K€** de dépenses, **96 K€** de recettes), parmi ces actions plusieurs opérations de promotion, essentiellement de la présence sur des salons, et de la production de contenu marketing et de la communication. Le détail à titre indicatif des actions prévues à date est listé ci-dessous. Plusieurs actions sont présentées à des partenaires franciliens qui cofinancent les actions d'où la colonne « recettes » du tableau :

Nom	Pays ou ville de l'évènement	Cible - audience	Dépenses	Recettes	Descriptif
Play Golf in France	Paris Region	Loisirs	12 000 €		Portail de présentation des destinations golfiques dont Paris Region. Le budget est consacré à l'animation du site web, l'adhésion au GIE et animation des partenaires franciliens au sein du GIE (79 golfs en IDF/ 10 golfs franciliens adhérents + UGOLF + Résonance Golf Collection), une opération de promotion avec le GIE sur un des salons incontournables de la profession, pour une clientèle Haut de Gamme. En 2024, salon IEC Malaga 13/14 mai 2024 ou reconduction IGTM
Destinations Nature	Paris Region	Loisirs	90 000 €	42 000 €	L'action sur le salon Destinations Nature permet de promouvoir les territoires franciliens, avec notamment la mise en avant de leurs offres « nature et randonnées » (Iles de loisirs, Parcs naturels régionaux – PNR) et services (transports pour y accéder) auprès d'une clientèle de proximité. L'agence les accompagne sur ce salon. Le développement des activités de randonnée sous toutes ses formes (pédestre, vélo, équestre…) est en effet un enjeu pour les loisirs des Franciliens ; elles participent à l'amélioration de leur cadre de vie, participent à rendre plus riche l'offre de la destination et contribuent à d'allongement de la durée de séjour des visiteurs. Destinations Nature est le salon leader en France des rendez-vous « outdoor » et activités de plein air ; il a pour vocation de présenter l'offre française et francilienne

					mais également internationale, sous toutes ses formes : tourisme de loisirs, alternatifs, du naturel à l'insolite et du sport au bien-être.
Salon Rendez-vous en France	Toulouse	Loisirs	75 600 €		Dans l'esprit des actions menés à destination des investisseurs étrangers, la cohésion des efforts et l'exploitation des synergies pour accroître notre impact sont essentiels pour mener à bien nos objectifs. Dans cet optique, nous fédèrerons en 2024 une délégation de 100 professionnels franciliens lors des Rendez-vous en France. Le budget comprend le schéma de financement de chaque région française au sein du stand France, la prise en charge des territoires Ile-de-France sur un stand partagé, le stand commun avec Paris je t'aime. Ce salon est le premier salon professionnel international de l'offre touristique française en France. Son objectif est de permettre à l'ensemble de l'offre touristique française de rencontrer près de 900 prescripteurs internationaux lors de rendez-vous préprogrammés sur 2 jours. Ces rendez-vous d'affaires sont l'opportunité pour les participants d'établir de nouveaux contacts, de consolider les relations avec les clients, d'améliorer la visibilité de l'offre touristique francilienne et ainsi d'accroître les ventes. L'objectif pour l'agence est de soutenir et d'accompagner les professionnels franciliens pour promouvoir ensemble la destination comme la meilleure destination au monde : faire progresser la durée de séjour, faire de la destination une référence en matière de durabilité ; mettre en avant les produits des partenaires de tout le territoire : gestion des flux, valorisation des produits innovants, durables, inclusifs et responsables ; fidéliser les acheteurs de la destination ; et acquérir de nouveaux prospects.
Marhaba France	Abu Dhabi	Mixte : Loisirs et affaires	48 000 €		Nouvelle édition de l'opération incontournable du Moyen-Orient. Ce salon sur 2 jours permet de rencontrer plus d'une centaine de tour-opérateurs et agents de voyage clés de la région : Arabie Saoudite, Bahreïn, Egypte, Emirats Arabes Unis, Jordanie, Koweït, Liban, Oman, Qatar, à l'occasion de l'ouverture de ligne directe Paris - Abu Dabi par Air France.
IMEX Francfort / Pré et Post Tours	Francfort	AFFAIRES	24 000 €		IMEX est l'un des deux salons MICE majeurs dédiés aux organisateurs d'événements (réunions, congrès, conventions, événements et voyages d'incentive). Stand Paris
Forum des loisirs culturels franciliens	Paris Region	Mixte : Loisirs et affaires	42 000 €	42 000 €	Rendez-vous B2B traditionnel de présentation de la programmation de l'offre culturelle francilienne de l'année à venir pour les associations, comités d'entreprises et agences réceptives et événementielles de Paris et sa région. Le Forum des Loisirs Culturels Franciliens est désormais la vitrine commerciale incontournable pour développer sa billetterie auprès des 500 prescripteurs franciliens présents chaque année
IMEX America / Mexico city - *Colombie en option*	Las Vegas - Mexico City - *Colombie (en option)*	Affaires	48 000 €	12 000 €	11ème édition du salon leader et incontournable de l'industrie des rencontres professionnelles MICE aux Etats-Unis qui aura lieu pour la seconde fois au Mandala Bay. De nombreux rendez-vous programmés avec des acheteurs nord-américains mais aussi internationaux de l'industrie des voyages incentive. L'espace France est organisé par Atout France avec en moyenne une vingtaine d'exposants présents dont 90% sont franciliens.
Global European Marketplace	Londres	Loisirs	4 200 €		Le GEM est un événement de networking B²B inversé exclusivement réservé aux membres de l'ETOA, entre 600 et 800 participants sont attendus. Des rencontres préprogrammées en face à face d'une durée de 10 à 12 mn avec un agenda personnalisé tout au long de la journée.
World Travel Market	Londres	Loisirs	78 000 €		Une présence sur le salon World Travel Market à Londres (WTM, rendez-vous mondial de l'offre réceptive et des acheteurs des tour-opérateurs britanniques et internationaux) afin de soutenir et accompagner les professionnels franciliens pour promouvoir la destination, fidéliser les acheteurs de la destination et acquérir de nouveaux prospects. Zone Ile-de-France avec exposants franciliens sur la zone France. Le salon WTM est un événement international majeur pour le secteur du tourisme et le point de rendez-vous de toute l'industrie. Les objectifs sont les suivants : assurer la visibilité de la destination, fédérer les professionnels franciliens, entretenir les relations avec les tour-opérateurs, rencontrer de nouveaux clients et prospects, et positionner l'agence comme un centre de solutions.
International Luxury Travel Market (ILTM)	Cannes	Loisirs	24 000 €		Principal événement pour l'industrie business-to-business du voyage de luxe. Organisé à Cannes par Reed, il a rassemblé 1800 acheteurs Loisirs FIT principalement en 2022 venus de 77 pays. Rencontres des prescripteurs très haut de gamme sur un principe de rendez-vous préprogrammés pendant 3 jours. Stand partagé avec Paris je t'aime et visibilité Paris Region - 25 exposants franciliens

Dans le cadre des **activités « Invest »** :

- l'agence aura une prise de parole en plénière pour la première fois sur la **Conférence de Montréal** (10-12 juin 2024) organisé par le Forum économique international des Amériques (FEIA), dans le cadre d'un partenariat global signé en 2023 dans le cadre de la participation à la Conférence de Paris.
- Une reconduction de la participation à la **Conférence de Paris** (novembre 2024) est également prévue (**60 K€**) ; l'opération a rendu de bons résultats en 2023 pour une première participation avec une bonne visibilité et 10 projets stratégiques sourcés dans le domaine de la santé, du recyclage et de l'économie circulaire, de l'énergie, de la finance, et des contacts de qualité avec des décideurs et prescripteurs européens et nord-américains.
- L'agence participera au salon **Investment Management Exhibition Francfort (IMEX**, Francfort, octobre 2024, **24 K€**) pour la seconde année consécutive.
- La participation au **MIPIM (1,9 M€)** sera poursuivie. Cette action à destination des investisseurs financiers et immobiliers ; comme chaque année le salon se tiendra à Cannes du 12 au 15 mars 2024 ; il s'agit de l'événement international incontournable qui rassemble les acteurs internationaux de l'immobilier et de la ville. Pour la seconde année consécutive, Choose Paris Region est producteur et opérateur à part entière du pavillon du Grand Paris et supporte en amont l'ensemble des risques financiers relatifs à la présence francilienne. L'agence pilote la présence de l'écosystème de la région francilienne sous la bannière Grand Paris. Pour cette nouvelle édition, le pavillon rassemblera 23 partenaires (co-exposants et partenaires affiliés) dans le même dispositif que pour le MIPIM 2023, sous un pavillon extérieur de 1 200 m². La Région parisienne, avec ses 12,3 millions d'habitants, est un marché clé pour l'immobilier de bureau, la construction et les projets résidentiels. Portée par des politiques locales robustes, la région francilienne développe des programmes ambitieux visant à créer de nouveaux pôles impactant répondant aux besoins du secteur économique et des résidents d'aujourd'hui et de demain. Par ailleurs, les Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024 vont laisser un héritage essentiel sur le territoire pour revitaliser le paysage social, urbain et les infrastructures régionales, malgré le contexte complexe. Les enjeux cette année sont les suivants :
    - accompagner et montrer l'action régionale sur le marché de l'immobilier et l'aménagement du territoire : sites industriels clé en main, transformation du portefeuille tertiaire, création de logements, gestion des ressources énergétiques, ville du bien-être et solidaire ;
    - croiser la vision et le leadership de la région francilienne avec d'autres grandes régions européennes ;
    - positionner au niveau international les atouts franciliens : écosystème innovant, des promoteurs et des acteurs investis pour réussir la décarbonisation de ce secteur responsable de 70 % des émissions de carbone ;
    - sourcer des projets d'investissements pour nos grandes opérations urbaines et notamment sur la problématique des besoins d'investissement en infrastructures mentionnée plus haut.
- D'un point de vue financier cette opération est budgétée à l'équilibre. Le budget 2024 s'élève à 1,856 M€ qui se décomposent de la façon suivante :

Dépenses		Recettes	
Achats des m² (RX Global)	931 000 €	Refacturation exposants	1 856 000 €
Réalisation du Stand (stands, écrans, bâche)	475 000 €		
SEMEC	90 000 €		
Communication (dont vidéos, animation conférences, studio TV)	225 000 €		
Autres dépenses (hôtesses, traiteurs, transport)	135 000 €		

Sur la filière de la production audiovisuelle, comme sur le volet des investissements étrangers et des investisseurs financiers et immobiliers, l'enjeu est d'opérer une stratégie d'influence unifiée et de développer la notoriété de l'Ile-de-France face à nos concurrents européens que représentent Londres et Berlin en termes de production d'images.

- Film Paris Region sera partenaire de l'évènement Shoot the Book en mai 2024 durant le marché international du festival de Cannes. Coorganisé avec L'Institut Français et la SCELF, Shoot the Book permet de mettre en relation environ 20 éditeurs français et 200 producteurs internationaux dans une optique de développer les adaptations d'œuvres se déroulant sur notre territoire
- Film Paris Region sera présent au Marché international du Festival de Cannes en mai 2024. Ce marché reste le premier marché international au monde dans le domaine de la filière Image et permettra de promouvoir l'Ile-de-France auprès des productions français et internationaux à travers un pavillon Paris Region et l'organisation d'évènements quotidiens à destination des professionnels français et internationaux.
- Film Paris Region est membre de l'*Association of Film Commissioners International* et se rendra en juin 2024 à l'AFCI Week à Los Angeles pour rencontrer les plateformes américaines de contenus ainsi que les majors américaines.
- Film Paris Region représentera l'Ile-de-France lors du salon Focus à Londres en décembre 2024.

Budget 2024 - évènement	Dépense	Recette
CANNES*	43 000 €	
MIFA*	26 000 €	7 800 €
AFCI*	10 000 €	
Total général	**79 000€**	**7 800 €**

3. Des subventions en diminution et des ressources propres qui ne dégagent pas de marge

La principale source de financement de l'agence se compose des subventions publiques et des contributions des membres fondateurs. Une nouvelle convention d'objectifs et de moyens 2024 – 2026 est en cours de finalisation et sera signée avec la Région Ile-de-France en janvier 2024, cette nouvelle convention permet d'intégrer l'ensemble des missions et objectifs de l'agence autour de ces 4 missions et piliers.

Au-delà des subventions publiques, le financement de l'agence se compose également de ressources propres au travers notamment des recettes relatives à l'organisation collective d'évènements avec ses partenaires territoriaux ou privés.

3.1. Subvention de la Région Ile-de-France [83%]

La subvention de fonctionnement portée par la Région Ile-de-France représente la source de financement la plus importante, soit 19,8 M€ soit 83% des ressources, et se décompose en :

- des subventions de fonctionnement relatives aux activités Invest, Visit et Film [78%]*

La subvention de fonctionnement relative aux activités Invest et Visit est mutualisée et s'élève à 17 944 K€ en 2024 vs 18 744 K€ en 2023 (cumul des 2 subventions 2023 avant fusion) soit une diminution de 4,3%.

La subvention de fonctionnement relative à l'activité Film est stable depuis 2019 et s'élève à 728 K€.

- des subventions projets liés aux volontaires du tourisme, aux grands évènements sportifs et au dispositif Impressionnisme [5%]

Le versement de ces subventions s'effectue sur présentation des actions réalisées et d'un état récapitulatif des dépenses engagées et payées.

Par délibération CP n° 2022-460 du 10 novembre 2022, la Région Île-de-France a décidé de soutenir Choose Paris Region pour la mise en œuvre d'un programme d'action pour la promotion des Jeux Olympiques de Paris 2024 et la Coupe du monde de rugby 2023 à l'attention des acteurs économiques internationaux, par l'attribution d'une subvention de 857,5 K€ pour participer au financement du projet détaillé dans la « fiche projet » annexée à la présente convention. Une première partie de la subvention [379 K€] a permis de financer les actions menées pendant la coupe de monde de rugby 2023 à hauteur de 327 K€ et les premiers engagements pris au titre des JOP 24 à hauteur de 52 K€. Le solde de la subvention permettant de financer une partie des actions 2024 pour les Jeux Olympiques et Paralympiques est comptabilisé sur le budget 2024 à hauteur de 478K€. Des dépenses complémentaires ainsi que le temps homme associé à ces actions sont prises en charge sur le budget de l'agence.

