



FÉDÉRER - INNOVER - PARTAGER

Pour
une **intégration**
réussie en
Méditerranée

Rapport d'activité

2015-2016



OFFICE DE COOPÉRATION ÉCONOMIQUE POUR LA MÉDITERRANÉE ET L'ORIENT

Villa Valmer, 271 Corniche Kennedy 13007 Marseille

+33 (0)4 95 09 47 87 - www.ocemo.org

SOMMAIRE

1	Rapport d'activité 2015	3
1.1	Une gouvernance volontaire et déterminée	4
1.2	Un bilan 2015 qualitatif et concret	5
	Un partenaire de référence	5
	Un acteur local de qualité	5
	Un agrégateur de réseaux reconnu	6
1.3	Communication : une stratégie de renforcement	7
1.4	La démarche de responsabilité sociétale et environnementale de l'Office	13
2	Perspectives 2016	15
2.1	Des perspectives 2016 prometteuses	16
	Le rôle fédérateur de l'Office redynamisé sur de nouvelles bases	16
	Un calendrier ambitieux pour les deux prochains exercices	16
2.2	Les nouveaux enjeux de la communication	18
3	Le programme Connaissance des Hommes et des Territoires en Méditerranée (Côté Med)	23
4	Le programme Jeunesse	27
4.1	Réseau Méditerranée Nouvelle Chance – MedNC	29
4.2	HOMERe - High Opportunity for Mediterranean Executives Recruitment	34
4.3	« JEY »: Jeunes entrepreneurs - Entrepreneurship for Youth	36
5	Promotion du territoire et développement économique	39
5.1	Semaine Economique de la Méditerranée	41
5.2	EDILE	47
5.3	Les Rendez-vous de l'OCEMO	50
6	L'équipe OCEMO	55

01

Rapport d'activité 2015



1.1 UNE GOUVERNANCE VOLONTAIRE ET DÉTERMINÉE

Un certain nombre de points de gouvernance ont été revus au cours de l'exercice 2015. Ils ont été validés par l'ensemble des membres lors de l'Assemblée Générale du 2 juillet 2015 et portés dans les statuts de l'Association, déposés en Préfecture selon les dispositions légales, ainsi que dans le règlement intérieur.

En premier lieu la gouvernance a manifesté sa volonté d'inscrire l'Office dans une gradation de ses cotisations au regard des contreparties proposées. C'est bien ici la reconnaissance collective du savoir-faire de l'OCEMO qui est apprécié et la qualité des produits et services qu'il offre qui prend toute sa valeur.

Si le travail collaboratif mis en œuvre par certains membres de l'OCEMO est fondamental car il contribue, directement ou non, à ses revenus, les cotisations des membres à l'OCEMO évoluent vers un agencement en trois niveaux. A compter de l'exercice 2016, l'échelonnement suivant des cotisations à l'Office est inscrit dans son règlement intérieur :

- cotisation participative d'un montant de 1 000 € pour intégrer le réseau OCEMO et bénéficier des informations et contenus qu'il produit. Cette cotisation inclut la participation aux projets pilotés par l'OCEMO ;
- cotisation active d'un montant de 5 000 €. Il s'agit d'une participation intermédiaire car motivée par des politiques de responsabilité sociale et environnementale orientées vers la Méditerranée ;
- cotisation institutionnelle, pour les membres ayant vocation à favoriser le développement de l'activité sur le territoire avec :
 - un seuil minimum de 10 000 €
 - une participation statutaire minimale de 50 000 € pour les collectivités territoriales
 - ou un montant non limité pour les membres souhaitant soutenir activement les activités de l'Office et de son réseau.

En second lieu, la détermination de la gouvernance de l'Office s'exprime collectivement dans la possibilité qui lui est donnée de concourir aux appels à projets de la Commission européenne. Ce point fondamental, qui est en passe de dessiner une nouvelle dynamique pour l'OCEMO (voir section 2.1), montre bien que ses efforts vers une constante amélioration et une réelle professionnalisation sont identifiés et validés et que l'Office est à présent reconnu comme un acteur territorial qui, sur son champ d'action, peut apporter une réelle expertise au sein de consortiums internationaux.

Enfin, le Cercle des Economistes Arabes, représenté par Monsieur Samir Aïta, a intégré le Conseil d'Administration de l'OCEMO.

La liste des administrateurs mise à jour a été déposée en Préfecture.

1.2 UN BILAN 2015 QUALITATIF ET CONCRET

Un partenaire de référence

Comme annoncé, l'année 2015 a été, pour l'Office, une année de stabilisation de sa stratégie, de consolidation et d'approfondissement de ses programmes, en lien direct, et encore plus resserré, avec ses partenaires.

Dans la dynamique des actions de positionnement mises en œuvre en 2014, l'Office a établi de façon incontestable sa notoriété sur des bases de qualité, de sérieux et de rigueur. L'OCEMO est un partenaire de référence. Sa nouvelle stratégie ambitieuse, comme l'an passé et forte de son expertise acquise, à consolider son réseau et à valoriser ses collaborations dans une logique d'optimisation de ses ressources et de ses moyens. Les actions engagées cette année aux côtés de différents partenaires sont emblématiques de ce positionnement. Celui-ci reçoit sa consécration institutionnelle à travers les axes de travail fructueux poursuivis en collaboration avec l'Union pour la Méditerranée : les programmes MedNC et HOMERE sont labellisés UpM, le dispositif SEM a bénéficié du soutien financier et de l'accompagnement institutionnel du SG de l'UpM.

Un acteur local de qualité

Pour confirmer son action auprès des partenaires locaux, l'Office a intensifié et réussi son positionnement territorial dans la lignée des objectifs initialement tracés.

En premier lieu, l'OCEMO appuie ses partenaires territoriaux pour renforcer et optimiser les rendements de leurs coopérations décentralisées. Ainsi, à travers plusieurs de ses programmes, l'Office devient un point de relais de l'action des collectivités territoriales, voire un prestataire au bénéfice de l'action extérieure de certaines d'entre elles puisque celles-ci lui confient des missions spécifiques qui entrent dans son champ d'action : ainsi, la ville de Marseille a demandé à l'Office, en lien avec l'Ecole de la Deuxième Chance (E2C) de Marseille, de contribuer à la création d'une E2C à Alexandrie, ville avec laquelle la cité phocéenne dispose d'un accord de coopération.

En second lieu, en 2015 comme lors des exercices précédents, l'Office a su répondre à la confiance des partenaires locaux à travers sa mission de coordinateur de la Semaine Economique de la Méditerranée (SEM). Celle-ci, dont tous les partenaires

reconnaissent la montée en gamme progressive, est devenue un événement majeur inscrit dans l'agenda international des partenaires économiques de la Méditerranée. Après avoir organisé la SEM autour d'une thématique annuelle et avoir regroupé les événements dans un lieu unique l'OCEMO s'est efforcé d'en structurer le partenariat. Si les partenaires privés sont encore trop peu nombreux, de grands institutionnels ont rejoint l'exercice : le MAEDI en 2013, le Conseil départemental des Bouches-du-Rhône en 2015 faisant de la SEM un événement unique réunissant la totalité des collectivités locales-, et l'Union pour la Méditerranée, ce qui renforce son positionnement international et favorise encore le rapprochement et la coopération entre Barcelone et Marseille.

Avec 17 pays représentés en 2015, l'exercice assure la consolidation du dialogue politique et de la coopération économique, financière, sociale et culturelle au niveau régional. La SEM accompagne l'émergence et la promotion des porteurs de projets et des PME locales innovantes et favorise l'harmonisation des politiques des institutions locales à l'international. Pour 2016, la mission de coordination de l'Office est reconduite.

Les problématiques abordées dans le cadre de la SEM sont au cœur des préoccupations des collectivités territoriales : la thématique choisie lors de la dernière édition de la SEM (novembre 2015) portait sur le développement urbain durable et l'aménagement du territoire. La SEM 2015 a ainsi soutenu, durant quatre jours de travail, des exemples concrets qui montrent comment construire une ville durable en Méditerranée, rassemblant les conditions du vivre ensemble pour contribuer à l'image constructive de la région. Il s'agissait de valoriser l'attractivité de ses villes, et de bénéficier de l'expérience d'acteurs de toute la Méditerranée pour réduire au maximum leurs impacts sur l'environnement et répondre aux besoins des citoyens afin de favoriser un meilleur vivre en ville.

Au-delà de la SEM, l'OCEMO, porteur de la visibilité et du rayonnement territoriaux, contribue à l'avancement des réflexions autour de thèmes d'intérêt concernant la région Méditerranée et à une meilleure connaissance de la zone à travers deux types d'événements. Ces derniers, de moindre importance que la SEM en termes de participation, sont organisés et portés par l'OCEMO. Tout d'abord, les « *Ateliers de l'OCEMO* » qui, en partenariat avec les membres de l'Office, participent à la production de réflexions et de contenus exploitables et présentent des programmes d'intérêt général et de coopération économique à ses membres et partenaires,

et plus particulièrement aux acteurs de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur et de la Méditerranée grâce à la diffusion de publications issues de ces ateliers. Ensuite, les « Cafés-débats de la Méditerranée » offrent une meilleure connaissance de la région méditerranéenne et des pays qui la composent. Ils sont organisés en partenariat avec les consulats présents à Marseille et les chambres de commerce bilatérales et portent le focus sur un pays spécifique en appuyant sur ses relations économiques, culturelles, diplomatiques et sociales avec la France en général et la région PACA en particulier. Depuis leur création en 2014, onze Ateliers de l'OCEMO et deux Cafés-débats de la Méditerranée (Portugal et Turquie) ont été organisés.

Un agrégateur de réseaux reconnu

Le travail accompli depuis 2012 par l'Office afin de structurer et de faire vivre un réseau méditerranéen de dispositifs soutenant l'employabilité des jeunes diplômés -ou non- au chômage est constant et s'inscrit dans un véritable cercle vertueux. Au-delà de ce travail de terrain et des résultats impulsés par cette action, il s'agit aussi, pour l'Office, de contribuer à valoriser les partenariats entre la France et les pays méditerranéens, et de s'inscrire dans une démarche de coopération vers ces territoires. Outre la collaboration bilatérale et multilatérale avec les instruments de la diplomatie française (Instituts Français...), l'OCEMO s'est constitué en moins de trois ans un réseau de partenaires publics, privés et de la société civile au sud de la Méditerranée.

Ce réseau, qui comprend des ministères, des grands industriels (OCP¹, CPG², Danone, Cevital,...), des banques, des assurances, des ONG, des bureaux locaux d'organisations internationales (PNUD, UNICEF,...), des chambres de commerce (CACI³, CCFE⁴...) et des syndicats (UTICA⁵, FCE⁶...) est mis à la disposition de tous les membres de l'Office qui souhaitent renforcer ou étendre leurs activités au sud de la Méditerranée.