Une subvention spécifique est accordée chaque année par la Région Ile-de-France pour le financement de l'opération « Volontaires du tourisme », son niveau est budgété à hauteur de 650 K€ en 2024. Ce niveau de financement correspond, au regard des enveloppes budgétaires relatives au recrutement et aux indemnisations de stages, à 350 volontaires du tourisme. Afin de fluidifier les relations avec les partenaires, sites touristiques souhaitant faire appel à ce dispositif, une convention-cadre est mise en place. Cette convention permet de formaliser un partenariat entre Choose paris Region et chacun des sites touristiques pouvant inclure d'autres formes de coopérations : participation à des évènements…etc. Des conventions d'application pourront être déclinées pour chaque opération.

Par délibération CP n° 2023-211 du 05 juillet 2023, et au titre du dispositif « Fonds pour le tourisme Fonctionnement », la région Île-de-France a décidé de soutenir Choose Paris Region pour la réalisation des 150 ans Impressionnisme à hauteur de 25% des dépenses réalisées, soit un montant de 62,5 K€ en 2024.

3.2. Subvention de la Métropole du Grand Paris [2%]

En 2024, La Métropole du Grand Paris maintient son engagement auprès de l'agence à hauteur de 500 K€ annuel conformément à la convention de partenariat en vigueur, structurée autour de 2 axes :

- marketing et communication à l'international ;
- mobilisation des élus du territoire métropolitain et attractivité d'acteurs économiques internationaux qui contribuent à la transition vers la ville durable.

Dans le cadre de l'élargissement des missions de l'agence, des réflexions sont engagées fin 2023 pour étendre le partenariat dans le secteur touristique, notamment en matière de valorisation d'une offre touristique alternative et écoresponsable. Des premières discussions ont eu lieu autour de « La métropolitaine », manifestation internationale d'art contemporain, dont la première édition est organisée par la MGP à l'occasion des JOP et permettrait de valoriser cette offre culturelle alternative sur les territoires qui sont moins servis par les JOP auprès des touristes français et internationaux ou auprès des décideurs économiques et politiques internationaux côté Invest, notamment à l'occasion de Vivatech et bien sûr durant la période des JOP où l'agence accueille des délégations internationales.

3.3. Convention de partenariat avec la CCI Paris Ile-de-France

Un avenant à la convention de partenariat 2022-2024 est en cours de signature et comporte trois dispositions suivantes, sans impact sur la contribution globale de la CCI Paris Ile-de-France :

- la subvention en nature sous forme de mise à disposition d'un collaborateur de la CCIR, en charge des relations avec les prescripteurs internationaux, à titre gratuit est supprimée et remplacée par une refacturation d'un montant de 88 K€ ;
- le montant de la subvention pour 2024 est donc réévaluée à 188 k€ (contre 100 K€ en 2023) ;
- un article 5 relatif à une clause « probité et anti-corruption » est ajouté.

Enfin, la fermeture du bureau de représentation en Chine n'interviendra qu'au 1er trimestre 2024 après la réalisation de l'ensemble des formalités administratives. Les dépenses de personnel relatives au solde de tout compte de la Déléguée générale du bureau de représentation seront partagées à part égale avec la CCI Paris Ile-de-France (120 K€ pour l'agence).

3.4. Des ressources propres qui reflètent les actions collectives territoriales [10%]

Les ressources propres représentent 14% des recettes totales et se composent majoritairement des financements dans le cadre de participation aux évènements sur l'attractivité des entreprises internationales et des actions de promotion touristique (2,5 M€), et des cotisations des membres (100 K€).

Par ailleurs, des discussions doivent avoir lieu avec les Centres d'accueil du tourisme sur les prestations effectuées par l'agence pour leur compte : principalement des dépenses liées à des activités sites web et e-commerce, etc. ; 300 K€ sont prévus au budget à ce stade.

3.5. Tableau de synthèse des ressources par typologie

	Engagement_2024	% Engagement_2024
Subvention Région Ile-de-France	**19 863 138**	**82,8%**
Subvention de fonctionnement	18 672 000	77,8%
Subvention Projet Volontaires du Tourisme	650 000	2,7%
Subvention Projet JOP24	478 638	2,0%
Subvention Projet Impressionisme	62 500	0,3%
Autres subventions publiques	**791 500**	**3,3%**
Métropole du Grand Paris	500 000	2,1%
Subvention Projet Impressionisme	219 500	0,9%
Production Forum	47 000	0,2%
Subvention DRAC	25 000	0,1%
Cotisations	**200 000**	**0,8%**
Cotisations des membres	100 000	0,4%
CCI Paris Ile-de-France	100 000	0,4%
Salons et Evènements	**2 448 689**	**10,2%**
MIPIM*	1 855 949	7,7%
PROMOTION	362 640	1,5%
Production Forum	167 700	0,7%
Autres évènements	54 600	0,2%
MIFA*	7 800	0,0%
Autres produits	**528 000**	**2,2%**
Centres d'accueil régionaux du tourisme (CaRT)	300 000	1,3%
CCI Paris Ile-de-France	208 000	0,9%
Autres évènements	20 000	0,1%
Reprises sur Amortissement et provisions	**155 000**	**0,6%**
Produits non budgétaires	155 000	0,6%
Total général	**23 986 327**	**100,0%**

4. Les dépenses du budget 2024 par grandes enveloppes

4.1. Contexte et cadre budgétaire

Depuis 2019, Choose Paris Region a mené une action forte de maîtrise des dépenses fixes qui s'est poursuivi en 2023 par le déménagement des équipes dans les locaux du Conseil Régional à Saint Ouen. Bien que **les dépenses de structure ne représentent que 5% des dépenses de l'agence en 2024**, la reprise des engagements du Comité Régional du Tourisme dont les conditions et échéances ne permettent pas pour une grande partie une résiliation anticipée nécessitent la mise en œuvre d'une programmation achats offensive afin de mutualiser les dépenses notamment digitales (maintenance des outils digitaux, refonte des site web, mutualisation des CRM etc.). Afin de parvenir à horizon 2025 – 2026 à une réduction des coûts, **des investissements pour déployer une stratégie digitale seront nécessaires en 2024,** intégrant des investissements liés à la mise en œuvre d'un dispositif de cybersécurité afin de garantir la sécurité de nos systèmes d'informations : une première enveloppe minimale de 190 K€ est budgétée sur 2024.

Le budget est ventilé selon **4 enveloppes budgétaires : Fonctionnement, Actions, Investissement, Personnel** auxquelles s'ajoutent, dans un objectif de compte de résultat prévisionnel, les estimations des opérations comptables de fin d'année.

4.2. Personnel : le premier actif de l'agence avec 52 % des ressources et un accord d'anticipation qui crée un climat social serein et permet des synergies immédiates

Au 31 décembre 2023, l'effectif de l'agence est de **130 collaborateurs** et se répartit comme suit :

- 116 contrats à durée indéterminée ;
- 11 contrats d'alternance ;
- 2 contrats à durée déterminée ;
- 1 collaborateur mis à disposition par la CCI Paris Ile-de-France.

Les deux contrats à durée déterminée correspondent aux deux postes suivants :

- un poste de Chargé(e) de mission partenariats territoriaux ouvert dans le cadre d'un projet de thèse CIFRE en partenariat avec la Chaire de l'université Aix Marseille et financé en partie par l'ANRT ;
- un poste de chargé de relations presse, communication et marketing en surcroît d'activité, compte tenu du déroulement des grands évènements sportifs en Ile-de-France (Coupe du Monde de Rugby 2023 et JOP 2024), et des actions Marketing et Communication menées par l'agence autour de ces évènements.

L'agence poursuit sa politique de recrutement d'apprentis et stagiaires au-delà du minimum imposé par la convention d'objectifs et de Moyens signée avec la Région Ile-de-France avec une moyenne de 10 apprentis par an.

L'accord d'anticipation signé fin juin 2023 par les organisations syndicales des deux structures a permis de créer une unité post-fusion et de fonctionner dès juillet comme une organisation unique. Les prévisions budgétaires 2024 tiennent compte des décisions prises :

- application de la convention SYNTEC au regard des postes et fonctions et versement d'une prime vacances équivalent à 10% de l'indemnité des congés payés.
- reprise des primes d'ancienneté et de fin d'année des salariés du CRT ;
- passage au statut cadre, dans le cadre de la classification SYNTEC, compensé par une augmentation de 0,5% du salaire brut ;
- passage au forfait jours des salariés disposant auparavant d'un forfait en heures compensé par une augmentation de 1% du salaire brut ;

- prise en charge à 100% de l'abonnement de transport Île-de-France et prise en charge à 50% de l'abonnement de transport hors Île-de-France ;
- suppression du Plan Epargne Retraite existant au CRT à compter du 1er janvier 2024 ;
- application des contrats Santé (Mutuelle et Prévoyance) de Choose Paris Region à compter du 1er janvier 2024.

Ces décisions ont permis d'harmoniser les cycles de travail des collaborateurs, de ne pas maintenir des systèmes de travail hétérogènes (forfait heure, système de badge, etc.) dans un objectif de simplifier les systèmes de gestion et de faciliter le travail collaboratif.

En revanche, les contraintes budgétaires ont conduit à présenter une enveloppe de personnel à périmètre constant.

En termes comptables, l'enveloppe de personnel comprend également les dépenses d'œuvres sociales : versement au Comité social et économique, dépenses relatives à la médecine du travail, dépenses de formation. S'ajoutent également des prévisions comptables relatives aux provisions sociales pour congés payés et indemnités de fin de carrière.

Dans cette première année post-fusion, où deux cultures d'entreprises se rencontrent, il est fondamental de créer une culture commune. L'enveloppe budgétée doit permettre de réaliser un ensemble de formations dédiées à construire le collectif autour de pratiques communes :
- valeurs et pratiques de management,
- gestion de projets transverse,
- bonnes pratiques du télétravail et du flex-office,
- usage des outils digitaux collaboratifs,
- autonomie de travail (pour les personnes passées au statut cadre)

Engagement_2024	
Enveloppe budgétaire	**Dépense**
Masse Salariale	11 820 000,00
Formation	150 000,00
Œuvres Sociales	112 000,00
Provisions sociales	380 000,00
Total général	**12 462 000,00**

4.3. Des dépenses de structure dont le travail de mutualisation et de suppression des « doublons » est déjà bien engagé

Les dépenses de structure 2024 représentent 1,2 M€ soit seulement 5% des dépenses totales. Cela été possible grâce aux gains d'achats et aux économies réalisés ces 3 dernières années par Choose Paris Region, à la mutualisation rapide des différentes dépenses fixes des deux structures (résiliation des contrats d'assurance en sélectionnant les contrats ayant le meilleur ratio garanties/coût, mutualisation des systèmes de gestion comptable et RH, etc.), et au déménagement dans les locaux du Conseil Régional.

Elles se composent majoritairement de dépenses relatives aux systèmes d'information pour 63% (maintenance, hébergement, sécurité) et des prestations obligatoires pour 27% (expert-comptable, commissaires aux comptes, prestations de paie, conseils juridiques, assurances).

4.4. Une optimisation des engagements « numériques » nécessaires pour dégager un budget alloué à la cybersécurité et investir dans des outils digitaux innovants au service de l'expérience clients

Comme énoncé ci-dessus, les dépenses fixes relatives à la maintenance et à l'hébergement des systèmes d'informations et notamment des sites webs et des CRM multiples représentent 2/3 des dépenses de fonctionnement. Compte tenu de la reprise des engagements en cours, du temps nécessaire pour mener la mutualisation des outils et la reprise des données, et de la nécessité de recourir à un marché public, certains engagements constituent sur 2024 des dépenses « doubles ».

Typologie Fonctionnement	ex Choose Paris Region	Ex Comité Régional du Tourisme	Total général
Site Web	39 050,00	175 200,00	214 250,00
Sécurité	145 220,00		145 220,00
CRM	65 000,00	53 000,00	118 000,00
Licences Finances, Achats, RH	78 450,00	10 000,00	88 450,00
Téléphonie	65 000,00	10 000,00	75 000,00
Outils collaboratifs	44 280,00		44 280,00
Photothèque		35 000,00	35 000,00
Petits matériels	8 000,00		8 000,00
Copieurs	1 500,00		1 500,00
Total général	**446 500,00**	**283 200,00**	**729 700,00**

Au-delà des réflexions en cours relatives à la stratégie de marque qui auront un impact sur l'**architecture des Site Web et des réseaux sociaux** de l'agence, un travail de fond pour réduire les coûts relatifs à leur maintenance doit être mené. En effet, la maintenance des sites Choose Paris Region et Film Paris Region tient compte de tickets Support (**21 K€**) tandis que la maintenance du site Visit Paris Region est forfaitaire (**139 K€**).

Concernant les outils de gestion des relations clients (CRM), Choose Paris Region dispose de licences Microsoft Dynamics acquises via l'UGAP et dont les coûts tiennent compte du statut associatif de l'agence permettent à budget limité d'associer nos partenaires à la gestion des projets d'implantations (**45 K€ pour 146 licences dont 36 partenaires**). En comparaison, les licences Salesforce (CRM Visit Paris Region) dont le marché se termine en octobre 2024 et dont les coûts apparaissent comme moins compétitifs (**53 K€ pour 30 licences**) ne sera pas conservé et un projet de reprise des données est déjà engagé fin 2023.

En matière de cybersécurité, le budget 2024 tient compte d'une première enveloppe de **100 K€** afin de réaliser un **état des lieux complet des systèmes d'informations**, de déployer des premières actions de surveillance de ces systèmes d'informations avec la **mise en place d'une plateforme permettant la supervision** (*Security Operations Center* ou SOC), de déployer un **plan d'assurance sécurité (PAS)** auprès de l'ensemble de ses prestataires afin de garantir le respect des recommandations ANSSI et de poursuivre la mise en œuvre de solutions techniques permettant de sécuriser l'accès à nos outils et sites web (VPN, etc.). Des actions de sensibilisation internes déjà initiées en 2023 seront poursuivies : réalisation régulière de phishing, déploiement d'un programme de sensibilisation intégrée à Teams (Albert), etc.

Enfin, les systèmes d'informations relatifs à la **gestion financière** et à la **gestion des ressources humaines** ont déjà été mutualisés entre les deux structures dès le 3ème trimestre 2023, sans surcoût en 2024.

Au vu des éléments ci-dessus, l'agence se fixe pour objectif d'homogénéiser ces systèmes d'informations et les prestations associées afin de diminuer de 15% ces dépenses et libérer encore

110 K€ de ressources pour allouer un budget récurrent à la cybersécurité et mener une stratégie digitale innovante, à horizon 2026, après un investissement digital obligatoire initié en 2024 qui se poursuivra probablement en 2025.

4.5. Présence internationale : la fermeture du bureau de représentation en Chine et un budget affecté aux Etats-Unis en légère diminution

Depuis 2021, le montant des prestations confiées à notre filiale américaine sont comptabilisées en charge d'exploitation au sein du compte de résultat de l'agence et en produits au sein de sa comptabilité. Le montant des prestations confiées à PRIME pour l'année 2024 s'élève à 400 K€ (contre 450 K€ en 2023). Le budget est en légère diminution en comparaison avec 2023 tenant compte de la résiliation des locaux privatifs pour ne conserver qu'un accès libre au sein de l'espace de coworking. Un premier acompte sur facture sera versé en janvier pour 60% puis une facture de solde interviendra en novembre.

Le Bureau de représentation en Chine est quant à lui en cours de fermeture suite au vote en Assemblée générale extraordinaire du 6 décembre 2023. Un budget total de 390 K€ est prévu au budget dans le cadre des opérations de fermeture au T1 2024, dont il faut déduire 120 K€ refacturés à la CCI Paris Ile-de-France (270 K€ en net).

4.6. Focus sur les Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024

Les JOP se dérouleront de juillet à septembre 2024 en Ile-de-France. Seuls 12,3% des visiteurs attendus seront internationaux. En termes d'attractivité internationale, c'est donc principalement en amont et en aval des JOP (2023-2025) que l'agence doit investir pour maximiser son impact et retour sur investissement auprès des investisseurs, touristes d'affaires et talents internationaux. Pendant les Jeux, une très grande partie des décideurs de la planète seront à Paris et les yeux du monde seront tournés sur nous.

Cette séquence est une opportunité unique de valoriser une expérience 360 de l'Ile-de-France (innovation, filières d'avenir, infrastructures, mais aussi éducation, qualité de vie, culture, etc.) et de renforcer la marque Paris Region en partenariat avec la Région Ile-de-France, deuxième financeur des Jeux après l'Etat, la Métropole du Grand Paris, mais aussi avec les acteurs publics et privés du territoire.

Cette séquence qui suit celle du Brexit doit confirmer la place de l'Ile-de-France comme capitale européenne et comme l'une des grandes métropoles mondiales du 21e siècle. L'objectif de l'agence est de capitaliser sur les JOP2024 pour en faire un tremplin de l'attractivité du territoire comme un point d'étape clé de démonstration. L'idée est que les JOP arrivent à un moment très intéressant : Grand Paris Express, post Brexit, démonstrateurs à valoriser d'une région circulaire, bas carbone, innovante, etc.

De nombreuses entreprises sont intéressées pour faire de Paris 2024 une plateforme d'innovations et de leurs technologies ; l'objectif est de mettre en valeur leurs solutions en lien avec le discours général autour des JOP 2024, mais aussi de mettre en valeur nos territoires et que Paris aujourd'hui est plus grand que Paris. Choose Paris Region souhaite bâtir une plateforme de marque, largement partagée avec tous les acteurs de l'attractivité. Les territoires, dans un contexte de déploiement du Grand Paris Express mais pas uniquement, sont des partenaires clés pour relayer les messages.

De nombreux dispositifs seront mis en place : explorer tours, journées de l'innovation, mise en avant des JOP autour des salons (Vivatech en mai, MIPIM en mars, explorer tour en mars 2024 en marge de Change Now ; side event en marge de Autonomy en mars 2024 également), production et diffusion de supports de communication notamment « Paris Region key messages », animation des acteurs locaux institutionnels et privés pour créer des actions et partager des informations, hospitalités (réceptions

pendant la période de la compétition, évènements business avant épreuves etc.), accueil des visiteurs : 10 Points d'Informations Tourisme aux couleurs de Paris 2024 aux aéroports, carnet de voyage numérique téléchargeable gratuitement, outils d'information destinés aux professionnels du tourisme, déploiement de 350 Volontaires du tourisme, etc.

Par ailleurs, face à la multiplicité des acteurs et des initiatives, Choose Paris Region souhaite se positionner comme **ensemblier d'initiatives et centralisateur d'informations qu'il diffusera vers ses partenaires** : professionnels du tourisme et organisateurs d'événements, entreprises désireuses de montrer leurs innovations pendant les JOP : être informé et informer, coproduire des actions et partenariats.

La **plateforme de marque** permettra de mettre en avant quelques grands éléments autour de l'inspiration (histoire et patrimoine), l'innovation et la durabilité (mobilité du futur, bâtiments durables, infrastructures intelligentes), la qualité de vie (y compris sport), art, culture et expérience, l'héritage et l'inclusion. La **réalisation d'un support « Paris Region Key Messages »** permettra de délivrer nos messages à nos cibles « business » avant et pendant les JOP, sur le modèle de ce qu'a fait Londres lors des Jeux de 2012.

La Région Ile-de-France organise des **« Journées de l'innovation »** auxquelles l'agence contribuera :

- Journée de l'innovation Transition Ecologique : 02/02, sous forme de business meetings à la Région Ile-de-France. CPR proposera aux entreprises étrangères en Ile-de-France de participer à cette journée comme en 2022 et 2023
- Journée de l'innovation Santé & Handicap : CPR organise un explorer tour JOP pour des Key opinion leaders de la santé pendant le salon Medintechs les 11-12/03. Echanges en cours sur la possibilité d'organisation un TechMeeting la veille du salon
- Journée de l'innovation Tech / Deeptech : l'après-midi du 30/04 CPR organise un Tech Meeting au conseil régional.

L'agence a mis en place l'animation d'un **« guichet unique » dédié à l'accompagnement de projets d'entreprises étrangères liés aux JOP2024 et un observatoire permettant de suivre et valoriser ces projets et leur impact** en Ile-de-France. Ainsi, à date et depuis la date d'attribution en 2017 de l'organisation des Jeux à la ville de Paris, 95 investissements directs étrangers sont gagnés pour l'Île-de-France et vont créer 4 000 emplois à 3 ans, répartis en créations d'entreprises (55%), partenariats commerciaux (27%), et projets d'extension (18%). Ces projets sont tous accompagnés par l'agence avant, pendant et après les JOP. Dans le cadre de ce travail et à l'instar de ce que nous avions mis en place à l'occasion du Brexit, une équipe projet de l'agence est dédiée au suivi de ces projets afin de se rapprocher des acteurs clés dans l'organisation de l'événement pour mutualiser et identifier de nouveaux prospects éventuels et assurer un accompagnement collectif, recenser l'offre de services et les solutions proposées par nos partenaires et prestataires de services pour accompagner au mieux ces projets d'implantation, assurer un accompagnement dédié de ces projets pouvant nécessiter des besoins spécifiques notamment sur la thématique « recrutement/talents » (volume important de recrutement, support lié à la mobilité et intégration de collaborateurs étrangers, etc.), et tous les autres services éventuels (juridique, immobilier, etc.), mettre en place un observatoire des projets liés de manière directe ou indirecte aux JOP2024, de manière à suivre et comptabiliser le nombre de projets/emplois depuis 2021-2022 et promouvoir et communiquer sur le guichet unique d'accompagnement auprès de nos partenaires institutionnels / territoriaux, les cabinets de conseils, prescripteurs, la presse…, et ainsi positionner notre agence comme un acteur économique majeur sur les JOP au cours des prochains mois.

Concernant les relations presse pendant les jeux : 26 000 journalistes accrédités et près de 8 000 journalistes non accrédités sont attendus du 26 juillet au 8 septembre 2024. Les cibles pour l'agence : médias (presse écrite – nationale, régionale, professionnelle -, web, TV, radios), agences de presse,

correspondants étrangers à Paris, broadcasters… Pour accueillir au mieux les journalistes, l'Agence sera présente au Carreau du Temple, Media Center de la Ville de Paris, et leur proposera un kit média conçu pour l'occasion, visant à partager du matériel adapté : dossier de presse, banque de visuels & de vidéos HD, témoignages, anecdotes et belles histoires… Les deux autres media centers (Porte Maillot & Parc des expos du Bourget à Dugny) ainsi que les Points Informations Tourisme pourront être aussi concernés.

Pendant les Jeux, l'acquisition d'**hospitalités** sur le budget 2023 permettra de faire venir des personnalités influentes sur nos thématiques : l'agence a acquis **106 places sur les Jeux Olympiques**. Il reste à investir **50 K€** de budget sur les Jeux Paralympiques en hospitalités.

L'agence est également en train de déployer un partenariat avec Viparis et d'autres partenaires avec l'objectif de **faire venir à Paris des décideurs internationaux de salons, congrès et conférences mobiles à l'international sur des filières prioritaires pendant les jeux** et d'en profiter pour leur faire une proposition et leur présenter notamment la plateforme de Villepinte.

Un Partenariat sans contrepartie financière car gagnant – gagnant avec l'association américaine *Athletes Soul* qui accompagne l'intégration de champions olympiques dans le milieu professionnel et qui a ouvert un bureau à Paris est également prévu pour **soutenir l'intégration des sportifs olympiques dans le monde professionnel** – cette action répond à notre message d'inclusivité et de talents.

L'agence se coordonnera également avec les actions menées par ses partenaires locaux mais aussi au niveau national, notamment par **Atout France et Business France** qui mènent chacun des actions d'influence en lien avec les Jeux olympiques (exemple Atout France qui collabore avec Clichy (92) qui va héberger la délégation britannique, pour faire venir des Britanniques à Clichy pendant les JOP). **Elle cherchera des synergies de moyens et d'actions intelligentes à mettre en œuvre.**

PROJET DE DÉLIBÉRATION
DU 31 JANVIER 2024

CHOOSE PARIS REGION

La commission permanente du conseil régional d'Île-de-France,

VU le Traité instituant la Communauté européenne et notamment ses articles 107 et 108 ;

VU le code général des collectivités territoriales ;

VU le code de la commande publique ;

VU la loi n° 2015-991 du 7 août 2015 portant nouvelle organisation territoriale de la République ;

VU la délibération n° CP 11-596 du 7 juillet 2011 relative au soutien à divers organismes contribuant au développement économique et à l'emploi régional ;

VU la délibération n° CR 03-14 du 13 février 2014 relative à la mise en œuvre de la SRDEI : création de Paris Région Entreprises ;

VU la délibération n° CR 08-16 du 18 février 2016 modifiée relative aux 100 000 nouveaux stages pour les jeunes franciliens ;

VU la délibération n° CR 2017-51 du 9 mars 2017 modifiée relative à la Charte régionale des valeurs de la République et de la laïcité ;

VU la délibération n° CP 2021-008 du 21 janvier 2021 relative au soutien à Choose Paris Region ;

VU la délibération n° CR 2021-039 du 2 juillet 2021 relative aux délégations d'attributions du conseil régional à sa commission permanente ;

VU la délibération n° CP 2021-332 du 22 juillet 2021 relative à l'intégration d'une clause éthique dans les conventions passées par la Région ;

VU la délibération n° CP 2021-440 du 19 novembre 2021 relative à la prolongation de la Convention d'objectifs et de moyens (COM) entre Choose Paris Region et la Région Île-de-France ;

VU la délibération n° CR 2022-029 du 19 mai 2022 relative à mise en œuvre du Schéma Régional de Développement Economique, d'Innovation et d'Internationalisation d'Île-de-France (SRDEII) 2022-2028 ;

VU la délibération n° CR 2022-019 du 19 mai 2022 relative à l'approbation du Schéma Régional de Développement du Tourisme et des Loisirs (SRDTL) 2022-2028 ;

VU la délibération n° CP 2022-242 du 7 juillet 2022 relative à l'adoption de la convention d'objectifs et de moyens entre la Région et le CRT modifiée ;

VU la délibération n° CR 2022-078 du 12 décembre 2022 portant révision du règlement budgétaire et financier et règlement relative aux méthodes comptables et durée d'amortissement ;

VU la délibération n° CR 2023-022 du 31 mai 2023 relative au projet de fusion-absorption du

Comité Régional du Tourisme au sein de Choose Paris Region ;

VU le budget de la région Île-de-France pour 2024 ;

VU l'avis de la commission du développement économique et de l'innovation ;

VU l'avis de la commission du tourisme ;

VU l'avis de la commission des finances et des fonds européens ;

VU le rapport n°CP 2024-046 présenté par madame la présidente du conseil régional d'Île-de-France ;

Après en avoir délibéré,

Article 1 : Convention d'objectifs et de moyens (COM) entre Choose Paris Region et la région Île-de-France

Approuve la Convention triennale d'objectifs et de moyens (COM) entre la région Île-de-France et Choose Paris Region en annexe 1 à la présente délibération qui fixe les obligations réciproques de Choose Paris Region et de la région Île-de-France, et autorise la présidente du conseil régional à la signer.

Article 2 : Soutien à Choose Paris Region

Décide d'attribuer à Choose Paris Region, la première affectation de la subvention globale de fonctionnement pour 2024 soit 10 759 200,00 €.

Affecte une autorisation d'engagement d'un montant de 10 759 200,00 € prélevée sur le chapitre budgétaire 936 « Action économique », code fonctionnel 62 « Structure d'animation et de développement économique », programme HP 62-001 « Choose Paris Region », action 16200102 « Choose Paris Region », du budget 2024.

La présidente du conseil régional d'Île-de-France

VALÉRIE PÉCRESSE

ANNEXE À LA DÉLIBÉRATION

Annexe 1 - Convention d'objectifs et de moyens Choose Paris Region 2024-2026

CONVENTION TRIENNALE D'OBJECTIFS ET DE MOYENS ENTRE LA REGION ÎLE-DE-FRANCE ET CHOOSE PARIS REGION

Entre
La Région d'Île-de-France, située au 2 rue Simone Veil, 93400 Saint-Ouen, représentée par sa Présidente, Madame Valérie PECRESSE, habilitée à signer cette convention par délibération CP 2024-046 du 31 janvier 2024.

Ci-après dénommée la « Région »

d'une part,

et

Choose Paris Region (association - n° SIRET : 802 060 814 00034), située au 2 rue Simone Veil, 93400 Saint-Ouen, représentée par sa Présidente, Madame Alexandra DUBLANCHE

Ci-après dénommée « Choose Paris Region » ou « l'agence »

d'autre part,

IL A ETE CONVENU DE CE QUI SUIT :

PREAMBULE

Pour la première fois en 2022, l'Île-de-France est la région la plus attractive d'Europe pour les investissements directs internationaux, Royaume-Uni inclus, dans le baromètre EY European Investment Monitor 2023. Elle a également repris en 2023 la première place du classement des « European Cities and Regions of the Future » établi par fDi Intelligence, la division « investissements étrangers » du Financial Times. Ce classement décerne également à la Région Île-de-France la meilleure « stratégie d'investissement directs étrangers », en Europe, Royaume-Uni inclus.