L'initiative Méditerranée Nouvelle Chance (MedNC) a ainsi structuré un réseau solide et organisé, et, en diffusant un savoir-faire reconnu, s'inscrit aussi dans les axes de coopération de l'action extérieure des collectivités locales. Elle prolonge les partenariats naturels des administrateurs de l'Office avec les pays du sud de la Méditerranée et avec les pays du sud de l'Europe. Rappelons que ces initiatives

prennent tout leur sens au regard des chiffres du chômage et des fuites de plus en plus fréquentes vers la radicalisation de la jeunesse méditerranéenne. Le programme propose aussi des solutions testées pour améliorer la qualité de la main d'œuvre employée dans les pays du sud par des entreprises françaises, telles que Danone, par exemple, pour l'initiative algérienne, ce qui est suivi par les acteurs industriels avec beaucoup d'attention. Ce programme a aussi l'ambition de favoriser la recherche de synergies métiers (formation par filières) et de les accompagner dans cette dimension d'employabilité, si cruciale chez les partenaires du sud.

Inspirée par les process de l'Ecole de la Deuxième Chance de Marseille, la dynamique méditerranéenne installée dans le cadre du programme a permis l'émergence d'un modèle « Nouvelle Chance » qui trouve, en 2015, sa pleine réalisation : à ce jour, 22 partenaires méditerranéens sont engagés au sein du Réseau MedNC et 14 ont émis des marques d'intérêt sérieuses qui devraient se concrétiser dans les prochains mois. A l'échelle régionale méditerranéenne, l'OCEMO coordonne les partages d'expérience, la réflexion collective et les échanges de savoir-faire et de bonnes pratiques. En 2015, l'Office a apporté un appui à la création, au développement et à la consolidation de plusieurs dispositifs MedNC. Aujourd'hui, le Réseau est stabilisé dans six pays, avec des coordinateurs nationaux qui appuient les dispositifs locaux, complétés par des partenariats avec les organismes publics⁷, le secteur privé et la société civile. Une plateforme d'échange destinée à tous les membres a également été lancée en 2015 pour accompagner le développement du Réseau.

Pour ce faire, l'Office a su mobiliser les grands opérateurs internationaux, tels que l'AFD et l'Union pour la Méditerranée.

A travers les cinq comités d'orientation qui se seront tenus depuis 2012, à Casablanca, à Tunis, à Barcelone, à Rabat et à Marseille, la labellisation UpM, et l'extension à l'Espagne et à l'Egypte (en cours), les avancées sont significatives. Enfin, si, pour des raisons d'économie budgétaire, l'AFD a décidé de ne pas reconduire sur les bases initiales, son partenariat, les membres du réseau ont validé leur capacité à monter un consortium dans le cadre d'un appel à projet européen qui permettrait de donner une nouvelle dimension à l'initiative. Ce pas sera franchi en 2016.

1. Office Chérifien des Phosphates (Maroc)

2. Compagnie des Phosphates de Gafsa (Tunisie)

3. Chambre Algérienne de Commerce et d'Industrie

4. Chambre de Commerce Française en Egypte

5. Union Tunisienne de l'Industrie, de Commerce et de l'Artisanat

6. Forum des Chefs d'Entreprises (Algérie)

7. En Tunisie, avec les Ministères de la Formation professionnelle et de l'Emploi et de l'Enseignement supérieur. En Egypte, avec le secrétaire d'Etat à la formation professionnelle et des recteurs universitaires, sous le patronage du Gouverneur d'Alexandrie.

1.3 COMMUNICATION : UNE STRATÉGIE DE RENFORCEMENT

Consolidation de la communication

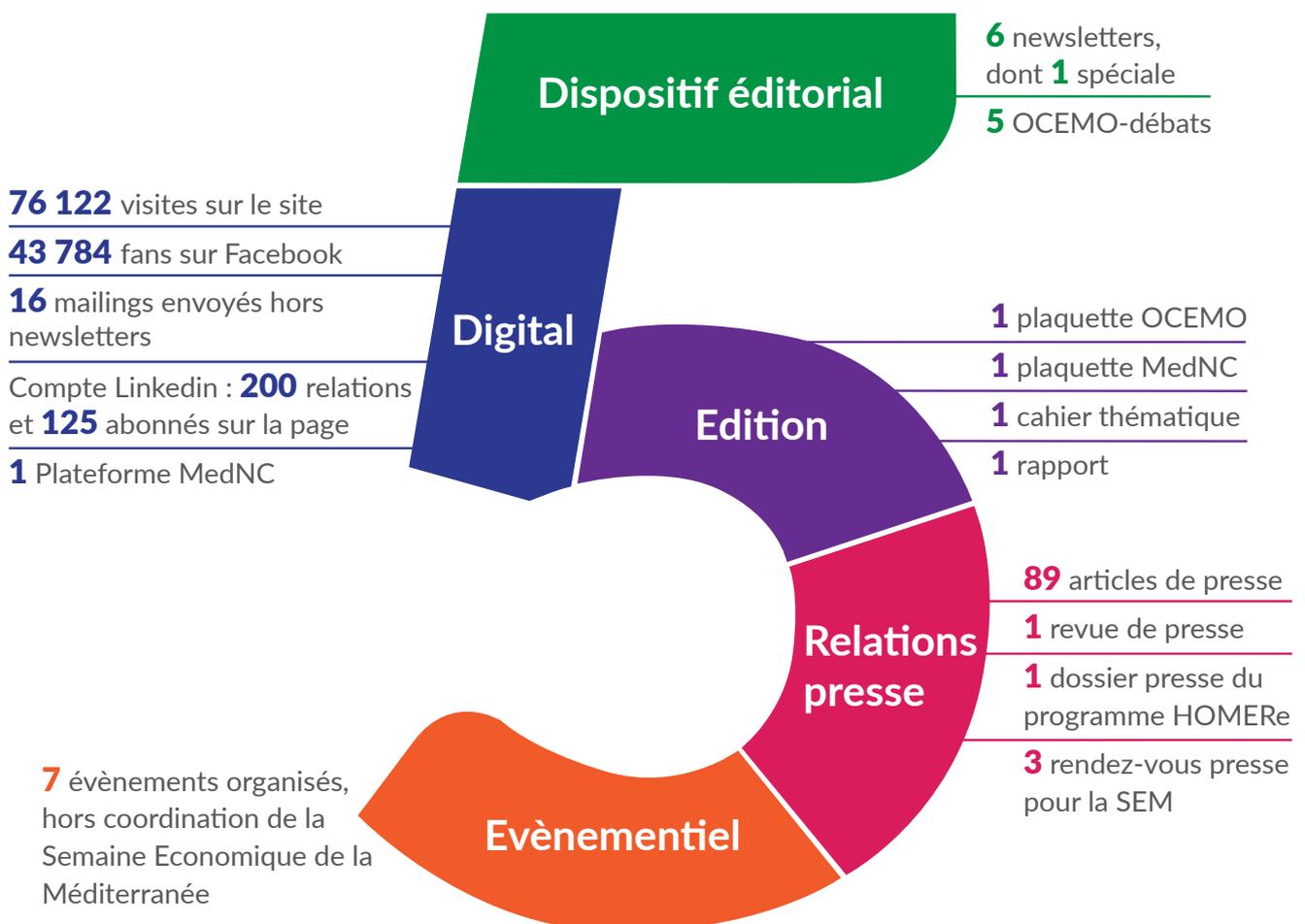
2015 a été riche en événements marquants et en actualité. En conséquence, la communication de l'OCEMO s'est intensifiée, à l'instar de l'activité de l'Office et de ses programmes. Alors que la communication 2014 avait été conçue dans le but de renforcer la notoriété et la lisibilité de l'Office auprès de ses partenaires et des organismes locaux, celle de 2015 a voulu répondre à de nouveaux objectifs :

- renforcer la légitimité de l'Office auprès des partenaires et l'ancrage local ;
- promouvoir de nouvelles collaborations et sa dimension internationale ;
- valoriser son image et continuer à crédibiliser son efficacité ;
- renforcer la notoriété de la structure et celle de ses programmes, notamment au Sud de la Méditerranée ;
- pérenniser les partenariats et en développer de nouveaux.

L'élargissement de la communication et des partenariats a permis de mieux faire connaître l'OCEMO et ses programmes au niveau méditerranéen. En 2015, la quantité d'actualités liées à l'Office et sa capacité de création de contenus ont encore augmenté. De plus, la nouvelle dynamique en termes d'organisation de rencontres ou de participations à des conférences a permis d'atteindre une cible plus large et de conforter le positionnement et le rôle de l'OCEMO comme acteur de la coopération méditerranéenne.

Bilan et résultats de la communication OCEMO

Pour répondre aux défis de la communication cinq activités principales ont été mises en place en 2015 :



DES DISPOSITIFS ÉDITORIAUX NOVATEURS

Toute stratégie de contenu nécessite des supports adéquats. Ces supports permettent de structurer et de diffuser l'information.

Newsletters

En 2015, six newsletters informant sur l'actualité de l'OCEMO et celle de ses membres ont été adressées à la base de contacts de l'Office. Elles permettent de diffuser la connaissance sur la Méditerranée, ses acteurs et leurs activités auprès d'une cible large. Ces newsletters, co-rédigées avec des journalistes indépendants, en lien avec nos membres, sont non seulement particulièrement appréciées par ces derniers, mais également par les lecteurs selon les chiffres d'ouverture :

6 newsletters
7800 contacts
19% taux d'ouverture moyen
Plus de **80** articles réalisés

OCEMO-débats

Dans le cadre de son programme « *Connaissance des Hommes et des territoires en Méditerranée* » (Côté Med) permettant de mieux connaître les jeunes des pays du sud de la Méditerranée et leurs attentes, l'OCEMO a initié une publication bimestrielle nommée « OCEMO-débats ».

Après une phase de collecte et d'analyses des données, des articles ont vu le jour. Compte tenu de la diversité des résultats et afin de les rendre accessibles au plus grand nombre, l'OCEMO présente, depuis novembre 2014, les résultats de ses travaux à travers cette publication bimestrielle. Elle traite, de façon très variée les résultats de l'Enquête pilotée par l'OCEMO de 2013 à 2014. Cette publication a été envoyée à une base de données qualifiée.

5 publications
550 contacts
37% taux d'ouverture moyen

DIGITAL

Mailings

En 2015 nous avons pérennisé et intensifié l'envoi de mailings d'information. Au total 16 mailings ont été envoyés (hors newsletters) contre 6 en 2014.

Il peut s'agir soit de mailings ciblés, quand il s'agit d'informer sur l'avancement d'un programme, soit de mailings envoyés au listing général de l'Office (listing de la Newsletter) quand il s'agit d'une invitation à un évènement ou d'une information grand public. Cet outil de diffusion est également bénéfique aux membres de l'Office quand ils organisent un évènement avec lui.

Site internet

Dans un souci d'amélioration continue, un travail a été effectué au fur et à mesure de l'année sur l'ergonomie du site, sa lisibilité et l'accès à l'information. Des nombreuses actualités ont été postées à raison d'environ deux à trois par semaine.

Chiffres 2015 :

76 122 visites en 2015
6 343 visites moyennes par mois
En moyenne **2 860** visiteurs uniques par mois
3,2 pages vues par visite

+ 170 % Le nombre de visiteurs moyen par mois a plus que doublé entre 2014 et 2015, il est passé de 1 062 à 2 860.