Elle est aussi la destination la plus visitée au monde avec, en 2022, une activité touristique qui a montré une belle dynamique et une accélération de la reprise avec plus de 44 millions de touristes accueillis (vs 50,6 millions en 2019, année référence). Les retombées économiques du secteur concernent plus de 500 000 emplois et génèrent en 2022 19,6 milliards d'euros de recettes (près de 22 milliards d'euros en 2019).

Après le regroupement au sein de Choose Paris Region des activités liées à l'industrie de l'image (Film Paris Region) en 2019, le rapprochement avec le Comité Régional du Tourisme permet de gagner encore en cohérence et en attractivité. La Région Île-de-France se positionne ainsi face aux autres grandes métropoles mondiales dans une démarche d'accueil global. D'autres métropoles mondiales ont d'ailleurs déjà regroupé au sein d'une même entité le tourisme et l'attractivité internationale : Londres, Le Cap, Amsterdam, Milan, Helsinki, Rotterdam ou encore Lille, Nantes, Rennes, Toulouse…

Ce regroupement donne une nouvelle vision sur les enjeux d'attractivité de la Région et permet de porter une vision de long terme pour le développement du territoire en termes d'impact, d'inclusion sociale, de développement économique et d'innovation, et d'augmenter l'efficacité des actions pour conforter l'attractivité régionale.

Un moment charnière pour la région capitale et pour le pays

Ce regroupement effectif au 1er juillet 2023 arrive à un moment charnière pour le territoire et le pays : l'accueil de grands événements internationaux (Coupe du Monde de Rugby 2023 et Jeux Olympiques et Paralympiques 2024), après le Brexit, et à un an des premières grandes livraisons du Grand Paris Express.

Le nouvel organisme est le guichet unique des investissements en Île-de-France liés aux JOP et pour les visiteurs internationaux. Il sera également le guichet unique pour toutes les entreprises, collectivités

et acteurs locaux qui souhaitent mettre en valeur leurs initiatives dans le cadre des JOP (en matière de développement durable, d'innovation ou de dynamiques territoriales).

ARTICLE 1 : Objet de la convention triennale d'objectifs et de moyens

La présente convention précise les engagements respectifs de Choose Paris Region et de la Région Île-de-France, ainsi que les conditions de suivi et d'évaluation des missions et des actions de Choose Paris Region pour la période allant du 1er janvier 2024 au 31 décembre 2026.

La présente convention met fin de plein droit, et sans formalité aucune, et remplace à compter du 01 janvier 2024, les conventions d'objectifs et de moyens signées les 03/11/2022 avec Choose Paris Region et 22/07/2022 avec le Comité Régional du Tourisme d'Île-de-France qui arrivaient à échéance respectivement les 31/12/2025 et 30/06/2025.

ARTICLE 2 : Engagements de Choose Paris Region

2.1. La mise en œuvre des objectifs généraux stratégiques

Choose Paris Region s'engage à mettre en œuvre les moyens nécessaires pour la réalisation de ces objectifs.

Il est entendu entre les Parties que Choose Paris Region s'engage sur les actions listées et non exhaustives dans la présente convention, sous réserve de ressources financières et de moyens disponibles suffisants pour les exécuter. Compte tenu de la structure budgétaire : 60% de ressources allouées au capital humain et à l'expertise des collaborateurs et 20% de dépenses de fonctionnement incompressibles, une diminution de la subvention régionale impacterait directement les actions concourant à la réalisation des objectifs.

Les cibles suivies par l'agence peuvent avoir des périmètres propres et sont détaillées ci-dessous :

Cibles	**Descriptif**	**Compétences principales**	**Périmètre**
Entreprises	Entreprises étrangères implantées et non implantées dans une logique d'investissement et/ou de réinvestissement en IDF	Invest	International
Visiteurs	Tourisme Loisirs / Affaires franciliens, français et internationaux dans une logique de satisfaction et fidélisation du flux touristique en IDF	Visit	International France Île-de-France
Talents	Talents français et étrangers dans une logique d'habiter, travailler et vivre en IDF	Invest et Visit	International France Île-de-France
Salons et conférences	Organisateurs de salons français et internationaux, dans une logique de faire venir des salons en IDF en lien avec les filières prioritaires	Invest, Visit et Film	International
Investisseurs	Investisseurs financiers et immobiliers, dans une logique d'investissement en IDF.	Invest	International

Producteurs	Producteurs d'œuvres audiovisuelles français et internationaux pour tourner et plus largement fabriquer des œuvres en pré et post-production en IDF	Film	International France Île-de-France

Remarque : Choose Paris Region travaille avec des partenaires parmi lesquels les organismes privés et publics qui peuvent toucher et influencer ses cibles, les entreprises de services facilitateurs sur les différentes missions et référencées par Choose Paris Region ainsi que l'ensemble des territoires d'Île-de-France.

Objectif 1 : Penser l'attractivité internationale de la région Île-de-France

- Assurer une veille sur les politiques d'attractivité dans le monde et un rôle de conseil à 360° sur la politique d'attractivité régionale,
- Construire un baromètre global 360 de l'attractivité pour toutes ses cibles,
- Produire de l'intelligence stratégique au service de la compréhension des enjeux d'attractivité, faire remonter les éventuelles problématiques à résoudre, au niveau régional ou national, pour améliorer l'attractivité vers chacune des cibles qu'elle vise, et diffuser ces éléments à l'écosystème régional public,
- Evaluer et apporter les informations et outils nécessaires aux déploiements des stratégies régionales sur les sujets d'attractivité internationale et d'impact en particulier,
- Piloter et mesurer sa propre action, en termes d'indicateurs d'activité et avec une attention particulière à la dimension de l'impact : quel impact de ses actions sur la durabilité du modèle de l'IDF.

Objectif 2 : Renforcer l'offre d'attractivité internationale

- Améliorer l'offre d'attractivité francilienne, cible par cible, en travaillant de manière collective avec tout l'écosystème régional,
- Créer et animer un collectif de l'attractivité de manière collective : animer les acteurs publics et privés du territoire francilien à travers des évènements collaboratifs qui visent notamment à fédérer l'écosystème, bâtir des stratégies et construire des actions collectives notamment sur des projets structurants. Animer des temps forts de l'attractivité, et jouer un rôle d'animation des débats sur les sujets d'attractivité,
- Mener des projets ad hoc visant à renforcer la qualité de l'accueil pour les visiteurs, investisseurs, travailleurs, habitants, en particulier internationaux,
- Déployer les Volontaires du Tourisme pour accueillir, informer et orienter les touristes dans les principaux sites touristiques et de loisirs de la destination Paris Île-de-France,
- De manière spécifique par cibles :

    - Coopérer avec les services de la Région qui pilotent le sujet du foncier économique sur la dimension « implantations internationales »,
    - Renforcer l'offre dans les filières prioritaires,
    - Accompagner la transition écologique et digitale des professionnels et plus largement de la destination dans le secteur du tourisme,
    - Contribuer à la transition écologique et digitale dans la filière de l'image et de l'audiovisuel.

- Accompagner les territoires, les élus et les professionnels à établir et décliner leur stratégie d'attractivité de chaque type de cible, de marketing territorial, et à accueillir les projets d'investissements, les visiteurs et les productions audiovisuelles.

- Sur les filières stratégiques

    - Agir sur les différentes filières d'IMPACT 2028 afin de compléter les chaines de valeurs et contribuer à la souveraineté et au développement de l'Île-de-France,

- Participer à l'animation des filières prioritaires franciliennes à travers des rendez-vous professionnels, l'organisation d'évènements clefs et la recherche de projets d'innovation nationaux ou européens le cas échéant par le lancement d'appels à manifestation d'intérêt.

Objectif 3 : Prospecter et accompagner des cibles prioritaires

- Prospecter et accompagner en Île-de-France les cibles (cf tableau introductif des cibles défini à l'article 2.1),

- Améliorer de manière continue le parcours client de chacune de ces cibles :
  - Assurer la cohérence de l'accueil à l'échelle de la destination Paris Île-de-France dans le cadre fixé par les axes stratégiques des schémas régionaux,
  - Renforcer et accompagner la digitalisation du parcours client vers chacune des cibles en visant un parcours client simple, lisible et efficace,
  - Développer des supports communicants mais aussi très pratico-pratiques pour aider le parcours de chacune des cibles vers l'objectif que l'on souhaite leur faire adopter,
  - Tout ceci en lien avec l'ensemble des outils mobilisables par les partenaires publics dont la Région (aides financières, mises en relation avec des structures d'accompagnement, etc.)
- S'assurer que pour chaque segment, des sous-cibles sont définies qui permettent d'atteindre les objectifs des différents schémas régionaux : ne pas viser un objectif quantitatif mais au contraire se concentrer uniquement sur les projets à impact positif pour le territoire en termes sociaux, environnementaux, de gouvernance, etc.

- Pour toutes ces cibles :
  - Bâtir des partenariats et actions à destination des pays prioritaires et à fort potentiel en lien avec les stratégies régionales en France, en Europe et à l'international,
  - Elaborer des argumentaires (déclinés en support de communication) en fonction des différentes cibles / filières, en cohérence avec Impact 2028.

- De manière plus détaillée par cibles :
  - <u>Tourisme de loisirs :</u>
  - Développer l'accessibilité touristique à l'échelle de l'ensemble du territoire,
  - Promouvoir de nouvelles destinations touristiques en lien avec les thématiques cibles du SRDTL,
  - Accompagner les touristes à découvrir l'ensemble du territoire d'Île-de-France et les inciter à une découverte de nouveaux territoires insuffisamment desservis aujourd'hui par le tourisme,
  - Construire des métriques d'impact du tourisme avec le secteur pour faire de l'Île-de-France la destination la plus durable.
  - <u>Tourisme d'affaires :</u>
  - Développer le tourisme d'affaires et son accueil,
  - Identifier les salons prioritaires sur lesquelles une présence / stand Choose Paris Region peut être pertinente avec les objectifs associés (attractivité internationale / export),
  - Maximiser les retombées sur le tourisme d'affaires et prioriser les schémas régionaux en particulier les filières stratégiques du SRDEII. Cette action devra être menée en lien avec Paris je t'aime qui abrite aujourd'hui le Bureau d'accueil des congrès et salons pour la destination.
  - <u>Entreprises internationales :</u>
  - Identifier des priorités « filières et technologies » cohérentes avec Impact 2028 et préciser les priorités au sein de ces « filières » en termes de typologie (priorité affirmée à la production industrielle, R&D, siège) et de segments dans la chaîne de valeur,

- Une attention particulière sera portée sur les projets industriels d'unités de production/réalisation[1] dans les filières prioritaires suivantes :
    - La santé (bioproduction / dispositifs médicaux),
    - Les greentech / cleantech / innovations pour la transition écologique et énergétique :
        - Autour des mobilités durables,
        - Dans l'automobile des enjeux d'électrification aux enjeux d'économie circulaire,
        - Dans l'aéronautique autour des carburants durables (SAF) en particulier,
        - Autour de l'hydrogène.
    - Le quantique,
    - L'intelligence artificielle.

- Mais aussi sur les projets d'infrastructure, les organisations internationales, les projets dans le secteur du tourisme.

Objectif 4 : Développer la notoriété et l'influence d'une région dynamique, innovante et durable

- Porter un discours structurant et fédérateur et exploiter les canaux pour le porter en France et à l'international ; prescripteurs internationaux, institutions européennes, grands évènements sportifs et salons internationaux.

- Influencer les acteurs qui interviennent dans le parcours client de ces cibles à des moments clés :
    - Le travail précédent pourra donc avantageusement être mené via des réseaux influents dans le parcours client de ces cibles : professionnels du tourisme publics et privés, entreprises privées, cabinets de conseil ou fonds d'investissement qui accompagnent les entreprises dans leur expansion internationale, départements RH des entreprises pour la cible talents, etc. Touche les prescripteurs institutionnels et publics (chambres de commerce franco-étrangères, ambassades françaises à l'étranger, agences de développement et d'attractivité) et privés (incubateurs, fonds d'investissement, etc.), sur toutes les cibles pertinentes (tourisme, attractivité internationale, film…)
    - Mettre en place des actions pertinentes et innovantes vers des cibles influentes.

- Porter la vision d'une région dynamique, innovante et durable, qui donne envie de vivre, de découvrir, de travailler, d'implanter des entreprises et d'inventer des solutions d'avenir. Elle proposera les indicateurs pertinents pour mesurer l'évolution du positionnement régional sur cette notoriété.

- Établir et déployer la stratégie de marque de la nouvelle agence d'attractivité internationale. Définir un discours de marque partagé par les différents acteurs de l'attractivité ; diffuser l'offre francilienne à ses cibles et réseaux d'influence.

---

[1] Pour rappel, la définition de notre méthodologie Business France / Choose Paris Region de l'activité « production/réalisation » : toutes les activités qui combinent des ressources en main-d'œuvre, en capital et en biens et services pour fabriquer des biens ou fournir des services :

- Activités de production et de fabrication,
- Activités d'assemblage,
- Activités de construction,
- Développement et réalisation de logiciels
- Transformations de matières premières.

- Développer une stratégie d'influence européenne en lien avec Île-de-France Europe.

- Agir dans le cadre des évènements et salons en France et à l'international :
    - Renforcer et améliorer l'image et la chaîne d'accueil en Île-de-France notamment sur les évènements sportifs à rayonnement international avant, pendant et après les JOP 2024,

    - Développer la notoriété par la présence de l'Île-de-France sur des salons, sous la forme la plus pertinente retenue :
        - Sur des salons clés à l'international,
        - Sur certains salons franciliens à dimension internationale,
        - Attirer en Île-de-France de nouveaux salons à enjeux et à rayonnement international.

2.2. La réalisation d'un plan annuel d'actions

L'ensemble des actions indiquées précédemment ne sont ni exhaustives ni une exigence définitive.
Choose Paris Region s'engage à réaliser les objectifs figurant à l'article 2.1 en les déclinant dans un programme de travail annuel ou plan d'actions annuel présenté en fin d'année aux instances de gouvernance de l'agence.