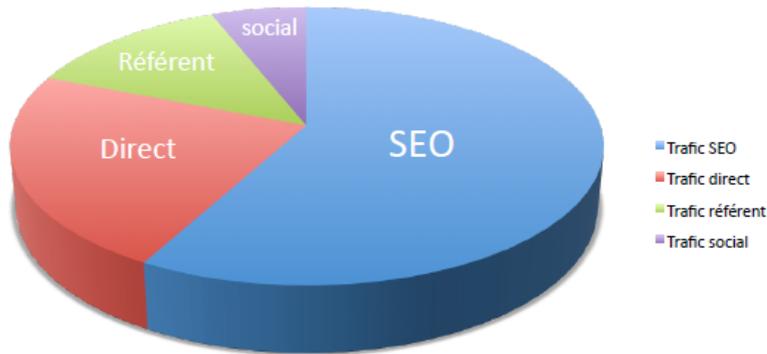
Résultats trafic du site d'OCEMO

	Visiteurs	Visites	Pages vues	Visites mobile
Janvier	2 902	5 859	18 851	555
Février	2 251	4 139	13 965	1 626
Mars	4 504	8 512	24 750	1 555
Avril	3 495	6 488	19 380	1 878
Mai	2 358	5 844	16 305	1 513
Juin	2 925	6 628	25 113	1 890
Juillet	1 858	4 848	20 279	1 863
Août	1 174	4 604	15 491	1 990
Septembre	3 269	7 102	22 263	2 466
Octobre	4 246	9 198	25 671	3 681
Novembre	2 833	7 032	21 825	2 386
Décembre	2 456	5 868	21 444	2 262

Etant donné le nombre de pages vues par visite, nous constatons que les internautes portent un véritable intérêt pour le contenu du site internet.

Nous pouvons constater des pics de fréquentation à deux périodes : mars/avril et septembre/octobre/novembre. La première période correspond au lancement du programme HOMERe et au moment de la diffusion du rapport OCEMO « *Formation et emploi des jeunes dans les pays méditerranéens* ». La seconde période

Répartition des sources du trafic en 2015



Sources du trafic	%
Trafic SEO	57,27%
Trafic direct	23,16%
Trafic référent	13,66%
Trafic social	5,90%

Trafic SEO : recherche sur un moteur de recherche avec mots clés

Trafic direct : url du site tapé directement et cliques dans un lien d'un e-mailing

Trafic référent : utilisateur venant d'un site référent

Trafic social : flux issus des réseaux sociaux (87% issu de Facebook)

correspondant à la Semaine Economique de la Méditerranée. Nous constatons également un accroissement du nombre de visites aux périodes d'envoi des newsletters. Toutefois la différence est moins importante qu'en 2014 : en effet l'envoi de mailings tout au long de l'année a permis de lisser les flux vers le site internet.

A noter que les cliques dans les liens des mailings envoyés sont la deuxième source de trafic.

Après analyse des résultats, nous pouvons conclure que l'augmentation de la qualité et de la quantité d'informations publiées sur le site, ainsi que l'augmentation du nombre de mailings envoyés en 2015, ont largement contribué à une meilleure visibilité de l'OCEMO, de ses membres et de leurs actions sur le web et à une meilleure diffusion de la connaissance de la Méditerranée.

Profil des utilisateurs :

1.	France	9 842 (58,35 %)
2.	Morocco	1 512 (8,96 %)
3.	Tunisia	1 435 (8,51 %)
4.	United States	601 (3,56 %)
5.	Spain	541 (3,21 %)
6.	Algeria	466 (2,76 %)
7.	Belgium	221 (1,31 %)
8.	Germany	181 (1,07 %)
9.	Italy	169 (1,00 %)
10.	(not set)	169 (1,00 %)

Après la France ce sont le Maroc et la Tunisie qui sont en tête sur le nombre de visites.



Réseaux sociaux

Le réseau Facebook a permis de relayer les activités de l'Office, celle de ses membres et des informations concernant la Méditerranée.

Chiffres :

43 784 fans

38 publications

Portée totale : **8 178** personnes ont vu du contenu lié à l'OCEMO

Nous notons une baisse du nombre de fans, 43 784 au 31 décembre 2015 contre 50 112 au 1^{er} janvier 2015. Cette perte de fans est liée à une mise à jour Facebook, la manière de mesurer les personnes qui aiment la Page a évolué et Facebook a supprimé les mentions « J'aime » des comptes inactifs depuis le mois de mars 2014.

Le nombre de publications est resté stable 38 en 2015 contre 36 en 2014.

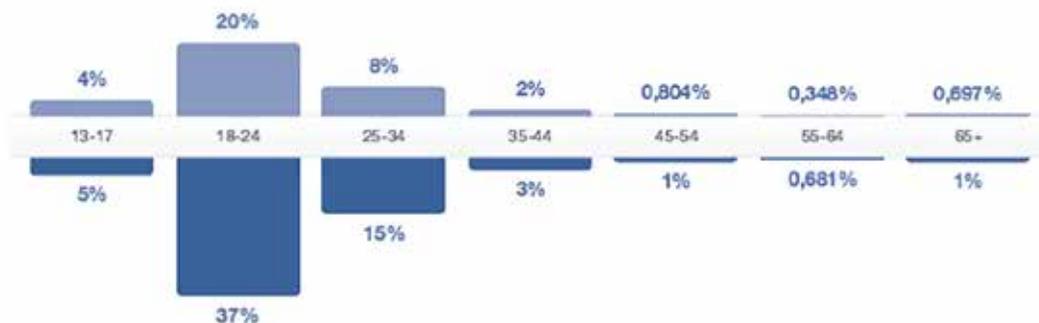
Profil des fans

Femmes

36% Vos fans

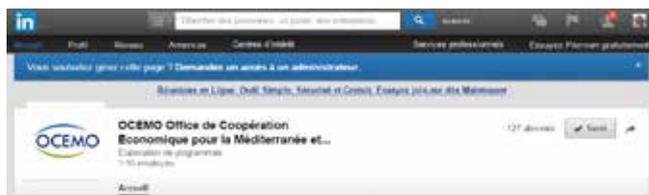
Hommes

64% Vos fans



Pays	Vos fans	Ville	Vos fans
Algérie	18 162	Tunes, Tunis Governor...	7781
Tunisie	12 606	Algar, Wilaya d'Alger, A...	3901
Maroc	4823	Casablanca, Grand Ca...	1683
Égypte	2055	Zhongshan, Guangdon...	1447
France	1811	Sfax, Tunisie	1424
Chine	1500	Oran, Wilaya d'Oran, A...	1027
États-Unis	469	Constantine, Wilaya de...	1247
Libye	441	Sétif, Wilaya de Sétif, ...	1055
Italie	133	Batna, Wilaya de Batna...	1018
Arabie Saoudite	112	Sousse, Gouvernorat d...	796

Les fans de la page Facebook OCEMO sont principalement des jeunes de 18 à 24 ans issus des pays du Maghreb (Algérie, Tunisie, Maroc...)



La page LinkedIn a été réactivée en 2015 : en un an nous sommes arrivés à 127 abonnés.

Chiffres :

- 20 articles publiés
- 6 465 impressions (Nombre de fois où chaque nouvelle a été vue par les utilisateurs LinkedIn)

EDITION

Plaquette : la plaquette OCEMO a été mise à jour en fonction des avancées des programmes.

Plaquette MedNC : une plaquette de présentation du programme Méditerranée Nouvelle Chance (MedNC) a été réalisée en trois langues : français, anglais et arabe.

Cahiers de l'OCEMO : un Cahier de l'OCEMO a été produit afin de diffuser les réflexions liées à la thématique de la Semaine Economique de la Méditerranée 2015. Il a permis de donner une tribune à des experts et des acteurs économiques ou de la coopération en Méditerranée et d'apporter des éléments de compréhension ainsi que des points de vue variés sur le rôle des villes dans l'attractivité des territoires et les défis auxquels doivent répondre les villes méditerranéennes.



Rapport OCEMO : Dans le cadre du programme MedNC, l'OCEMO a commandité une étude sur la formation et l'emploi des jeunes dans les pays méditerranéens. Cette étude comparative réalisée par Yusuf Kocoglu, Professeur à l'Université du Sud-Toulon-Var et suivie par Michèle Mansuy, est accompagnée de trois fiches pays soulignant les spécificités de l'Algérie, de la Tunisie et du Maroc. Ce rapport a été mis en forme et diffusé par mail à la base de contacts de l'Office.

RELATIONS PRESSE

En 2015, l'OCEMO a comptabilisé une couverture presse de 89 articles (hors actualité de la Semaine Economique de la Méditerranée) sur différents types de médias à la fois généralistes et spécialisés, qui ont mis en avant les actualités de l'Office :

- parutions web : 78
- presse écrite : 5
- interviews vidéo : 5
- radio : 1

Pierre Massis, Délégué général de l'Office, a participé à 3 interviews vidéo et plateaux Tv et 1 interview radio.

Sur les 89 articles évoquant les activités de l'OCEMO, 40% ont été réalisés par des médias étrangers appuyant ainsi la dimension internationale de l'Office.

EVÈNEMENTIEL

En 2015, dans le cadre de son programme « Les Rendez-vous de l'OCEMO », l'Office a organisé ou co-organisé 7 évènements (hors coordination de la Semaine Economique de la Méditerranée). Ces rencontres sont bâties selon deux axes : les « Ateliers de l'OCEMO » et les « Cafés-Débats de la Méditerranée » (voir section 5.3) :

- 17 mars 2015 à la Villa Méditerranée : Lancement du programme HOMERe « *Faire de la Méditerranée un bassin d'emplois* » ;
- 18 juin 2015 à la Villa Méditerranée : « *La coopération régionale en matière d'énergie et de changement climatique, dans le cadre de l'Union pour la Méditerranée* » ;
- le 4 novembre 2015 à la Villa Méditerranée : session d'introduction de la Semaine Economique de la Méditerranée « *L'évolution des villes en Méditerranée : Villes rêvées, villes vécues* » ;
- le 4 novembre 2015 à la Villa Méditerranée : 1^{ère} édition des Trophées de l'investissement inclusif et lancement officiel du label EDILE ;
- le 5 novembre 2015 à la Villa Méditerranée : « *L'innovation au service des villes et des territoires* » ;
- le 6 novembre 2015 à la Villa Méditerranée : « *La finance, trait d'union entre les métropoles en Méditerranée* » ;
- le 14 décembre 2015 à la Villa Valmer : Café-débats « *Entre mer Méditerranée et mer Noire, la Turquie au carrefour de l'espace méditerranéen* ».

Bilan et résultats de la communication programmes

La régularité de l'information diffusée a permis à l'OCEMO de mieux faire connaître ses actions et de les développer à l'international au bénéfice du développement de ses programmes.

Certaines actions sont à souligner notamment concernant le programme jeunesse :

LE PROGRAMME JEY : JEUNES ENTREPRENEURS – ENTREPRENEURSHIP FOR YOUTH

En 2015, l'équipe JEY Entrepreneuriat a poursuivi la structuration de son réseau et a, dans un premier temps, accordé la priorité au développement du Réseau JEY au Maroc

en organisant le concours PHARE. Ainsi, les principales actions de communication du programme portaient sur l'organisation de cet évènement :

- Réalisation et publication sur internet d'une vidéo sur la mission préparatoire du concours
- Création et gestion d'une page Facebook et d'un évènement Facebook liés au PHARE
- Préparation et diffusion du programme de l'évènement

Par ailleurs des actions plus générales relatives au programme JEY ont été réalisées :

- Participation au choix et à la réalisation d'un nouveau logo
- Mise en place d'une Newsletter mensuelle
- Rédaction régulière d'articles relatifs aux activités du programme
- Gestion d'une page Facebook du projet (plus de 450 « j'aime » à la fin de l'année 2015)
- Création d'une chaîne YouTube

RÉSEAU MÉDITERRANÉE NOUVELLE CHANCE – MEDNC

Outils de communications :

Durant l'année 2015, des roll-up ont été élaborés afin de faciliter la communication lors des différents évènements du Réseau. La plaquette du programme en anglais et en arabe a été largement diffusée et ce, au sein d'évènements d'envergure (Semaine Economique de la Méditerranée à Marseille, 4^{ème} Comité d'Orientation à Rabat et lancement des E20 à Barcelone).

Rédactionnel :

Outre les articles qui paraissent régulièrement sur les sites de l'OCEMO et de l'UpM, plusieurs articles dans la presse tunisienne (l'économiste maghrébin), algérienne (AlgerParis) et espagnole (El País, ElPeriodico Sociedad, El Punt Avui...) ont relayé des informations relatives à l'action.

Web et réseau sociaux :

- groupe Facebook MedNC : 30 membres et 28 publications.
- Création d'une chaîne Youtube du Réseau : 4 vidéos.
- Finalisation de la plateforme MedNC. C'est un outil d'échange et de partage destiné à tous les membres du Réseau.

Lobbying :

Les équipes de l'OCEMO ont présenté le programme MedNC auprès d'interlocuteurs importants:

- le PNUD, dans le cadre d'un atelier sur le thème : « Développement économique local, moyen de mise en œuvre de l'agenda post-2015 » ;
- le MAEDI, lors d'un atelier « Professionnalisation et Employabilité des jeunes en Méditerranée » ;
- le cabinet du Ministre tunisien de la Formation professionnelle et de l'Emploi (MFPE) dans le cadre d'une réunion de partage d'expériences.

HOMERE " HIGH OPPORTUNITY FOR MEDITERRANEAN EXECUTIVES RECRUITMENT "

L'OCEMO a organisé le lancement du programme HOMERe le 17 mars 2015 à la Villa Méditerranée. Cette conférence a été l'occasion de présenter le programme, son fonctionnement, ses apports aux jeunes diplômés et aux entreprises en Méditerranée. Des témoignages concrets d'entreprises, d'écoles et de stagiaires participants au programme ont pu être entendus.

Dans ce cadre un plan de communication a été déployé, un important travail de lobbying et de relations presse a également été effectué.

Quelques chiffres :

- Près de 140 participants
- 4 mailings envoyés à 8000 contacts
- 9 articles publiés sur le site OCEMO, la newsletter et les réseaux sociaux
- 1 communiqué de presse
- 1 invitation presse envoyé à 606 médias régionaux et du Maghreb
- 1 dossier presse
- 1 revue de presse
- 7 interviews réalisées par 3 médias
- 22 articles de presse
- 13 publications sur les sites de partenaires
- 126 partenaires-relais contactés

1.4 LA DÉMARCHE DE RESPONSABILITÉ SOCIÉTALE ET ENVIRONNEMENTALE DE L'OFFICE

L'OCEMO se préoccupe de l'impact de ses décisions et de ses activités, ce qui se traduit par un engagement sur des enjeux sociétaux et environnementaux. A ce titre, l'Office se fixe des priorités sur des questions centrales telles que les relations et conditions de travail, les communautés, le développement local et l'environnement.

Enjeu n° 1 : Réduire l'empreinte environnementale et générer un impact social positif

L'OCEMO a recours au recyclage de papier en partenariat avec « *Allo Récup* », permettant ainsi de limiter sa production de déchets et son impact sur l'environnement.

Par ailleurs, cette année, les carnets de notes produits à l'occasion de la SEM 2014 et non utilisés, ont été offerts à l'association Solidarité Laïque dans le cadre du programme « *un cahier, un crayon* ». L'objectif étant de les envoyer au Mali et de les redistribuer aux réfugiés récemment arrivés sur le territoire. Ainsi ce sont environ 500 carnets de notes qui ont contribué à la « *rentrée solidaire* ».

De plus, l'OCEMO recycle ses cartouches auprès de « *Recycl'me* », entreprise associée à un programme de lutte contre le cancer et qui participe au programme national Recyclage Solidaire, permettant le recyclage des cartouches d'encre au profit d'associations de solidarité. Ce programme permet à de nombreuses associations d'accéder à de nouvelles sources de financement pour leurs projets, et d'autre part, de limiter l'empreinte environnementale de l'Office.

A travers ces actions, l'OCEMO souhaite répondre au mieux à ses obligations légales en termes de traitement des déchets et contribuer au développement de l'économie circulaire et solidaire tout en maîtrisant les impacts environnementaux de son activité.

Enjeu n°2 : Favoriser le développement humain

L'OCEMO porte une attention particulière à ses collaborateurs et veille à contribuer à leur développement personnel et professionnel. L'emplacement des locaux proposés gracieusement par la ville de Marseille et situés dans le parc Valmer offre aux collaborateurs de l'Office un cadre de travail privilégié et une atmosphère calme et sereine. Cet engagement se traduit aussi par des conditions de travail favorables tel qu'une flexibilité des horaires, permettant ainsi aux salariés de gérer leur journée de travail dans un cadre optimisé de productivité.

L'Office a également recours à des contrats de travail permettant l'insertion et l'alternance. En effet, en 2016, un contrat aidé et deux contrats de professionnalisation sont en place et permettent ainsi à trois collaborateurs de bénéficier d'une formation et de développer leurs compétences. Pour mémoire, l'Office a toujours engagé cette démarche d'insertion de jeunes actifs en favorisant l'ouverture de son activité aux stagiaires et aux personnes en contrats aidés. L'accès à la formation vaut pour tous les salariés, puisque l'Office leur permet de suivre des formations professionnelles régulières, en vue d'accroître leur expertise. En 2015, le pôle communication a pu renforcer ses compétences à travers trois formations professionnelles et le pôle gestion s'est également perfectionné grâce à deux formations. L'OCEMO entend bien continuer à développer la capacité de son personnel en 2016 et a déjà programmé plusieurs formations.

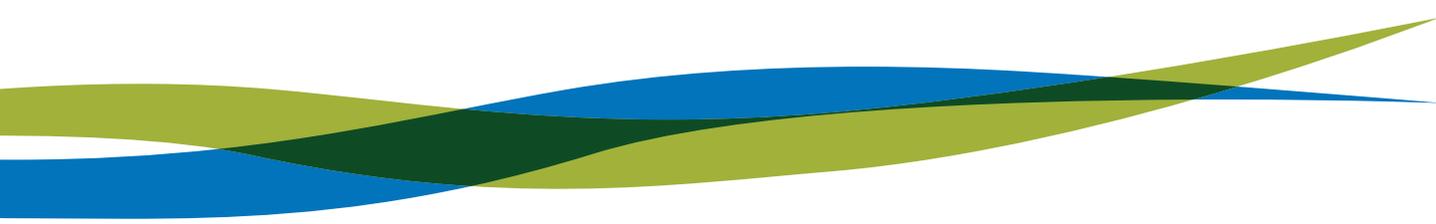
Le soutien de l'Office à ses collaborateurs ne s'arrête pas là, puisque les stagiaires et les personnes en contrats à durée déterminée bénéficient d'un appui à leur sortie de l'OCEMO. En effet, au-delà de la traditionnelle lettre de recommandation motivée, une aide à la rédaction de leur CV et lettre de motivation ainsi que des conseils sur leurs recherches d'emploi leur sont donnés, voire même des appuis auprès de recruteurs potentiels.

Enfin, la petite taille de l'équipe favorise le dialogue et l'échange au sein du personnel. Le travail est réalisé en transversalité et chacun peut compter sur le soutien de l'autre. Cette entente et ce dialogue favorise, entre autre, l'émergence et le partage d'idées, ce qui constitue un point de réelle dynamique de l'Office. L'esprit d'équipe est ainsi fortement ancré au sein de l'Office.

Enjeu n°3 : Contribuer au dynamisme des territoires

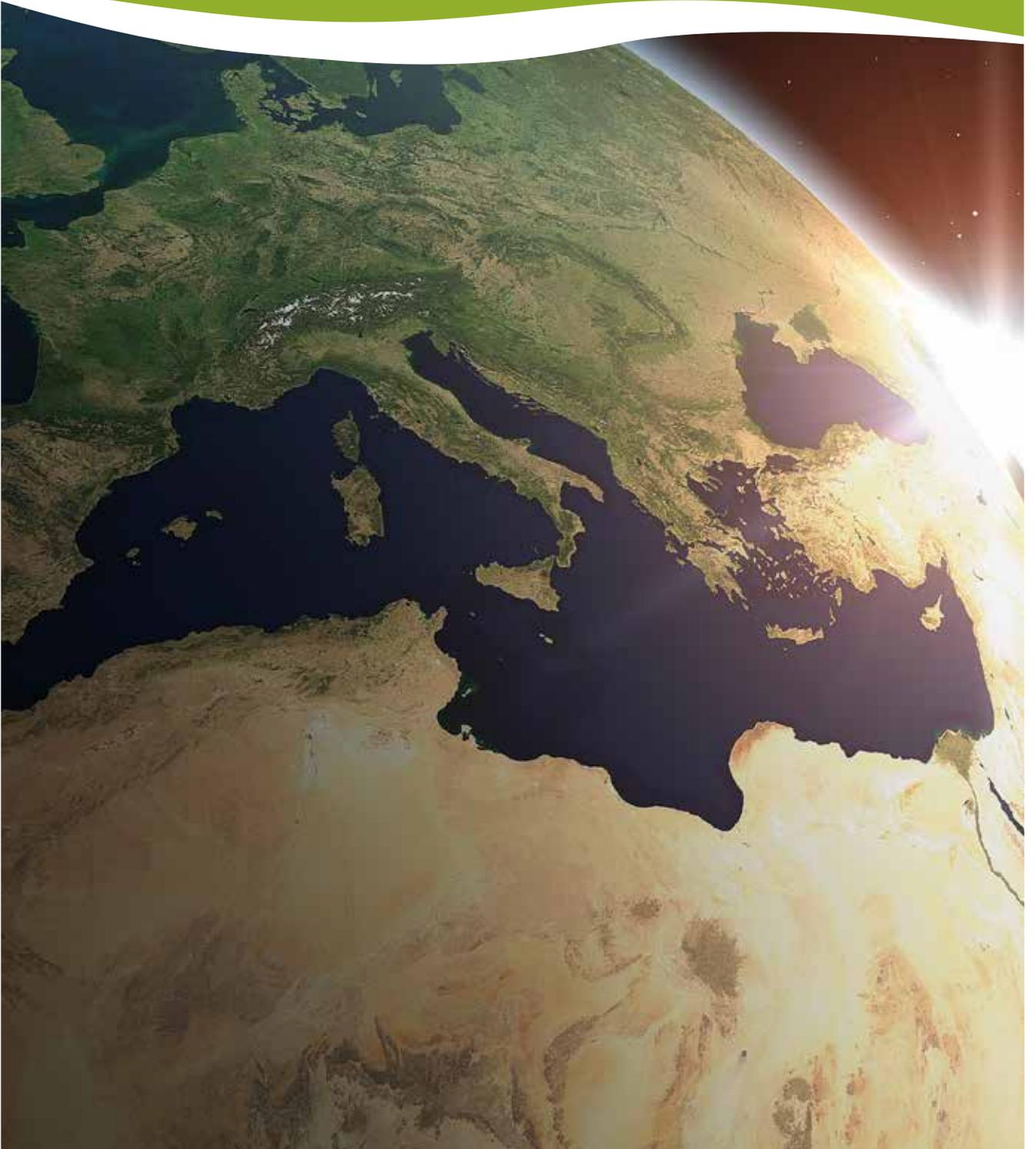
A l'image de son champ d'action méditerranéen, l'Office contribue au développement de l'économie locale en sélectionnant la quasi-totalité de ses prestataires au sein de la ville de Marseille et de l'écosystème proche. Ainsi les prestataires liés au fonctionnement de la structure tel que la comptabilité, l'imprimerie, le graphisme, la maintenance informatique ... ainsi que la banque sont basés à Marseille ou dans les environs proches. De même, les prestataires retenus pour la SEM, dans le cadre de consultations, sont sélectionnés sur le territoire. Par ailleurs l'OCEMO favorise le recours à l'artisanat, en passant notamment, pour ses déplacements par un taxi local, ou par un indépendant pour la maintenance informatique.