Le plan annuel d'actions finalisé est transmis à la Région dès son vote par l'organisme. La réalisation du plan annuel d'actions de travail fait l'objet d'un suivi et d'une évaluation formalisée.

2.3. Modèle économique

Choose Paris Region assure une mission d'intérêt général reposant sur une offre de services dont une partie doit être proposée gratuitement aux entreprises étrangères. Choose Paris Region s'engage à informer la Région chaque année à l'occasion de la clôture financière de l'exercice des nouvelles sources de financement qu'elle a récupérées au cours de l'exercice clôturé.
Choose Paris Region a une filiale PRIME aux Etats-Unis. PRIME Inc. est une société commerciale de droit américain ; elle possède une personnalité juridique et un patrimoine propre. Elle a été créée en 2006 et est détenue à 100% par Choose Paris Region. La structure et l'organisation de la société sont enregistrées sous le « Consent of incorporator ». Son siège social est basé à San Francisco. Cette filiale remplit la même mission que l'agence elle-même pour laquelle elle réalise des prestations contre rémunération conformément à la convention de prestations de services signée en 2020 après son approbation par les Instances de Choose Paris Region.

2.4. Obligations relatives à la publication d'offre de stage(s) ou d'alternance(s)

En vertu de la mesure « 100 000 stages pour les jeunes franciliens » qui vise à favoriser l'accès des jeunes au marché du travail, adoptée par délibération du Conseil Régional n° CR 08-16 du 18 février 2016, Choose Paris Region s'engage à publier 3 offres de stages ou de contrats de travail en alternance (contrat d'apprentissage ou de professionnalisation) d'une période minimale de deux mois par année d'exécution de la présente convention sur la plateforme https://stages.iledefrance.fr, selon les modalités qui lui sont communiquées par la Région.

2.5. Obligations en matière de communication

Afin de participer à la notoriété et à la lisibilité de l'action de la région Île-de-France, Choose Paris Region s'engage à faire apparaître la contribution régionale pour toutes les actions de communication liées à l'objet de la présente convention. L'information relative à ce soutien prend la forme de la mention « action financée par la Région Île-de-France » et de l'apposition du logo régional conformément à la Charte graphique régionale.

Pour les opérations ayant une dimension internationale ou le justifiant, la marque de territoire « Paris Region » pourra se substituer à celui de la région Île-de-France.

A cette fin, et conformément aux dispositions prévues à l'article 6 des présentes, la Région cède à Choose Paris Region un droit d'utilisation sur ses marques verbales figurative « Région Ile-de-France » (déposée auprès de l'INPI le 15/07/2020 sous le numéro 4665977) et « Paris Region » (déposée auprès de l'INPI le 29/12/2022 sous le numéro 4924384).

Choose Paris Region autorise à titre gracieux la Région à utiliser les résultats du projet subventionné (publications y compris photographiques, communication à des tiers…), sous réserve des droits de propriété intellectuelle qu'elle détient sur ces résultats, et conformément aux dispositions prévues à l'article 6 des présentes.
L'utilisation des résultats par la Région est effectuée à des fins de communication relative à l'action régionale. La Région ne revendique aucun droit de propriété intellectuelle sur le projet. Toute utilisation ou exploitation commerciale du projet par la Région est interdite.

La présence du logotype de la Région est obligatoire, en première de couverture ou en page de garde, sur tous les supports de promotion, d'information, de publicité et de communication qui sont coconstruits avec la Région, sauf utilisation de la marque territoriale.

Les correspondances avec les destinataires de l'action soutenue par la Région indiquent explicitement que cette action bénéficie du soutien de la région Île-de-France.

Concernant les sites web, la mention et le logo sont positionnés en page d'accueil et font l'objet d'un lien avec le site institutionnel de la région Île-de-France, sauf utilisation de la marque territoriale. Tous les événements de relations publiques ou opérations de médiatisation liées à l'exécution de la présente convention font expressément référence à l'implication de la Région selon les règles définies ci-dessus.

Les services concernés de la Région sont chargés de contrôler la bonne réalisation des obligations ci-dessus et de conseiller le bénéficiaire dans sa démarche.

Lorsque le projet subventionné comprend la production de supports à diffuser (plaquettes, affiches, actes de colloques, livres, ou tout autre support), le bénéficiaire s'engage à :

- mettre à disposition de la Région au maximum 1% pour chaque type de supports réalisés ;
- autoriser la Région, sous réserve des dispositions prévues à l'article 6.2 des présentes, à utiliser le support et son contenu dans un cadre institutionnel, sous réserve qu'elle prenne en charge l'achat des supports ou leur coût de reproduction.

L'octroi de la subvention régionale est subordonné à la production de l'ensemble de ces informations et au respect des obligations auxquelles l'organisme s'engage en application du présent article.

2.6. Obligations administratives

Choose Paris Region s'engage à :

- conserver et archiver, pendant 10 ans, l'ensemble des documents et données produits ou reçus dans le cadre de son activité, lesquels relèvent du régime juridique des archives publiques dès leur création (Code du Patrimoine, art. L211-4). Passée leur durée d'utilité administrative une partie de ces archives a vocation à être versée aux archives régionales pour conservation définitive ou historique, (périmètre défini par la Région - Service des archives régionales- en lien avec Choose Paris Region). Les archives hors de ce périmètre devront être éliminées dans les règles propres aux archives publiques. Pour ce faire, Choose Paris Region s'engage à contacter la Région (service des archives régionales). En cas de conservation des données et documents chez un tiers archiveur, Choose Paris Region s'engage à faire appel à un prestataire agréé pour la conservation d'archives publiques dont la liste est disponible sur le site des Archives de France https://francearchives.fr/fr/section/24437377. En tant qu'organisme produisant des archives publiques, Choose Paris Region s'engage à stocker et traiter ses données sur le territoire de l'Union européenne ;
- respecter les dispositions du code de la commande publique et soumettre les marchés de fournitures, services, travaux aux règles de publicité et de mise en concurrence prévue par le code de la commande publique ;
- respecter la réglementation relative aux aides d'Etat (notamment les articles 107 et 108 du Traité sur le fonctionnement de l'Union européenne) pour les aides (quel que soit leur forme) qu'elle fournit aux entreprises ;

- faire précéder tous les déplacements de son personnel d'un ordre de mission dématérialisé et signé par la personne habilitée au regard des délégations de signature en vigueur ;
- rembourser à son personnel les frais de mission et de représentation, dans le respect de la politique Déplacements en vigueur approuvée par son Conseil d'administration ;
- définir et mettre en œuvre des procédures d'achat et de paiement (compte bancaire, carte bancaire, etc.).

2.7. Obligations d'information et d'accès aux documents

Choose Paris Region s'engage à :

- faire parvenir à la Région, dans les délais définis au sein de ses statuts avant les réunions du Conseil d'Administration et de l'Assemblée Générale, les documents figurant à l'ordre du jour et à produire les procès-verbaux des dites réunions ;
- répondre à toute demande d'informations et de documents relative à son suivi budgétaire et financier, et produire semestriellement une situation de trésorerie mensualisée et actualisée ;
- fournir annuellement les indicateurs dont la liste est décrite en annexe ;
- permettre l'accès à la Région à ses outils de suivi des entreprises (logiciel CRM, tableaux de suivi, etc.) pour faciliter le suivi des actions menées ;
- informer la Région des autres subventions publiques demandées ou attribuées en cours d'exécution de la présente convention ;
- faire parvenir à la Région, le cas échéant, la liste des instances internes à l'agence susceptibles d'orienter et de mettre en œuvre la politique de l'agence ou l'engagement des dépenses ;
- informer la Région de tout contrôle opéré par un organisme de recouvrement (administration fiscale, URSSAF) et communiquer les notifications.

2.8. Le cadre budgétaire et comptable

Choose Paris Region s'engage à :

- respecter les dispositions en vigueur quant à l'utilisation des fonds publics ;
- présenter une programmation budgétaire avec pour objectif la maîtrise des charges de structure ;
- adopter un cadre budgétaire et comptable conforme au plan comptable général en vigueur et aux dispositions du règlement 2018-06 de l'Autorité des Normes Comptables relatif aux comptes annuels des personnes morales de droit privé à but non lucratif ;
- adopter une comptabilité analytique et la présentation de son budget en conformité avec la déclinaison de ses missions en objectifs généraux, objectifs opérationnels voire en actions, tel que décrit dans l'article 2 et en annexe ;
- à poursuivre les travaux sur les indicateurs de suivi et de performance listés en annexe afin d'accroître la capacité à rendre compte de l'efficacité de l'action de Choose Paris Region notamment au regard de la multiplicité des acteurs ;
- à mener une réflexion relative aux outils financiers comptable afin de disposer en temps réel d'un suivi financier par activité et de mettre en œuvre les réglementations en vigueur telle que la dématérialisation des factures ;
- fournir annuellement à la Région, dès leur approbation par les Instances de Choose Paris Region :
    - le budget et le programme d'actions annuel définitifs avant la fin de l'année N-1 ;
    - et au plus tard avant le 30 juin de l'année N, les comptes annuels (bilan, compte de résultat et annexe) du dernier exercice clos certifiés par un Commissaire aux comptes inscrit sur la liste prévue à l'article L822-1 du code de commerce, et notamment un compte emploi ressources si l'organisme fait appel à la générosité du public ;
    - dans les délais utiles, tous les rapports et correspondances émis par le Commissaire aux comptes ;
    - et au plus tard avant le 30 juin de l'année N, le rapport d'activité annuel du dernier exercice clos.

ARTICLE 3 : Engagements de la Région

3.1. La réalisation des objectifs

La Région s'engage à verser annuellement une subvention pour la réalisation de ses objectifs, sous réserve du vote du budget par l'assemblée régionale et de l'affectation de crédits à la subvention de Choose Paris Region par la Commission permanente du Conseil Régional.

Ce soutien permet à Choose Paris Region d'inscrire ses activités dans la durée, de les anticiper et de les faire évoluer en fonction des objectifs de la présente convention.

La Région s'engage à appuyer Choose Paris Region dans ses relations partenariales avec les acteurs franciliens de l'attractivité, et à communiquer régulièrement à Choose Paris Region les informations sur :

- les délibérations en lien avec ses missions ;
- les évolutions du règlement budgétaire et financier de la Région l'impactant.

La Région s'engage en outre à :

- associer Choose Paris Region à l'ensemble des instances régionales mises en place dans le cadre de la stratégie régionale d'attractivité ;
- informer Choose Paris Region des travaux engagés dans le cadre du déploiement des politiques économiques régionales et ayant un lien avec l'attractivité ;
- coordonner avec Choose Paris Region ses actions relatives à la coopération internationale ayant des incidences économiques ou touristiques ;
- coordonner avec Choose Paris Region ses actions de communication liées à sa politique économique et touristique ainsi que toute action en lien avec la marque "Paris Region".

Choose Paris Region s'engage à informer la Région des initiatives lancées telles que le lancement d'un appel à manifestation d'intérêt (AMI).

La Région s'engage à peser pour que la mise en œuvre des lois déjà promulguées ou à venir, relatives à l'organisation territoriale régionale conduise à une simplification et à une efficacité accrue du système constitué par l'ensemble des organismes publics et semi-publics consacrés en Île-de-France au développement économique et à l'attractivité.

3.2. Modalités de versement de la subvention

La subvention annuelle peut être mandatée en deux ou plusieurs versements sur la base des affectations votées par la Commission Permanente du Conseil régional et dans le respect des dispositions du Règlement Budgétaire et Financier de la Région. Des versements complémentaires peuvent intervenir en cas de dotation exceptionnelle et feront l'objet d'une affectation spécifique, sous réserve d'un vote favorable de l'assemblée délibérante de la Région Île-de-France.

La Région s'engage à transmettre à Choose Paris Region les formulaires de demande de versement (DVS) sous 10 jours maximum après le vote par la Commission permanente afin de permettre à Choose Paris Region de procéder aux demandes de subvention.
La subvention est versée sur le compte ouvert au nom de : Choose Paris Region. Les services de la Région réduiront autant que possible les délais pour procéder au mandat de paiement après réception de la DVS dûment complétée.

Chaque demande de versement de Choose Paris Region adressée à la Région doit faire l'objet d'un appel de fonds accompagné :

- Pour les demandes d'avance : d'une DVS, (uniquement en cas de modification des coordonnées bancaires) et d'un plan de trésorerie
- Pour les demandes de solde : d'une DVS, des comptes annuels N-1, et du rapport d'activité annuel.

Le comptable assignataire est le Directeur Régional des Finances Publiques d'Île-de-France et du Département de Paris.

La Région Île-de-France autorise Choose Paris Region à reverser une partie de la subvention régionale à sa filiale américaine PRIME Inc. pour ses activités liées aux missions prévues à la présente convention et conformément à la convention de prestations de service et dans la limite du budget voté en Conseil d'administration de Choose Paris Region.

La Région Île-de-France autorise Choose Paris Region à reverser une partie de la subvention régionale dans le cadre du dispositif Volontaires du Tourisme.

Cet article s'applique à l'ensemble des subventions versées à Choose Paris Region qu'il s'agisse des versements imputés au chapitre 933 « Culture, vie sociale, jeunesse, sports et loisirs » ou au chapitre 936 « Action économique »".

3.3. Restitution éventuelle de la subvention

En cas de non-exécution de tout ou partie des objectifs définis dans l'article 2, et sous réserve des dispositions qu'il contient, après mise en demeure de justification de Choose Paris Region, de retard significatif ou de modification substantielle sans validation de la Région des conditions d'exécution de la convention par Choose Paris Region, la Région peut suspendre ou diminuer le montant des avances et autres versements, remettre en cause le montant de la subvention ou exiger le reversement de tout ou partie des sommes déjà versées au titre de la présente convention.

ARTICLE 4 : Protection des données à caractère personnel

4.1. Objet

Pour la pleine compréhension des stipulations suivantes, les termes « Données à caractère personnel », « Responsable de traitement », « Personne concernée », « Destinataire », et « Traitement » auront le sens défini par la réglementation en vigueur applicable aux traitements de données à caractère personnel et en particulier, le Règlement (UE) 2016/679 du Parlement européen et du Conseil du 27 avril 2016 (ci-après « le RGPD ») et la loi du 6 janvier 1978 modifiée relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés (ci-après « la Loi Informatique et libertés »).