Ces enjeux sont une préoccupation quotidienne pour l'Office qui a à cœur de limiter son impact sociétal et environnemental et de s'inscrire dans une approche innovante et globale pour une performance durable.



02

Perspectives 2016



2.1 DES PERSPECTIVES 2016 PROMETTEUSES

En 2015, nous écrivions que l'Office pourrait difficilement se passer de chercher -et de trouver- de nouveaux partenariats ainsi que des sources de financements alternatives. En effet, comme pour l'ensemble de ses membres et, plus largement, des acteurs de la coopération en Méditerranée, la question du financement des programmes de l'OCEMO devient prégnante. L'Office avait aussi prévu de réfléchir à l'appui à apporter à ses partenaires, non seulement au titre de l'ingénierie, mais aussi au titre de la recherche de financements.

Le rôle fédérateur de l'Office redynamisé sur de nouvelles bases

Cette démarche a été grandement facilitée au début du second semestre dans le cadre de son Assemblée générale du 2 juillet 2015, qui a décidé de lever les verrous interdisant à l'OCEMO de candidater sur les appels à projets européens. Cette décision transforme fondamentalement la physionomie de l'Office car elle est le prolongement cohérent d'une double constatation : celle de la qualité des programmes qu'il porte, mais aussi la reconnaissance qu'il reste sur des activités complémentaires et non pas concurrentielles de celles de ses principaux membres.

La première manifestation de cette autorisation s'est concrétisée dès le mois d'août 2015. L'Office a ainsi été sollicité pour porter un appel à projet européen sur le développement des Conseils Economiques et Sociaux (CES) méditerranéens et leur propension à retrouver leur rôle de médiateur de la société civile en Méditerranée. Le panel des partenaires associés était très représentatif puisqu'il était composé de trois CES du sud, trois CES du nord (dont la France), deux universités du sud, un institut de recherche d'Avignon, plusieurs membres de l'Office et était en lien avec le CSE européen. Suite à un travail de plusieurs mois avec l'Institut de la Méditerranée (IM), la proposition OCEMO-IM a été short-listée, puis est arrivée seconde au deuxième tour. L'Office a retiré de cette expérience un certain nombre d'enseignements lui permettant de se positionner de façon rigoureuse et sérieuse pour les prochains appels à projets, que ceux-ci soient lancés par la Commission (en intra-européen ou concernant l'aide extérieure) ou par la région PACA (au titre du FSE ou des projets INTERREG).

Au-delà de l'objectif, néanmoins fondamental, qui consiste à trouver des alternatives et des compléments aux financements conventionnellement prévus entre l'Office et ses principaux bailleurs, dont la Caisse des Dépôts, la capacité à fédérer de l'Office s'en trouve renforcée. Ainsi, il est observé que le positionnement de la plupart des acteurs, que ceux-ci rassemblent les Etats et les organisations interétatiques

telles que la Banque mondiale, la BEI, etc, comme c'est le cas du Centre Méditerranéen pour l'Intégration (CMI) ou bien les acteurs et opérateurs en PACA et en région méditerranéenne, est transversal et non fédérateur. Un outil d'agrégation, ce qui était inscrit dès l'origine dans l'ADN de l'OCEMO, est le chaînon manquant sur le territoire. Ce trait d'union doit être en mesure de définir une vision stratégique partagée et, au-delà, une structuration des actions qui pourrait aller jusqu'à la labellisation des projets sur des critères admis par tous.

Avec la mise en œuvre d'espaces et d'instances de concertation, la conclusion de conventions de partenariats, d'adhésions croisées et de fluidité de l'information, l'OCEMO peut mettre à disposition un outil partagé au profit de tous. Celui-ci dès lors pourrait mettre en place une capacité à mobiliser des cofinancements sur les projets portés par la Région PACA comme gérés directement par l'UE, pas forcément comme chef de file, mais comme partenaire financier.

Cette perspective nécessite l'adhésion de l'ensemble des partenaires et membres et l'inscription de cette démarche dans un calendrier réaliste doit en être la première étape. Il est sûr que celui-ci sera suivi attentivement par l'ensemble des bailleurs. Cette démarche va se construire à moyen terme et devrait trouver son aboutissement d'ici à la fin de l'année 2017.

Dans l'attente, l'OCEMO poursuivra son engagement de terrain avec le portage de projets concrets, dont l'utilité et l'architecture sont unanimement reconnues par l'ensemble des partenaires.

Un calendrier ambitieux pour les deux prochains exercices

En premier lieu, le rôle d'agrégateur de l'Office, stabilisé en 2015, pourra se prolonger vers une alliance de fait des organisations partenaires en instaurant, par exemple, un Conseil stratégique pour l'ensemble de ses membres. En effet, l'OCEMO est la seule institution bénéficiant d'un tour

de table avec la quasi-totalité des collectivités territoriales. Y sont également présents les institutionnels nationaux (AFD, CDC) et internationaux (BEI) et des représentants de la société civile, véritables opérateurs de terrain. La labellisation des projets par un tel conseil stratégique, selon un processus à définir ensemble, serait un véritable gage de validation institutionnelle tandis que la complémentarité serait assurée.

Pour aller plus loin et pour lutter contre le gaspillage des savoirs et des savoir-faire, l'OCEMO a fait le choix de s'inscrire dans une démarche volontaire, participative et inclusive, qui se construit de façon itérative sur le long terme et favorise les échanges. Miser sur la force des réseaux, dont les réseaux MedNC, HOMERe et EDILE ne peut-être qu'un gage de lucidité. Les réseaux, ou les clubs, tel que le « Club EDILE des investisseurs », sont des dispositifs conçus comme des outils de confiance entre les partenaires euro-méditerranéens. Ces vecteurs de travail deviennent fondamentaux, car ils inscrivent les nouvelles relations entre acteurs sur une base d'échanges, d'écoute et de partage.

En second lieu, en 2016 et en 2017, l'accent sera tout d'abord porté sur la montée en gamme et l'extension du partenariat dans le cadre de la Semaine Economique de la Méditerranée (SEM) : à ce titre, l'OCEMO, porteur d'une réflexion sur la nature de la SEM et son intérêt à évoluer, a conclu la SEM 2015 sur ces recommandations :

- conserver la mixité des acteurs mobilisés pour l'événement. Elle fait la particularité de la SEM et est une véritable valeur ajoutée pour le territoire Marseille Provence ;
- trouver un positionnement clair et commun à tous les financeurs concernant l'avenir de la SEM. Conserver un positionnement stratégique en Méditerranée synonyme d'ouverture à l'international en définissant un thème permettant de mettre en valeur les initiatives locales ;
- prévoir une meilleure analyse des publics rassemblés par cet événement. En complément de l'enquête organisateurs, une enquête de notoriété/ d'image pourrait être utile. C'est déjà fait voir analyse des visiteurs dans le bilan SEM (ex : parties obligatoires dans les renseignements d'inscription) permettrait de s'adapter pour une améliorer la participation du public de l'événement ;
- assurer une montée en gamme de l'événement. Pour l'édition 2016, il faudrait veiller à la présentation de programmes et partenariats méditerranéens ou étrangers. L'organisation de récompenses de porteurs de projets comme la remise des Trophées EDILE ou le concours *Med'Innovant* en 2015 sont des événements qui permettent à la fois de mobiliser des personnalités politiques et de mettre en valeur des projets et entreprises.

Ensuite, un autre véritable défi concerne le programme MedNC ; il réside dans l'attraction que celui-ci peut détenir vis-à-vis des entreprises, notamment des entreprises françaises implantées dans les pays du sud. Le programme ne trouvera en effet son véritable rythme qu'à partir du moment où il se sera inscrit dans une dynamique gagnant-gagnant avec les acteurs économiques et non plus seulement institutionnels, politiques ou académiques. 2016 visera aussi, sur la base de la recherche de financements dédiés, à approfondir les relations entre les membres, notamment sur les échanges de savoir-faire, mais aussi en mettant en place une dynamique de labellisation du réseau et de ses initiatives. Par ailleurs, comme il a été décrit à propos du travail engagé avec le Gouvernorat d'Alexandrie, l'Office accompagne, à travers plusieurs de ses programmes, l'action des collectivités territoriales. Cette dimension devrait être pleinement exploitée l'an prochain au bénéfice de Limassol (Chypre) dans le cadre de son jumelage prévu au printemps 2016 avec la ville de Marseille, tandis que des actions dans le cadre de l'accord Sousse-Marseille et du futur jumelage Montpellier-Palermo seront également à l'étude. Par ailleurs, en 2016, un travail d'élargissement de son champ géographique sera accompli en ciblant de nouveaux partenaires tels le Liban et la Jordanie.

Comme il apparaît bien sur ces nouvelles « cibles », la volonté est d'équilibrer le développement méditerranéen du réseau, avec une extension aux pays du sud de l'Europe ainsi qu'à l'est de la Méditerranée. Ainsi construit, le réseau sera armé pour concourir aux appels à projets européens.

Enfin, l'Office va continuer à s'impliquer dans des dispositifs comme HOMERe, programme passerelle entre la formation universitaire et les entreprises, facilitant la mobilité des jeunes actifs et favorisant le recrutement des meilleurs diplômés en Méditerranée, ou encore JEY afin de participer à l'amélioration de l'insertion professionnelle des jeunes en développant leurs compétences et les incitations à la création et à la gestion d'entreprises.

2.2 LES NOUVEAUX ENJEUX DE LA COMMUNICATION

La fonction communication est un levier stratégique des organisations, elle est créatrice de valeur et de performance. En lien avec la stratégie de l'OCEMO, les actions de communication répondant au positionnement, aux objectifs de développement et à la volonté des membres de l'Office vont être mises en place tout au long de l'année.

Dans une démarche prospective et d'amélioration continue, tout en observant et analysant son environnement, la communication 2016 devra capitaliser sur le passé, vivre le présent et se projeter dans l'avenir.

LES OBJECTIFS

Depuis sa création, l'OCEMO a su développer sa notoriété dans un environnement concurrentiel. Son positionnement et ses actions sont aujourd'hui connus de la plupart des acteurs locaux et méditerranéens. Jusqu'en 2015, la stratégie de communication de l'OCEMO était une stratégie de notoriété, de visibilité et de lisibilité dirigée principalement vers ses partenaires locaux et les acteurs méditerranéens, notamment du sud de la Méditerranée.

Capitaliser sur le passé, vivre le présent et se projeter dans l'avenir

En 2016, la communication de l'Office va dédier ses efforts au renforcement de ses programmes, au développement de nouveaux programmes, à l'élargissement de sa zone d'action et à la recherche de nouveaux partenaires institutionnels et privés. L'idée est de développer la dimension euro-méditerranéenne de l'Office en se tournant vers les instances européennes, tout en pérennisant son rôle de relais des actions de ses membres.

Ainsi la communication 2016 de l'Office devra répondre à de nouveaux objectifs :

- concevoir une identité forte propre à l'OCEMO ;
- promouvoir les nouvelles collaborations et la dimension internationale de l'Office ;
- continuer à faire connaître le rôle de l'Office et convaincre de nouveaux partenaires notamment les institutions européennes ;
- favoriser une meilleure connaissance de la Méditerranée et promouvoir les actions mises en place par ses acteurs, notamment celles des membres de l'Office ;
- faire connaître à l'international les savoir-faire des acteurs du territoire Marseille-Provence, qu'il s'agisse des institutions, des entreprises ou des acteurs de la coopération.

Mise en œuvre :

- accompagnement des programmes terrain ;
- participation aux débats publics et organisation d'événements (création de contenus et coordination) ;
- renforcement de la sollicitation des membres notamment en termes d'actualités et de contenus ;
- renforcement de la diffusion de l'information et développement de nouveaux canaux et supports de dissémination.

LES CIBLES

Cibles principales :

- Acteurs de la coopération méditerranéenne
- Bailleurs de fonds nationaux et internationaux : AFD, Caisse des dépôts, BEI ...
- Instances européennes : Commission, Parlement...
- Collectivités locales

Cibles secondaires :

- Représentants de la société civile méditerranéenne
- Jeunesse méditerranéenne
- Universités et instituts de recherche spécialisés sur la Méditerranée (IRD, ONDH...)
- Entreprises transnationales implantées en Méditerranée (Danone, Renault, Schneider...)

Cibles relais et influenceurs :

- Médias
- Blogs société civile et jeunesse
- Blogs problématiques méditerranéennes

ZONE GÉOGRAPHIQUE

Méditerranée, Europe et Afrique sub-saharienne.

OUTILS DE COMMUNICATION

Afin de répondre aux objectifs de communication 2016 et de diffuser l'information via les canaux identifiés, il est important de se doter d'outils de communication adéquats. Leur rôle

est de fédérer nos cibles, diffuser nos messages, ou encore donner une image positive et dynamique de la structure.

Refonte de la charte graphique :

L'identité visuelle est le premier vecteur pour identifier et reconnaître une structure au sein d'un secteur d'activité concurrentiel. Il est important de générer une identité visuelle à l'image de la structure et de ses projets.

La charte graphique de l'OCEMO est aujourd'hui un peu décalée, voire vieillissante, et ne correspond plus tout-à-fait aux objectifs et aux ambitions de l'association, ainsi qu'à l'image qu'elle souhaite renvoyer. L'idée est d'avoir une image et des supports de communication à la hauteur des capacités de l'Office et de ses programmes. La crédibilité est importante dans les actions de lobbying que nous allons entreprendre en 2016 et elle passe aussi par l'image que l'organisme va véhiculer.

Il est toutefois important de capitaliser sur la notoriété déjà acquise par notre charte graphique actuelle. Cette dernière est largement ancrée dans le paysage méditerranéen. Il est important de conserver cet ancrage et de l'inclure dans la réflexion générale de la nouvelle identité visuelle. De plus, il sera important de capitaliser sur la refonte des outils digitaux pour apporter une dimension digitale à la charte graphique.

Ainsi elle a été développée autour de plusieurs points clés :

- Une identité en accord avec les codes graphiques actuels.
- Une identité à 360° déclinable à la fois sur le print et le digital.
- Une identité en phase avec la philosophie, les idées et la promesse de la marque OCEMO sur son territoire.
- Une capitalisation sur la notoriété de l'identité actuelle.
- Une évolution des codes tout en maintenant une continuité dans l'existant.

Nouveau logo OCEMO :



FÉDÉRER - INNOVER - PARTAGER

La déclinaison de la base line :

Fédérer

Réseau de réseaux, l'OCEMO rassemble près de 30 acteurs de la coopération en Méditerranée et favorise les collaborations entre ces derniers au service du développement de la Méditerranée.

Innover

L'OCEMO innove constamment dans son fonctionnement, dans sa manière de réaliser ses actions, d'entretenir son réseau et de concevoir ses programmes.

Partager

Partager la connaissance, favoriser les échanges de savoir-faire et contribuer à l'avancement des réflexions autour de la Méditerranée, telle est la vocation de l'Office.

Déclinaisons de la charte pour les supports suivants :

- Kit de communication partenaire
- Set de papeterie
- Plaquette de présentation : *en plus de la déclinaison de la charte pour la plaquette, son contenu sera également réécrit et réduit pour être plus compréhensible. Les activités de l'OCEMO étant maintenant connues et lisibles, il n'est plus nécessaire de rentrer dans les détails de nos missions.*
- Visuel institutionnel
- Kakémono
- Logotype (5 modèles déclinés selon les programmes : Coté Med, Ateliers de l'OCEMO et Café-débats de la Méditerranée, ainsi que les publications OCEMO-débats et Cahiers de l'OCEMO.)



- Bandeau social media
- Newsletter et mailings

Refonte du site internet

Le site internet est la première image que l'on a de notre association, il va être mis à jour afin de donner une image plus actuelle et moins institutionnelle. L'image que renvoie le site doit répondre aux objectifs de la stratégie de communication de l'OCEMO et « parler » à ses cibles.

Le site internet a jusque-là rempli son rôle de « vitrine » mais ses fonctionnalités sont limitées, il a besoin d'être mis à jour pour continuer à correspondre aux standards digitaux. De plus, l'ergonomie du site, la lisibilité et l'accès à l'information méritent d'être totalement revus.

Nous allons réaliser une évolution à 360° en reprenant le squelette du site actuel et en appliquant une refonte complète de l'ergo design. Nous moderniserons l'ensemble des fonctionnalités pour créer une cohérence digitale en capitalisant sur l'existant.

Notre conviction porte sur des composantes simples :

- Une mise à jour de la nouvelle charte et harmonisation de l'image de marque de l'OCEMO.
- Une gestion de site simple grâce à une interface intuitive et accessible à tous.
- Un site moderne et clair qui fait la part belle aux images et à l'actualité de l'OCEMO, son implication dans le bassin méditerranéen.
- Une segmentation claire et précise des programmes et activités proposés par l'OCEMO afin de créer un cheminement logique pour les cibles et les profanes.
- Une mise en avant des actualités des membres de l'OCEMO.
- Un site multi-langues et universel.
- Un site qui facilite l'optimisation SEO et mutualise avec l'existant pour renforcer la présence dans les moteurs de recherche.
- Une maintenance accrue et une sécurité renforcée pour contrer les attaques et les défaillances dans le fonctionnement du site au quotidien.

Le nouveau site sera en ligne entre début et mi-avril 2016.

Publications

OCEMO-débats

Cette publication réalisée dans le cadre du programme Coté Med permet, compte tenu de la diversité des résultats et afin de les rendre accessibles au plus grand nombre, de présenter les résultats de l'Enquête jeunesse. Deux dernières publications sont programmées pour 2016.

Cahiers de l'OCEMO

Deux nouveaux numéros des Cahiers de l'OCEMO vont être produits. Le premier permettra de diffuser les échanges et les expériences présentées dans le cadre des « Rendez-vous de l'OCEMO » en 2015. Le second invitera à une réflexion ouverte autour de la thématique de la Semaine Economique de la Méditerranée 2016.

Le rapport moral et financier

Établi une fois par an, il fait un état des activités de l'Office et de ses programmes, ainsi que des comptes de l'année précédente, puis présente la stratégie et le budget prévisionnel pour l'année à venir. Il répond au constant souci de transparence de notre structure vis-à-vis de ses administrateurs.

CANAUX DE COMMUNICATION

Une communication multicanal s'appuyant sur les outils va être mise en place.

Canaux traditionnels

En 2015 deux insertions publicitaires ont été réalisées dans le guide la coopération d'Econostrum, cette initiative sera reconduite. D'autres insertions dans des journaux ou magazines en lien avec les actions de l'OCEMO pourraient être envisagées en fonction du budget alloué.

Médias Web : les réseaux sociaux

Les réseaux Facebook, Youtube et LinkedIn vont être entretenus tout au long de l'année.



Concernant Facebook, nous avons noté un manque d'implication des fans de la page. Nous allons travailler cette année sur un meilleur ciblage et une promotion des publications à travers une campagne Facebook. L'objectif est d'identifier les personnes susceptibles d'être intéressées pour les retoucher dans Facebook, c'est-à-dire les visiteurs du site internet ou les personnes inscrites à la newsletter, nous pourrions retrouver leur profil Facebook grâce à leur adresse mail. Certaines publications pourront également être promues.



Concernant LinkedIn, l'équipe communication va continuer à constituer un réseau de contacts professionnels. La page entreprise devra veiller à promouvoir les activités de l'Office et de ses membres, à communiquer sur son actualité, mais également sur ses centres d'intérêts, afin de véhiculer la culture de l'entreprise et d'être facilement identifiable au sein de la communauté professionnelle.



La chaîne Youtube continuera à être alimentée en vidéo sur l'OCEMO et sur ses programmes. Un lien direct entre le site et la chaîne va être mis en place.

Hors médias traditionnel

Évènementiel :

La participation de l'OCEMO en tant qu'intervenant à des conférences autour de questions méditerranéennes sera pérennisée.

L'organisation de rencontres tout au long de l'année sous forme de « Cafés-débats de la Méditerranée » ou d'« Ateliers de l'OCEMO » sera également pérennisée et renforcée. Un travail sur l'implication des membres dans ces événements sera réalisé. Objectif : 5 événements pour 2016.