Dans le cadre de la règlementation applicable aux traitements de données à caractère personnel, la Région Île-de-France (ci-après, « la Région ») et Choose Paris Region (ci-après « le Responsable Conjoint ») sont qualifiés de Responsables de traitement « conjoints ».

La Région et le Responsable Conjoint sont dénommés ensemble les « Parties ».

Ainsi, dans le cadre de l'exécution de la présente convention, les Parties déterminent conjointement les finalités et les moyens du Traitement de Données à caractère personnel objet de la présente convention.

La présente clause a pour objet de déterminer les obligations respectives des Parties dans le cadre de l'exécution de la présente convention d'objectifs et de moyens et de définir les responsabilités de la Région et du Responsable Conjoint concernant leur conformité au regard des dispositions relatives à la protection des données à caractère personnel.

Il est toutefois précisé qu'en dehors des finalités déterminées conjointement par les Parties et pour les finalités propres à chacune des Parties, la Région et le Responsable Conjoint demeurent chacun responsable de leur propre Traitement de données, étant qualifiés ainsi comme agissant en tant que responsables disjoints des Traitements mis en œuvre.

4.2. Obligations respectives des responsables conjoints

4.2.1 Finalités du traitement

La Région et le Responsable Conjoint déterminent conjointement les finalités principales du traitement, à savoir :

Développer une stratégie d'attractivité et un accompagnement différencié pour attirer des investisseurs étrangers, des touristes loisirs et affaires, les talents et les productions audiovisuelles par :

- La coordination, l'animation, et la mise en relation des acteurs sur le territoire (prescripteurs, organisations internationales et entreprises étrangères implantées).
- La communication et la participation à la promotion et la visibilité du territoire (organisation de divers évènements, salons et autres).
- La prospection, l'accompagnement et le suivi des entreprises.
- La réalisation d'enquêtes et d'évaluations.

Le Traitement réalisé par les Parties dans le cadre de la présente convention est exécuté exclusivement dans le cadre des finalités déterminées conjointement par les Parties.

4.2.2 Moyens du traitement

La Région et le Responsable Conjoint définissent conjointement les moyens du traitement pour développer une stratégie d'attractivité et un accompagnement différencié pour attirer des investisseurs étrangers, des visiteurs, les talents et les productions audiovisuelles, le suivi et l'évaluation des actions :

- Sélection des projets stratégiques à accompagner,
- Mise en place d'un comité de suivi attractivité réunissant sur une base mensuelle les équipes de la Région et du Responsable Conjoint pour partager de l'information sur les évènements à venir et sur les projets d'implantation d'entreprises étrangères,
- Mise en place d'un comité de suivi spécifique aux missions de Film Paris Region et réunissant trimestriellement les équipes de la Région et du Responsable Conjoint,
- Dispositif d'enquêtes et de suivi des bénéficiaires d'actions du Responsable Conjoint.

La notion de moyen recouvre tant les moyens matériels, logiciels ou encore de ressources humaines affectées à la gestion du Traitement concerné par la présente convention.

La Région et le Responsable Conjoint définissent conjointement les moyens du Traitement, à savoir :

- Les Données à caractère personnel des Personnes concernées devant être collectées,
- Concernant les Données à caractère personnel des Personnes concernées, elles sont centralisées sur le CRM MS Dynamics et Salesforce du Responsable Conjoint et mises à disposition (à titre gratuit et selon les habilitations définies par les Parties avant ouverture des accès) de la Région,
- Concernant le traitement et le partage des données, les Parties utiliseront la suite Office.

Toute autre opération est strictement interdite sans l'accord préalable des Parties

4.2.3 Données traitées

Données de type 1 (données non sensibles n'ayant pas un impact fort sur les personnes)

 Etat civil, identité, données d'identification, images

 Données de connexion (logs, adresse IP…)

 Autres : fonction, entreprise, origine de collecte de la donnée (participation salon, formulaire site internet etc.), adresse électronique professionnelle, numéro de téléphone, page LinkedIn, participation aux évènements.

Données de type 2 (données non sensibles ayant un impact fort sur les personnes)

 Vie personnelle (habitudes de vie, situation familiale, diplômes…)

 Informations d'ordre économique et financier (revenus, situation financière, situation fiscale…)

Données de localisation (déplacements, données GPS, données GSM…)

Données de type 3 (données particulières au sens de l'article 9 du RGPD)

 Données relevant de la prétendue origine raciale ou ethnique

 Données révélant des opinions politiques

 Données révélant des convictions religieuses ou philosophiques

 Données révélant l'appartenance syndicale

 Données génétiques

 Données biométriques aux fins d'identifier de manière unique une personne

 Données concernant la santé

 Données concernant l'orientation sexuelle ou la vie sexuelle

 Données relatives aux condamnations pénales ou aux infractions

 Numéro d'identification dans un registre national unique (NIR)

4.2.4 Catégories de personnes concernées

Les personnes concernées sont :

 Agents régionaux

 Salariés du Responsable Conjoint

 Mineurs

 Particuliers

 Autres : entreprises, partenaires institutionnels, prestataires référencés.

4.2.5 Opérations de traitement et usages

La Région peut réaliser les opérations suivantes sur les données issues des CRM du Responsable Conjoint :

- Consultation des données des entreprises accompagnées, dont des Données à caractère personnel ;
- Saisie : pour enrichir les propositions apportées aux entreprises par des solutions offertes par les dispositifs régionaux.

En tout état de cause, la Région n'est pas autorisée à collecter, copier, importer pour son propre compte les Données à caractère personnel contenues dans les CRM du Responsable Conjoint.

Le Responsable Conjoint peut réaliser chacune des opérations suivantes sur les données :

- Collecte ;
- Enregistrement ;
- Conservation ;
- Effacement ;
- Modification ;
- Extraction ;
- Consultation ;
- Utilisation ;
- Communication ;
- Interconnexion ;

4.3. Respect des obligations légales

4.3.1 Durée de conservation

Les Parties conservent les Données à caractère personnel qu'elles collectent dans le cadre de la présente convention uniquement pendant la durée nécessaire aux finalités du Traitement et en accord avec la législation applicable.

Les Données collectées par les Parties seront, ainsi, conservées pour la durée nécessaire à l'accomplissement des finalités décrites ci-dessus, soit cinq ans à compter de la date du dernier contact ou de la dernière activité.

Chacune des Parties s'assure du respect des durées de conservation des données pour les fichiers qu'elle enregistre et conserve au titre de la présente convention.

4.3.2 Information des personnes concernées

Les conditions et modalités pour satisfaire aux obligations légales d'information des personnes concernées sont mises en œuvre par le Responsable Conjoint qui s'assure de leur information des grandes lignes de la présente clause de responsabilité conjointe, à savoir :

- L'identité des Responsables de Traitement conjoints ;
- La base juridique, les finalités et les moyens des Traitements ;
- Les Données traitées ;
- La durée de conservation des données ;
- Le rôle et les obligations de chaque Responsable ;
- Les droits attachés aux Données (droit de modification, de retrait, d'effacement etc.)
- Le point de contact pour les Personnes concernées.

4.3.3 Exercice des droits des personnes

Les conditions de mise en œuvre des droits d'accès, de rectification, d'effacement et de portabilité des Données personnelles ainsi que les demandes de droits à la limitation du Traitement, d'opposition et de retrait du consentement au Traitement conjoint objet de la présente convention sont mises en œuvre par le Responsable Conjoint pour les Données qu'il a collectées.

4.3.4 Mesures de sécurité

Les mesures de sécurité, d'accès et de traçabilité sont définies par le Responsable Conjoint dans le périmètre des CRM.

Le Responsable Conjoint est responsable de la protection et de la sécurisation des moyens mis en œuvre pour accéder aux Traitements (code d'accès ou autre solution) dans ce périmètre.

Les Parties s'engagent à mettre en place et à maintenir les mesures techniques et organisationnelles et les politiques appropriées pour s'assurer et être en mesure de démontrer que les Traitements de données personnelles sont effectués conformément à la réglementation.

Ces mesures et politiques doivent être adaptées à la nature, la portée, au contexte et aux finalités du traitement objet de la présente convention ainsi qu'aux risques, dont le degré de probabilité et de gravité varie, pour les droits et libertés des personnes physiques.

En tout état de cause, le Responsable Conjoint conservera la maîtrise technique des CRM.

De manière générale, chaque Partie devra assurer la sécurité de l'ensemble de son système d'information et devra protéger les Données à caractère personnel dès la conception et par défaut.

A cette fin, le Responsable Conjoint, en fonction du niveau de risque, est chargé de mettre en place :

- Dans la mesure du possible, la pseudonymisation et le chiffrement des Données à caractère personnel ;
- Des moyens permettant de garantir la confidentialité, l'intégrité, la disponibilité et la résilience constantes des systèmes et des services de Traitement ;
- Des moyens permettant de rétablir la disponibilité des Données à caractère personnel et l'accès à celles-ci dans des délais appropriés en cas d'incident physique ou technique ;
- Une procédure visant à tester, à analyser et à évaluer régulièrement l'efficacité des mesures techniques et organisationnelles pour assurer la sécurité du Traitement visé au sein de la présente convention.
- La gestion des habilitations des agents de la Région afin de permettre un accès sécurisé aux CRM.

Les mesures de sécurité et politique associées seront mises à jour régulièrement par le Responsable Conjoint qui notifiera les changements à la Région par tout moyen qu'elle estime approprié, privilégiant la voie électronique (accès en ligne ou envoi par courrier électronique).

4.4. Coopération avec les autorités de contrôle

La Région et le Responsable Conjoint s'engagent à coopérer avec la Cnil pour toute demande d'information ou tout contrôle relatif aux opérations de Traitement objet des présentes.

En cas de contrôle directement réalisé auprès de l'une des Parties par l'autorité de contrôle, cette dernière doit satisfaire au contrôle et collaborer avec l'autorité de contrôle et aviser l'autre Partie dès qu'elle a connaissance de l'existence d'un contrôle ou toute autre démarche engagée par une autorité de contrôle.

4.5. Registre des activités de traitement

Chacune des Parties s'engage à intégrer le Traitement objet de la présente clause dans son registre des activités de traitement.

Conformément aux exigences du RGPD, ce registre se présente sous une forme écrite y compris la forme électronique.

Le registre des activités de traitement doit comporter les informations suivantes :

- Le nom et les coordonnées du responsable du traitement, du responsable conjoint du traitement, et du délégué à la protection des données désigné ;
- Les finalités du traitement ;

- Une description des catégories de personnes concernées et des catégories de données à caractère personnel ;

- Les catégories de destinataires auxquels les données à caractère personnel ont été ou seront communiquées, y compris les destinataires dans des pays tiers ou des organisations internationales ;

- Le cas échéant, les transferts de données vers un pays tiers ou à une organisation internationale, y compris leur identification respective et, dans le cas des transferts vers des pays ne bénéficiant pas d'un niveau de protection adéquat, les documents attestant l'existence de garanties appropriées ;

- Dans la mesure du possible, les délais prévus pour l'effacement des différentes catégories de données ;

- Dans la mesure du possible, une description générale des mesures de sécurité techniques et organisationnelles.

Chaque Partie est tenue de fournir toutes les informations nécessaires à l'autre Partie relative aux activités de Traitement objets de la présente, sur première demande, afin de lui permettre de se conformer auxdites exigences.

4.6. Violation de sécurité

En cas d'incident laissant penser à une violation de Données à caractère personnel faisant l'objet d'un Traitement conjoint, les Parties s'engagent à coopérer de manière étroite et notamment à :

- Informer l'autre Partie dans les meilleurs délais après avoir eu connaissance de l'incident, par courrier électronique ;
- Échanger toutes informations utiles pour qualifier l'incident et déterminer s'il s'agit d'une violation de Données à caractère personnel ;
- Déterminer et mettre en œuvre les mesures permettant de remédier à la violation de Données à caractère personnel, y compris, le cas échéant, les mesures pour en atténuer les éventuelles conséquences négatives et les mesures de contournement nécessaire pour remédier aux difficultés rencontrées ;
- Minimiser les préjudices subis de chacune des Parties et des Personnes concernées.

La Région et le Responsable Conjoint tiennent chacune à jour un journal des incidents indiquant les faits concernant la violation de Données à caractère personnel, ses effets et les mesures prises pour y remédier.

4.7. Point de contact

Le délégué à la protection des données du Responsable Conjoint est désigné comme le point de contact pour les Personnes concernées. A ce titre il sera l'interlocuteur principal des Personnes concernées.

Le délégué à la protection des données du Responsable Conjoint assurera la gestion et la réponse aux demandes d'exercice de droits qui lui sont adressées.

Le délégué à la protection des données du Responsable Conjoint peut être contacté par courrier électronique à l'adresse dpo@chooseparisregion.org

4.8. Collaboration

Les Parties conviennent de collaborer étroitement dans le cadre de leurs relations.

Chacune des Parties s'engage à maintenir une collaboration active et régulière en remettant à l'autre les éléments et documents nécessaires de nature à lui permettre de répondre à ses obligations.

Les Parties s'engagent à se tenir réciproquement informées de toute difficulté relative au traitement.

4.9. Responsabilité

4.9.1 Responsabilité à l'égard des Personnes concernées

Les Parties sont en outre solidairement responsables vis-à-vis des Personnes concernées par le Traitement, en vertu des dispositions du RGPD, en ce compris dans la répartition du préjudice subi par ces personnes.

4.9.2 Responsabilité entre les responsables conjoints

Chaque Partie est garantie vis-à-vis de l'autre des obligations souscrites au titre de la présente convention et assumera seule les conséquences de ses manquements contractuels.

Chaque Partie a la charge de faire respecter les dispositions de la présente convention par l'ensemble des membres de son personnel.

La Partie ayant commis un manquement dans le cadre de l'exécution de la présente convention devra réparer intégralement les dommages subis par l'autre Partie

4.10. Sous-traitance

Chacune des Parties est en droit de faire appel pour tout ou partie de la réalisation, de l'exploitation ou de la maintenance du traitement objet du présent contrat à un sous-traitant.

Cette opération de sous-traitance donnera lieu à la signature d'un contrat comportant des garanties équivalentes au présent contrat s'agissant des mesures de sécurité techniques et organisationnelles mises en œuvre par le sous-traitant. Ce contrat comportera notamment les mêmes obligations que celles prévues au présent contrat en matière de protection des données à caractère personnel. La Partie procédant à cette opération de sous-traitance veille à s'assurer que le sous-traitant choisi présente des garanties quant à la mise en œuvre de mesures de sécurité techniques et organisationnelles appropriées en matière de protection des données.