Relations publiques :

En réponse au positionnement 2016 de l'OCEMO et à ses nouvelles ambitions, le travail de lobbying de l'OCEMO va être amplifié, notamment auprès des institutions européennes et des grands bailleurs de fonds. Les instances européennes sont en attente d'experts de terrain pour participer à la réflexion et mettre en œuvre des programmes qui répondent aux grandes orientations et aux politiques européenne de développement. C'est à travers la réponse à des appels à projets que l'OCEMO pourra se positionner et positionner son réseau. En amont, il est important que les décideurs aient déjà entendu parlé de l'OCEMO et de ses actions : un travail de sensibilisation à Bruxelles va être effectué, l'idée étant de promouvoir et de défendre les intérêts de l'Office et ceux de ses membres. Il est également primordial que l'OCEMO comprenne bien les enjeux des politiques européennes et les attentes des instances pour se préparer et répondre au mieux aux appels à projets.

Relations presse

Les informations relatives à l'OCEMO continueront à être diffusées à notre fichier médias en fonction de l'actualité. Ce fichier, créé en 2015, sera continuellement informé avec les nouveaux contacts journalistes. Des envois ciblés sont possibles en fonction des thématiques traitées par le média ou des pays de diffusion.

Hors médias WEB

Newsletters

Le principe d'une newsletter bimestrielle va être pérennisé, 6 newsletters paraîtront en 2016 (février avril, juin, septembre, novembre, décembre).

L'OCEMO tient à ce que tous ses partenaires y disposent d'un espace d'expression : ainsi chaque membre peut communiquer sur une manifestation, un événement, un rapport ou tout autre élément d'actualité.

Nouveauté 2016, dans chaque newsletter, l'édito sera dédié à l'un de nos membres. L'occasion de présenter la structure, son rôle, ses missions, ses activités et les prochaines actualités importantes. La newsletter est envoyée à un fichier de 8000 contacts méditerranéens.

Les avantages de la newsletter :

- Promouvoir les programmes de l'Office, son actualité et, ainsi, accroître sa notoriété.
- Promouvoir ses membres, leurs actualités et leur rôle en Méditerranée.
- Rester proche de la cible et des partenaires et les « fidéliser ».
- Créer du trafic sur le site internet.
- Présenter les actualités et les informations pertinentes sur la coopération en Méditerranée et se positionner comme un expert.

Mailings

Compte tenu de l'importance des mailings et de leur impact sur les flux vers le site internet, ils seront pérennisés. L'avantage du mailing est qu'il permet la diffusion de l'information à un moindre coût, le ciblage des destinataires et l'analyse des retombées. Les retours de campagnes d'e-mailing sont particulièrement élevés et rapides.

Une base de contacts OCEMO renseignée a été créée afin de mettre en place des envois ciblés en fonction de l'actualité à diffuser.

LA COMMUNICATION PROGRAMMES

L'amélioration de la communication est non seulement un objectif en soi mais également une condition préalable à d'autres formes de coopération. Alors que la communication programmes en 2015 était tournée vers le renforcement et le développement des programmes et des parties prenantes qui les composent, pour 2016 nous pérennisons nos efforts dans ce sens et mettrons en place la communication afin d'accroître la zone d'action de nos programmes et de collaborer avec de nouveaux partenaires.

MedNC

Prolonger les actions de promotion du Réseau :

- Rédaction mensuelle d'articles sur les activités du Réseau.
- Gestion de la plateforme.
- Enrichissement de la chaîne Youtube.
- Diffusion à grande échelle de la plaquette de communication en anglais et en français. Une version arabe devrait prochainement voir le jour.
- Poursuivre les actions de lobbying auprès des organismes publics, du secteur privé et de la société civile.
- Organiser les 5^{ème} Comité d'Orientation en avril à Marseille et le 6^{ème} d'ici à la fin de l'année dans un pays du sud.

Jey

Actions prévues en 2016 :

- Création d'adresses email et de cartes de visite spécifiques pour les membres de l'équipe JEY.
- Mise à jour continue de la page JEY sur le site de l'OCEMO.
- Publication d'articles et d'une newsletter.
- Elaboration d'une plaquette de présentation du programme JEY.

Sur le PHARE Maroc :

- Rédaction et diffusion d'articles relatifs à cet événement.
- Développement et entretien de relations avec les médias locaux en vue d'assurer la couverture médiatique de l'évènement.
- Réalisation d'une vidéo de promotion de ce concours.
- Préparation des attestations à délivrer aux gagnants du concours.

Côté Med

Ce programme doit malheureusement s'arrêter début 2016, faute de ressource. Deux OCEMO-Débats seront toutefois réalisés en 2016 : l'objectif est de capitaliser sur les contenus existants.

HOMERe

Pour 2016 l'OCEMO va continuer à accompagner et appuyer le projet HOMERe. Des informations pourront être publiées sur le site internet, dans la newsletter ou sur les réseaux sociaux tout au long de l'année.

EDILE

L'OCEMO est chargé de contribuer à la diffusion du projet (dissémination) jusqu'en avril. Pour cela l'OCEMO continuera à faire paraître des articles sur le projet sur son site internet et sa newsletter. L'OCEMO sera également en charge de co-organiser un séminaire à Beyrouth.

Semaine Economique de la Méditerranée

La Semaine Economique de la Méditerranée souhaite à présent capitaliser sur la notoriété acquise par l'événement, mais également élargir son périmètre d'action à l'ensemble du territoire euro-méditerranéen et à l'Afrique subsaharienne en mobilisant de nouveaux interlocuteurs tels que des entreprises du territoire, des représentants d'institutions internationales et de grands groupes industriels, des ministres et représentants politiques méditerranéens, africains et européens. L'événement doit également permettre d'élargir les contacts et les opportunités de projets et de business pour l'ensemble de ses parties prenantes et se repositionner comme un outil de marketing territorial.

La communication répondra aux objectifs suivants :

Pour Marseille et la région Provence-Alpes-Côte d'Azur :

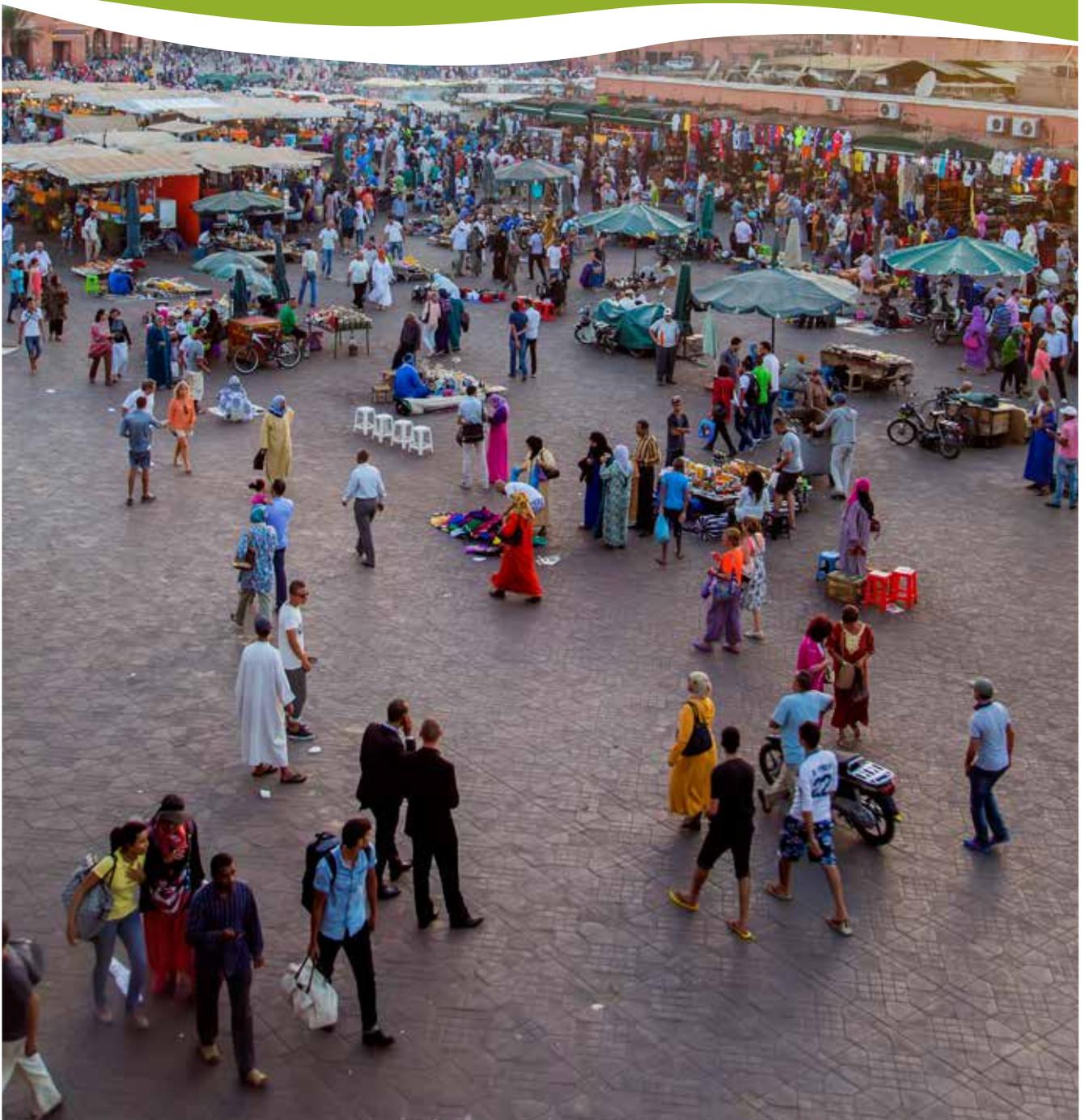
- conforter le rôle de Marseille et Provence-Alpes-Côte d'Azur comme pôle de coopération économique et financière majeur dans l'espace euro-méditerranéen et vers l'Afrique subsaharienne ;
- valoriser et promouvoir le savoir-faire et le dynamisme économique de Marseille et de Provence-Alpes-Côte d'Azur en Méditerranée, à travers l'expérience et les projets des acteurs, et notamment des entreprises, de son territoire ;
- favoriser l'émergence et promouvoir des porteurs de projet et des PME innovantes et leur permettre de développer leur réseau d'affaires ;
- concerter les politiques à l'international des institutions locales.

Pour la Méditerranée dans sa globalité :

- valoriser les initiatives et les projets des acteurs méditerranéens en faveur du développement économique et encourager les échanges d'expérience ;
- consolider le dialogue politique et la coopération économique, financière, sociale et culturelle et concerter les différents acteurs méditerranéens ;
- accompagner les coopérations et les partenariats Nord/Sud et Sud/Sud au service du développement des relations économiques ;
- contribuer au développement économique de la Méditerranée et à son rayonnement à l'international.

03

Le programme Connaissance des Hommes et des Territoires en Méditerranée (Côté Med)





Dès 2012, l'OCEMO a lancé une **enquête sur les attentes de la jeunesse** qui a vu sa première réalisation dans la région de Marrakech-Tensift-Al Haouz au Maroc (MTH). Cette enquête était destinée à mieux connaître les jeunes Méditerranéens et leurs attentes avec, pour premier objectif, de mettre en place des programmes de coopération ciblés (dont MedNC).

Des transpositions à d'autres zones au Maroc ont été étudiées en 2015, tandis que l'exploitation des données se poursuivait et donnait lieu à publications.