La Partie procédant à la sous-traitance de toute ou partie de la réalisation, de l'exploitation ou de la maintenance du traitement objet du présent contrat reste seule responsable des opérations de traitement réalisées par son sous-traitant.

4.11. Transferts en dehors de l'Union européenne

Chaque Partie s'engage à mettre en œuvre les garanties appropriées nécessaires, telles que visées au Chapitre V du RGPD, dans le cadre de transferts de Données à caractère personnel hors de l'Union européenne opérées par elle-même, ses propres sous-traitants, ou par les personnes agissant sous son autorité ou pour son compte, et traitées dans le cadre de la présente convention.

ARTICLE 5 : Confidentialité

Chacune des Parties est tenue à l'égard de l'autre, à une obligation de discrétion et de confidentialité pendant toute la durée de la présente convention.

A cet égard, les Parties s'engagent à ne pas divulguer des informations, renseignements, documents financiers, commerciaux, en particulier ceux relatifs aux projets portés par les investisseurs étrangers qui auront pu lui être communiqués par l'autre Partie, et à l'occasion de la conclusion de la présente convention.

Cette obligation porte également sur toutes les informations dont la Région pourrait prendre connaissance depuis le CRM de Choose Paris Region.
Chacune des Parties s'engage à faire respecter cette obligation de confidentialité par ses salariés, collaborateurs, préposés, conseillers ou sociétés apparentées, ainsi que par ses sous-traitants.

Les obligations des Parties définies au présent article resteront en vigueur cinq (5) ans après la cessation de la convention. Chacune des Parties s'engage à rendre à l'autre Partie, ou à détruire les documents communiqués à l'occasion de l'exécution de la convention.

La violation de cette clause pourrait entrainer la résiliation de la convention aux torts exclusifs de la Partie défaillante.

Par ailleurs, si l'une des Parties est amenée à signer un accord de confidentialité avec un investisseur, l'autre Partie sera invitée, en cas de nécessité d'un partage d'information pour accompagner conjointement le projet d'investissement, à signer un accord de confidentialité avec ce même investisseur.

ARTICLE 6 : Droit de propriété intellectuelle

6.1 Utilisation des marques verbales et figuratives de la Région
La Région a cédé à Choose Paris Region un droit d'utilisation sur la marque déposée auprès de l'INPI le 29/12/2022 sous le numéro 224924384. La rosace multicolore la constituant fait désormais partie intégrante de l'identité visuelle de Choose Paris Region qui l'a intégrée dans son logo et sa marque.

Par ailleurs, afin de participer à la notoriété et à la lisibilité de l'action de la région Île-de-France et conformément à l'article 2.5 des présentes, la Région cède à Choose Paris Region un droit d'utilisation sur ses marques verbales figurative « Région Ile-de-France » et « Paris Region ».

Choose Paris Region s'engage à reproduire les marques de la Région en respectant strictement leurs éléments, typographie, et proportions. Dans le cas où la Région considèrerait qu'il existe une atteinte à son image du fait de la diffusion de ses marques par Choose Paris Region, cette dernière s'engage à la retirer à première demande et dans un délai de soixante-douze (72) heures maximum et ce quel qu'en soit le support de diffusion.

6.2 Utilisation des productions de Choose Paris Region par la Région
Choose Paris Region accorde, à titre gracieux un droit d'utilisation à la Région sur l'ensemble des supports de communication, brochures, rapport, et éléments produits par Choose Paris Region entrant dans le champ d'application des présentes (ci-après les résultats). A ce titre, la Région est autorisée à diffuser en interne ou en externe les résultats. Ce droit d'utilisation ne peut être transférer à des tiers sans l'accord express préalable de Choose Paris Region. Dans l'hypothèse où Choose Paris Region ne détiendrait pas l'ensemble des droits de propriété intellectuelle lui permettant d'autoriser l'utilisation des résultats par la Région, elle en informera la Région, qui s'engage à ne pas utiliser ou diffuser lesdits résultats.

Par ailleurs, la Région s'engage à faire apparaitre le nom ou le logo de Choose Paris Region pour toute diffusion qu'elle ferait des résultats.

6.3 Droit d'utilisation sur des photographies, vidéos
La Région concède à Choose Paris Region un droit d'utilisation sur l'ensemble des vidéos, y compris les rushs, et supports visuels qu'elle a réalisés en un lien avec les missions confiées à Choose Paris Region dans le cadre des présentes et en particulier en lien avec l'attractivité. Le droit d'utilisation inclut la possibilité pour Choose Paris Region d'utiliser totalement ou partiellement les images réalisées, et/ou de les intégrer dans de nouveaux montages vidéo, etc.
L'exploitation des images par Choose Paris Region se fera dans le strict respect des droits patrimoniaux détenus sur l'œuvre et des droits moraux de l'auteur.
La Région transmettra à Choose Paris Region, dans les 10 jours suivants sa demande, l'ensemble des éléments demandés (images, rushs, informations sur les droits moraux et les droits patrimoniaux, etc.).

Par ailleurs, le cas échéant, chaque Partie donne à l'autre un accès à sa photothèque ou sa base de photographies. Un droit d'usage est consenti sur les photographies présentes dans la photothèque/base de photographies, dans la limite des droits détenus sur les œuvres par la Partie concédante.
En conséquence, chaque Partie s'engage à utiliser les photographies dans le strict respect des droits patrimoniaux détenus sur les œuvres (type d'exploitation, durée de la cession, etc.) et du droit moral de l'auteur de la photographie (notamment paternité et intégrité de l'œuvre). Le détail des droits patrimoniaux acquis sur l'œuvre est indiqué sur chaque photographie, ou figure sur un document

accompagnant la photographie. Les données contiennent à minima le type d'exploitation autorisé (print/digital), la durée de la concession, la territorialité (monde/France), le nom auteur.
Sauf accord écrit et exprès de la Partie concédante, l'exploitation commerciale des photographies n'est pas autorisée (insertion presse).
La présente convention prévoit un simple droit d'usage sur les photographies, aussi, la Partie bénéficiaire s'engage à ne pas transmettre les photographies à des tiers.
Dans le cas où l'une des Parties constaterait une violation des conditions d'utilisation des photographies par l'autre Partie, cette dernière s'engage à la retirer à première demande et dans un délai de quarante-huit (48) heures maximum et ce quel qu'en soit le support de diffusion (internet, papier, etc.).

ARTICLE 7 : Suivi, pilotage et évaluation des actions

7.1 Suivi de la présente convention

Choose Paris Region et la Région mobilisent les ressources nécessaires pour assurer la bonne coordination du partenariat ; en particulier un référent opérationnel est désigné au sein de chaque organisme. Côté Choose Paris Region il s'agit du Directeur général, et du côté de la région Île-de-France du (de la) Directeur(trice) Général(e) Adjoint(e) en charge du Pôle Entreprises et Emploi (et/ou de son(a) représentant(e)) et du (de la) Directeur(trice) de la Culture (et/ou de son(a) représentant(e)).

Afin d'assurer une coordination efficace des sujets partagés, Choose Paris Region et la Région conviennent de la mise en place de comité(s) de suivi attractivité, comprenant au minimum les référents suscités, se réunissant sur une base mensuelle ou trimestrielle, en fonction des thématiques abordées. L'objectif de ces échanges est de partager de l'information sur les évènements à venir, sur les projets d'implantation stratégiques tels que les projets industriels, les sujets liés au foncier…etc.

Le cas échéant d'autres interlocuteurs pertinents selon l'ordre du jour établi en amont.

7.2 Evaluation des actions et suivi des indicateurs

L'évaluation des objectifs et le suivi des actions sont engagés par Choose Paris Region au travers d'indicateurs quantitatifs et qualitatifs tels que précisés en annexe à la présente convention, et de tout autre dispositif d'enquête et de suivi des bénéficiaires d'actions de Choose Paris Region.

Ceux-ci sont susceptibles d'évoluer en tant que de besoin à la demande de la Région et/ou de Choose Paris Region. Cette évaluation fait l'objet d'un travail itératif avec les services de la Région dans le cadre de l'instance de suivi

Les indicateurs de suivi sont transmis à la Région sur une base trimestrielle dans les trente jours suivant la fin du trimestre précédent. Les indicateurs consolidés de l'année N doivent être transmis au plus tard dans les trente jours suivant le premier trimestre de l'année N+1. Ces indicateurs sont assortis le cas échéant de commentaires pour faciliter la compréhension des résultats obtenus.
L'analyse de ces indicateurs doit constituer une base afin de :

- disposer d'une description précise et étayée de données objectives et chiffrées des actions menées grâce aux financements apportés à l'organisme ;
- mesurer les résultats obtenus et les retombées indirectes des actions de l'organisme.

Aucune communication publique ne sera faite de tout ou partie de ces informations, sauf accord des Parties.

Choose Paris Region permet l'accès de la Région à ses outils de suivi des entreprises (logiciel CRM, tableaux de suivi, etc.) pour appuyer techniquement la mise en œuvre d'évaluations d'impact de ses actions (questionnaires, suivi de cohortes, etc.).

Ces indicateurs permettront de mesurer l'impact économique, social et environnemental des actions de Choose Paris Region.

ARTICLE 8 : Obligations en matière d'éthique

Choose Paris Region s'engage à respecter tout droit applicable ayant pour objet la prévention et la répression des atteintes à la probité : corruption, trafic d'influence, prise illégale d'intérêts, concussion ; favoritisme et détournement de fond public et, le cas échéant, mettre en place et maintenir ses propres politiques et procédures relatives à l'éthique et à la lutte contre la corruption et autres atteintes à la probité conformément aux bonnes pratiques en la matière.

La Région est amenée à collecter des données publiques relatives à la probité du demandeur dans le cadre de son dispositif d'évaluation des tiers. En fonction de l'analyse de ces données et/ou de manquement constaté et motivé en matière d'atteinte à la probité, la Région se réserve la possibilité de ne pas attribuer la subvention demandée, de suspendre son versement ou de demander son remboursement.

Toute autre source d'information type voie de presse pourra également être prise en compte par la Région.

ARTICLE 9 : Date d'effet et durée de la convention

La présente convention, conclue pour une période de trois ans, prend effet à compter du 1er janvier 2024 et jusqu'au 31 décembre 2026.

ARTICLE 10 : Contrôle de la Région

À tout moment, Choose Paris Region s'engage à faciliter le contrôle sur place par la Région, ou par toute personne habilitée à cet effet, en vue de vérifier l'application des dispositions conventionnelles et l'emploi des fonds publics, notamment par l'accès à toute pièce justificative des dépenses et tout autre document dont la production serait jugée utile.

ARTICLE 11 : Modification de la convention

Toute modification de la convention fait l'objet d'un avenant approuvé préalablement par la Commission permanente du Conseil régional et des instances de Choose Paris Region. Celui-ci précisera explicitement les éléments modifiés de la convention.

ARTICLE 12 : Résiliation de la convention

La Région peut prononcer la résiliation de la présente convention pour motif d'intérêt général, cette résiliation prenant effet au terme d'un délai, qui ne peut être inférieur à douze mois, indiqué par la décision notifiée par courrier envoyé en recommandé avec demande d'avis de réception postale par la Région.

La Région peut prononcer la résiliation de la présente convention en cas d'inexécution d'une ou plusieurs de ses obligations par Choose Paris Region. Dans ce cas, la Région adresse à Choose Paris Region une mise en demeure de remplir les obligations inexécutées dans un délai raisonnable fixé dans le courrier. Si, au terme de ce délai, les obligations mentionnées dans la mise en demeure restent tout ou partie inexécutées, la Région adresse à Choose Paris Region la décision de résiliation. Cette décision prend effet au plus tôt douze mois à compter de la date de réception de la lettre recommandée avec avis de réception notifiant la décision, sauf s'il en est disposé autrement par cette décision.

Dans tous les cas, les parties sont tenues d'exécuter les obligations résultant de la présente convention jusqu'à la date de prise d'effet de la résiliation. A cette date, il est procédé par la Région à un arrêté définitif des comptes et, s'il y a lieu, à reversement total ou partiel de la subvention. La résiliation prononcée en application du présent article n'ouvre droit à aucune indemnisation de Choose Paris Region par la Région.

Fait en deux exemplaires originaux à Saint-Ouen,

Le ……

Pour la Région,
La Présidente du Conseil Régional
d'Île-de-France,
Valérie PECRESSE

Le ……

Pour Choose Paris Region,
La Présidente,
Alexandra DUBLANCHE

ANNEXE A LA CONVENTION :

INDICATEURS

Afin de suivre, d'évaluer et, le cas échéant, de réorienter l'action de Choose Paris Region, la Région a défini un certain nombre d'indicateurs (cf. liste ci-dessous). Ces indicateurs annuels / pluriannuels doivent permettre de suivre l'activité et de mesurer les résultats obtenus selon une approche à la fois quantitative et qualitative.

Ces indicateurs sont découpés en deux parties. D'une part les indicateurs de performance de la région Ile-de-France auxquels contribuent les actions de Choose Paris Region. Ces indicateurs de performance se regroupent en indices de performance d'objectifs ambitieux et en cohérence avec les schémas régionaux et de l'attractivité de la région Île-de-France. Dans les tableaux ci-dessous la colonne « objectif commun » illustre cette cohérence. D'autre part les indicateurs de suivi et d'évaluation de l'activité. Cette liste n'est pas figée et pourra être complétée au besoin. Choose Paris Region a en outre la possibilité d'ajouter des éléments d'appréciation qualitatifs et quantitatifs de son activité.

Les indicateurs, tout comme leurs tendances, devront être définis au regard des moyens attribués à Choose Paris Region et de l'évolution de ceux-ci. Les indicateurs suivants sont envisagés, pour suivre la performance et informer la pertinence de l'action de Choose Paris Region et de ses partenaires, sur les différentes thématiques couvertes. Toutefois, cette base initiale pourra être revue ou enrichie, notamment à l'issue de la première année, pour s'assurer de suivre les indicateurs les plus utiles et pertinents.

INDICATEURS DE PERFORMANCE

1 : Penser l'attractivité internationale de la région Île-de-France

L'indice **d'attractivité internationale.** Cet indice stratégique est calculé sur la capacité à déployer un baromètre de l'attractivité sur tous les piliers invest, film, visit et work&live. Ce baromètre global à 360 degrés sera instauré pour évaluer l'attractivité vis-à-vis de toutes les cibles pertinentes. L'évaluation et la fourniture d'informations et d'outils pour le déploiement des stratégies régionales, avec un accent particulier sur l'attractivité et l'impact, sont un enjeu stratégique et figurent au cœur de nos missions.

Indicateur	Définition	Valeur de référence	Objectif	Objectif commun
Déployer le baromètre de l'attractivité sur toutes les cibles de l'agence	Mettre à disposition de l'intelligence stratégique pour une meilleure compréhension des enjeux d'attractivité, en identifiant les problématiques à résoudre au niveau régional ou national afin d'améliorer l'attractivité pour chaque public cible, tout en veillant à diffuser ces informations au sein de l'écosystème régional public.	N/A	Avoir un baromètre global 360 de l'attractivité au cours de l'année 2024	

2 : Renforcer l'offre d'attractivité internationale

L'indice **d'Impact Territorial**. Cet indice est calculé en combinant les 5 indicateurs (nombre de touristes par territoire, Investissements directs internationaux par territoire, nombre de lieux de tournages disponibles à destination des productions audiovisuelles et/ou cinématographiques par territoire, nombre de partenaires territoriaux participant à la définition et au déploiement de la stratégie d'attractivité de son territoire, indicateurs de durabilité par territoire) en une seule mesure qui reflète l'impact territorial global de la région Île-de-France sur l'ensemble du territoire francilien.

Indicateur	Définition	Valeur de référence	Objectif	Objectif commun
Nombre de touristes par territoires hors Paris	Visiteurs loisirs ou affaires de plus d'une nuitée dans la destination Île-de-France par territoire	En 2019 période avant covid, les visiteurs étaient concentrés à 57% à Paris contre 43% sur tous les autres départements	L'objectif est de contribuer à un meilleur équilibrage territorial avec l'ambition de se rapprocher de 50% visiteurs hors Paris d'ici 2026.	x
Projets d'investissements directs internationaux accompagnés avec des partenaires territoriaux	Nombre de projets d'investissement directs internationaux accompagnés avec des partenaires territoriaux en valorisant l'ensemble du territoire.	En 2023, 290 projets ont été accompagnés en lien avec des partenaires territoriaux.	Faire progresser de 10% le nombre de projets accompagnés en lien avec des partenaires territoriaux d'ici 2026.	
Nombre de lieux de tournages disponibles à destination des productions audiovisuelles et/ou cinématographiques par territoire	Les lieux de tournages à destination des productions audiovisuelles et cinématographiques sont alimentés par l'agence qui contribue à l'accessibilité de ces lieux. Ces lieux sont ensuite disponibles sur la base Film France.	Lieux de tournages sollicités par les productions audiovisuelles accompagnées par l'agence au cours de l'année 2022 – Répartition départementale : Essonne 25 Hauts-de-Seine 16 Paris 94 Seine-et-Marne 19 Seine-Saint-Denis 43	L'objectif est de contribuer à un meilleur équilibrage territorial en valorisant les décors en Île-de-France et notamment hors Paris.	

		Val-de-Marne 39 Val-d'Oise 19 Yvelines 23		
Nombre de partenaires territoriaux participant à la définition et au déploiement de la stratégie d'attractivité de son territoire	Accompagnement des partenaires territoriaux dans la définition de leurs stratégies de développement et d'attractivité, incluant le volet animation avec notamment les comités des territoires, réseaux des offices de tourisme ainsi que le soutien au lancement du réseaux des développeurs économiques.	A définir au regard de la valeur de référence qui sera atteinte en 2024 lors de la première année pleine post-fusion.	Poursuivre l'accompagnement marketing des territoires	x
Actions en faveur de la durabilité du territoire	Le nombre d'actions en faveur de la durabilité du territoire englobent plusieurs actions transverses de l'agence comme les Explorer Tours pour promouvoir l'écosystème francilien, les circuits et parcours thématiques durables ainsi que des actions d'accompagnement au changement des professionnels et des partenaires territoriaux.	En 2023, 45 actions ont été organisées en faveur de la durabilité du territoire	Faire progresser de 10% les actions en faveur de la durabilité du territoire d'ici 2026	x

3 : Prospecter et accompagner des cibles prioritaires

L'indice **de Prospection et d'Accompagnement des Cibles Prioritaires**. Cet indice est calculé en combinant les 5 indicateurs (nombre de projets industriels accompagnés, investissements dans les projets industriels, nombre de touristes des marchés prioritaires, Nombre de productions audiovisuelles/cinématographiques accompagnées, satisfaction des cibles prioritaires) en une seule mesure qui reflète l'attractivité de la région Île-de-France

Le Schéma Régional « Impact 2028 » reflète notamment la volonté de devenir la première région industrielle française d'ici son terme. Cet objectif sera évalué selon deux indicateurs produits par l'INSEE :

- Part de l'Île-de-France dans la production industrielle nationale,
- Nombre d'emplois dans l'industrie en Île-de-France.

L'indice de prospection et d'accompagnement des cibles prioritaires se matérialisera au travers d'indicateurs de performance ciblés comme l'investissement dans les filières prioritaires ou l'accroissement du nombre d'investissements dans les projets industriels qui permettent de piloter efficacement ces projets notamment lors des comités suivis de l'attractivité durant lesquels les différents points de synergie et de blocage pourront être évoqués et traités.

Indicateur	**Définition**	**Valeur de référence**	**Objectif**	**Objectif commun**
Investissements dans les projets industriels	Investissements directs internationaux en nombre de projets, nombre d'emplois à 3 ans et montant investi sur la typologie des projets industriels d'unité de production/réalisation	De 2020 à 2022, 48 investissements directs internationaux dans de projets industriels d'unités de production/réalisation qui représentent 1 228 emplois à 3 ans	Faire progresser (x2) les emplois liés aux investissements industriels d'unité de production/réalisation dans le bilan annuel des investissements internationaux sur trois 3 ans d'ici 2026	x
Investissements directs internationaux dans les filières prioritaires	Investissements directs internationaux en nombre de projets, nombre d'emplois à 3 ans et montant investi par typologie et filières définis à l'article 2.1 – objectif 3	En 2022, 431 IDI et 10 937 emplois à 3 ans dont 190 IDI et 4 176 emplois à 3 ans dans les filières prioritaires	Participer à l'accroissement des emplois dans les filières prioritaires définies à l'article 2.1 – objectif 3	x
Qualité des touristes loisirs et affaires sur la destination	Indicateur multi facteur évaluant : Paniers moyens touristes loisirs et affaires	En 2022 les visiteurs ont passé environ 3,9 nuits en moyenne avec un budget moyen de séjour	Participer à l'accroissement du panier moyen et du nombre de nuitées des	x

	Evolution du nombre de nuitées touristes loisirs et affaires	par personne de 444€. Visiteurs affaires : 4,5 nuits en moyenne avec un budget moyen de séjour par personne de 560€ Visiteurs loisirs : 3.7 nuits en moyenne avec un budget moyen de séjour par personne de 415€.	touristes loisirs et affaires	
Productions audiovisuelles/cinématographiques accompagnées	Les productions audiovisuelles et cinématographiques regroupent les typologies suivantes : Les longs métrages, séries plateformes et télévisées, les courts-métrages, les documentaires, clips et publicités.	En 2022, l'agence a accompagné 366 productions audiovisuelles/ cinématographiques	Faire progresser le nombre de productions audiovisuelles/ cinématographiques accompagnées de 10% d'ici 2026	x
Satisfaction des cibles prioritaires	Enquête de satisfaction menée à destination des cibles prioritaires[2] définis à l'article 2.1 objectif 3.	GCIM 2023 : 1ère métropole mondiale pour la majorité des 200 investisseurs étrangers sondés, la région Île-de-France est la plus spontanément citée comme la région la plus attractive au	Stabiliser ou faire progresser les valeurs de références de 2022 au cours de l'année 2024 et initier une réflexion autour de l'harmonisation d'une satisfaction globale autour de l'attractivité d'ici 2026.	

[2] Sur la partie Invest l'étude de satisfaction est établie dans le cadre du Global Cities Investment Monitor

		monde pour 50 % des répondants En 2023, la satisfaction liée aux opérations de promotion en France et à l'international s'établit à 95%		

4 : Développer la notoriété et l'influence d'une région dynamique, innovante et durable

L'indice **de Rayonnement de la région Île-de-France**. Cet indice est calculé en combinant les 5 indicateurs (notoriété de la région, couverture médiatique, réputation en ligne, trafic sur le site web, engagement sur les réseaux sociaux) en une seule mesure qui reflète l'ambition régionale globale de la région Île-de-France en termes de notoriété, de communication et d'image.

Indicateur	**Définition**	**Valeur de référence**	**Objectif**	**Objectif Commun**
Notoriété de la région au niveau national et international	Classement pertinent national/international	A définir selon les classements	A définir lors des comités de suivi de l'attractivité	x
Couverture médiatique	Retombées presse nationale/internationale	En 2023, plus de 170 articles de presse mentionnant Choose Paris Region	Faire progresser la couverture médiatique d'ici 2026	
Réputation en ligne	La réputation en ligne se développe à partir de l'ensemble des informations mises en ligne sur divers supports tels que les sites internet, les réseaux sociaux, les communiqués de presse et les ressources diffusées à l'externe. On la mesure notamment via :	En 2023, la base globale d'abonnés sur les réseaux sociaux[3] s'établie à plus de 725 000 abonnés 600 000 abonnés sur la cible B2C	Faire progresser de 10% la valeur de référence de la base globale d'abonnés sur les réseaux sociaux d'ici 2026. Il est à noter que la stratégie relative à la marque est en cours et aboutira sur une	

[3] Choose Paris Region au travers de ces activités à une présence sur LinkedIn, Facebook, Instagram et X, cette liste peut évoluer au cours du temps selon les besoins.

	Base d'abonnés sur les réseaux sociaux Optimisation des moteurs de recherche (SEO)	125 000 abonnés sur la cible B2B	stratégie digitale avec une harmonisation des outils digitaux et des réseaux sociaux.	
Trafic sur les sites internet	Le trafic sur les sites internet est évalué au regard du nombre de visiteurs uniques, de visiteur total, du nombre de pages vues ainsi que du temps moyen passé par page.	En 2023 le trafic global sur les sites internet s'établie à plus de 1 500 000 visiteurs	Faire progresser de 10% la valeur de référence du trafic global sur les sites internet d'ici 2026. Il est à noter que la stratégie relative à la marque est en cours et aboutira sur une stratégie digitale avec une harmonisation des outils digitaux et des réseaux sociaux.	
Engagement sur les réseaux sociaux	Mesurer l'efficacité de la stratégie digitale sur les réseaux sociaux au travers de l'engagement des différentes communautés.	En 2023, l'engagement des différentes communautés s'établit à plus de 35 millions d'impressions au travers des différents réseaux sociaux. 34 millions d'impressions sur la cible B2C 1 million d'impressions sur la cible B2B	Faire progresser de 10% la valeur de référence de l'engagement des différentes communautés d'ici 2026. Il est à noter que la stratégie relative à la marque est en cours et aboutira sur une stratégie digitale avec une harmonisation des outils digitaux et des réseaux sociaux.	

Sur les indicateurs de suivi, l'agence n'a pas pour objectif de les augmenter. Il s'agit d'un objectif de suivi de l'activité de l'agence.
Les indicateurs de suivi sont des indicateurs de l'action de l'agence ou de la destination qui permettent d'atteindre les indicateurs de performance. Ils ne sont pas nécessairement exhaustifs : l'agence pourra

informer la Région de tout autre indicateur d'actions mises en œuvre allant dans le sens de l'atteinte des indicateurs de performance listés plus haut.

INDICATEURS DE SUIVI ET D'ÉVALUATION

Objectif général n°1 : Penser l'attractivité internationale de la région Île-de-France

- Cartographie de la provenance des touristes et évolution du nombre de touristes total par typologie (affaires, loisirs)
- Cartographie de la provenance des investissements directs internationaux et évolution par typologie et pays d'origine

Objectif général n°2 : Prospecter et accompagner des cibles prioritaires

- Nombre d'opportunités[4] détectées, accompagnées et transformées en projet
- Nombre de projets détectés, accompagnés et gagnés
- Nombre de projets accompagnés et nombre de projets implantés selon leur impact positif, négatif ou neutre selon la grille des indicateurs du développement durable de l'ONU, pour chacun des 17 indicateurs.
- Nombre d'emplois créés et maintenus en N+3
- Nombre de services apportés par typologie de services, avec la distinction entre projets stratégiques et autres projets
- Nombre et typologie d'accompagnements fournis aux productions françaises et internationales
- Nombre de projets accompagnés par Film Paris Region par typologie de projets, en distinguant longs métrages et séries d'une part, et autres projets d'autre part
- Cartographie et nombre de contacts dans la base de données Gestion Relations Clients (nombre de contacts email captés) afin de développer un cycle relationnel

Objectif général n°3 : Renforcer l'offre d'attractivité

- Nombre de parcours (digital et présentiel) réalisés et nombre de participants
- Nombre d'entreprises franciliennes valorisées et mobilisées comme partenaires
- Nombre de lieux et décors de tournages référencés
- Nombre de partenaires et fiches produits disponibles sur la marketplace
- Nombre d'offres foncières et immobilières disponibles par type
- Nouvelles offres touristiques diffusées sur la base de données touristiques ou sites web
- Nombre de formation à destination des professionnels du tourisme réalisées et nombre de participants
- Nombre total de Volontaires du Tourisme, par établissement partenaires
- Nombre de congrès nationaux et internationaux bénéficiaires du Pack Accueil.

Objectif général n°4 : Développer la notoriété internationale d'une région dynamique, innovante et durable

- Nombre des prescripteurs répartis entre publics (représentations diplomatiques, institutions et écosystèmes d'innovation) et privés (cabinets de conseil, etc.) destinataires du discours
- Nombre et typologie d'actions réalisées sur des salons internationaux en France ou à l'étranger
- Newsletters envoyées, nombre d'abonnés et typologie
- Réseaux sociaux : nombre d'abonnés, nombre de posts, nombre de vues et taux d'engagements

[4] Entreprise dont l'hypothèse d'internationalisation est validée, l'entreprise est en contact avec Choose Paris Region via un ou plusieurs contacts clés. Deux conditions requises, il existe un cahier des charges mais la perspective de réalisation est à plus de 18 mois, ou la perspective de réalisation est à moins de 18 mois mais le cahier des charges n'est pas établi.