Comme il s'y était engagé, l'OCEMO met à disposition des chercheurs les données individuelles anonymisées recueillies lors de l'enquête, dans le cadre d'un groupe de travail regroupant des chercheurs d'institutions membres dans un premier temps, puis à tous les chercheurs qui en font la demande dans un second temps.

BILAN 2015

Les données de l'enquête ont été exploitées par l'OCEMO dans une optique d'aide à la décision et ont donné lieu à un ensemble de publications. Les nouveaux résultats ont été présentés à Marrakech en juin, dans le cadre d'une journée d'étude de l'Observatoire de la jeunesse (voir ci-dessous) sur les observatoires régionaux, et en octobre au 4^{ème} Comité de coordination MedNC.

En parallèle, les chercheurs partenaires du groupe d'exploitation de l'enquête ont valorisé cette source dans leurs travaux.

- Au niveau de la région MTH, un **Observatoire de la jeunesse** placé sous l'égide du Conseil régional a été créé en juin 2015. Une première étude qualitative concernant les jeunes stabilisés dans leur entreprise d'embauche, ainsi que leurs employeurs, a été commanditée par cette instance. Le terrain a débuté en décembre 2015.
- Des transpositions de la démarche ont été étudiées avec des partenaires locaux dans le cas de la région Tanger-Tétouan et de la Tunisie, mais n'ont pas abouti à ce jour.
- Concernant la Tunisie, une analyse secondaire des enquêtes d'insertion du BIT en 2013, portant sur les différences hommes/femmes en matière d'emploi, a été sélectionnée dans le cadre d'un appel d'offres de recherche. Ce travail a été réalisé et publié en 2015. Une première version a été présentée à Genève en mars. Le texte a été primé pour l'appel d'offres.
- En octobre, les données anonymisées de l'enquête et sa documentation ont été confiées au Centre ADISP-Quételet, dont l'OCEMO est désormais partenaire. Les chercheurs qui le souhaitent, quelle que soit leur localisation, peuvent désormais y accéder.

PUBLICATIONS

La revue OCEMO-Débats, destinée à informer un large public et initiée en octobre 2014, a poursuivi son rythme bimensuel régulier. Elle a accueilli des contributions de l'équipe « Côté Med » de l'OCEMO, mais aussi de chercheurs partenaires (Yusuf Kocoglu de l'Université de Toulon, membre du FEMISE, en 2015 et Patrick Werquin, CNAM, à paraître en 2016). Les thèmes suivants ont été abordés : l'emploi rural, les circonstances d'arrêt des études, l'emploi indépendant, la pratique du sport collectif, la solidarité financière entre les jeunes et leurs parents, les différences homme-femme en matière d'éducation et d'emploi. Un numéro sur l'emploi informel est en préparation.

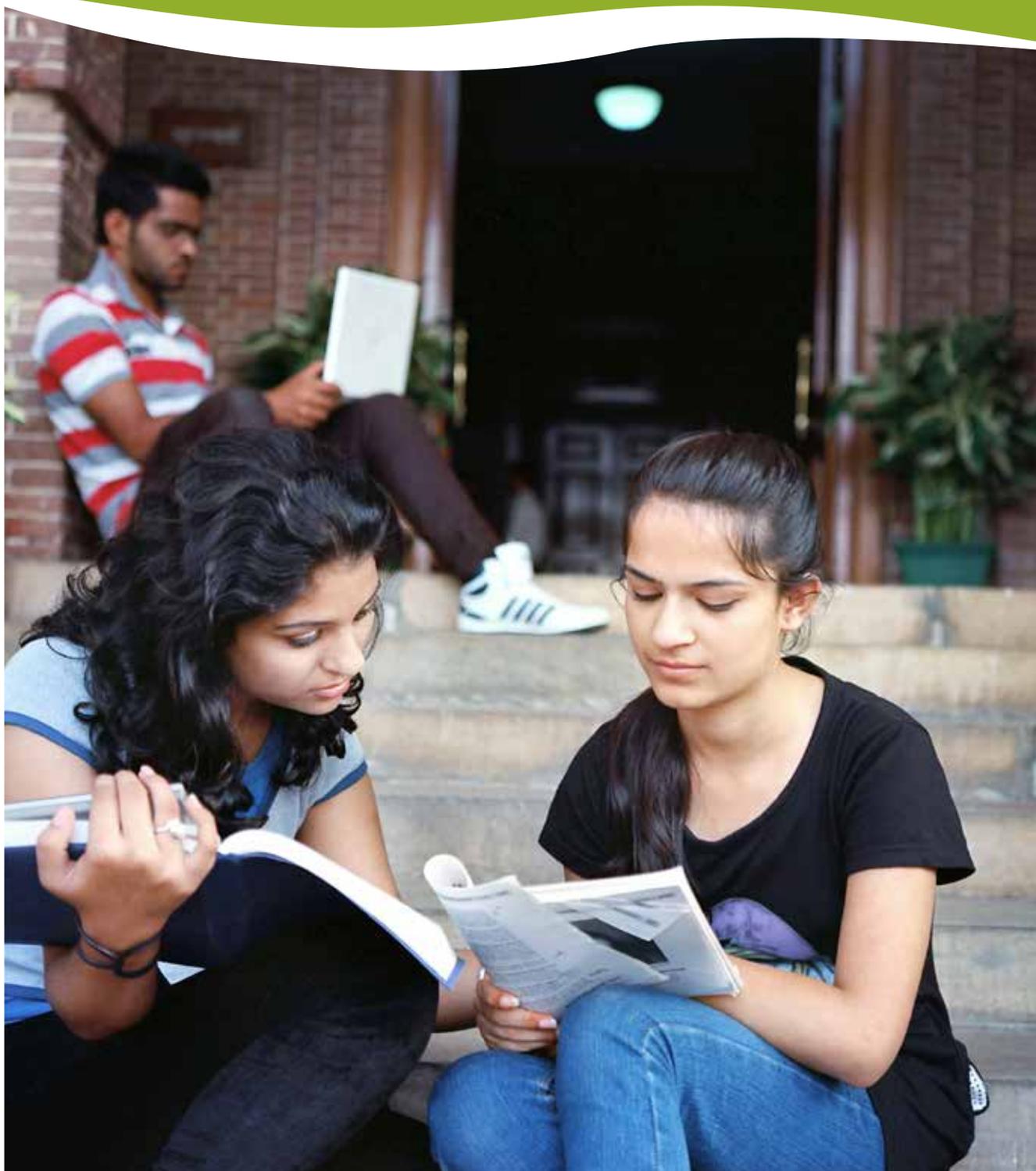
La recherche commanditée par le BIT a été publiée en anglais en décembre 2015. Un article portant sur les attentes des jeunes dans l'enquête OCEMO devrait paraître au 2^{ème} semestre 2016 dans la revue STATECO, revue méthodologique réalisée en collaboration par l'Institut de recherche du développement (IRD), l'INSEE, le laboratoire DIAL de Dauphine et Afristat (parution prévue). Un deuxième focalisé sur l'emploi est en cours de finalisation.

PARTENAIRES

- Exploitation de l'enquête MTH : à côté du partenariat fondateur (avec l'Observatoire national du développement humain-ONDH), l'OCEMO travaille avec l'université de Tanger-Tétouan, le Femise, le LEST-CNRS, l'université de Toulon, l'IRD, le CNAM dans le cadre du groupe d'exploitation de l'enquête. Enfin, l'OCEMO est membre du Conseil d'administration de l'observatoire de la jeunesse de la région, à côté du Conseil régional, de l'ONDH, de l'université Cadi Ayyad.
- Un partenariat a été conclu en octobre 2015 avec ADISP-Quételet pour la diffusion de l'enquête OCEMO aux chercheurs.
- En Tunisie (travail sur les données du BIT et projet de transposition de l'enquête), les partenaires de travail principaux sont l'Institut Tunisien des Etudes Quantitatives (ITCEQ), l'Observatoire National de l'Emploi et des Qualifications (ONEQ) et l'Institut national de statistique.

04

Le programme Jeunesse



Depuis sa création, l'OCEMO a fait de la problématique « jeunesse » un axe transversal de son action. Sur les deux rives de la Méditerranée, les jeunes jouent un rôle majeur et constituent un des principaux moteurs du changement. Dans les pays du nord, les jeunes représentent en moyenne 20% de la population et composent la génération la plus diplômée que l'UE ait connue. Bien qu'ils subissent les conséquences de la crise actuelle, les jeunes Européens tentent de faire entendre leur voix et d'imposer leurs idées. Au sud, ils sont le groupe social majoritaire (30 % de la population de ces pays a entre 15 et 30 ans). A l'origine des printemps arabes, les jeunes aspirent à l'émergence de nouveaux modèles de développement centrés sur la création d'emplois, le développement local et la durabilité.

Nous savons que la jeunesse est l'avenir de la Méditerranée. Dans ce cas, pourquoi le taux de chômage des jeunes dans les pays méditerranéens est-il parmi les plus élevés au monde : 25 % en moyenne, soit deux fois plus que la moyenne mondiale ? Dans les pays du Maghreb, du Machrek et dans plusieurs pays européens, les études universitaires sont de moins en moins une garantie fiable d'emploi. Il apparaît que la formation actuelle ne délivre plus les compétences requises par les entreprises. La situation des décrocheurs est également très préoccupante, sont-ils condamnés à exercer des emplois précaires, non rémunérés (aides familiaux), ou dans le secteur informel ? Enfin, est-il normal que les femmes restent les plus exposées et que nombre d'entre elles intègrent la catégorie des jeunes découragés, renonçant à rechercher un emploi et s'excluant de la société ?

Le désespoir généré par cette situation pèse trop lourdement sur la stabilité de la région euro-méditerranéenne qui est exposée à la radicalisation des nouvelles générations. Le chômage des jeunes creuse un sillon fertile pour les dérives extrémistes et accélère la marginalisation des populations concernées qui se trouve parfois aculée à des actes désespérés.

Une véritable convergence d'attentions et d'actions s'est concrétisée ces derniers temps pour tenter d'apporter des solutions aux difficultés d'exclusion que vivent les jeunes Méditerranéens. En dépit de cette énergie déployée, elles restent d'actualité dans un contexte où les problématiques méditerranéennes sont partagées par le nord et par le sud, où les sujets de radicalisation et de migrations sont les nouvelles priorités des gouvernements.

L'employabilité des jeunes s'érige alors comme un défi majeur partagé par l'ensemble des pays méditerranéens. Un défi qui peut devenir une opportunité dès lors que l'on considère les jeunes comme un moteur de croissance et d'intégration à l'échelle régionale.

Dans ce contexte, notre mission consiste à contribuer à la redéfinition de la coopération euro-méditerranéenne en impliquant la jeunesse à tous les niveaux et en apportant des solutions pérennes aux obstacles du quotidien. La mise en place de partenariats transnationaux, multilatéraux et l'utilisation des leviers de la coopération décentralisée sont autant de facteurs clés de succès que l'OCEMO essaie d'exploiter.

L'Office développe ses programmes afin de proposer une réponse concrète aux difficultés rencontrées par la jeunesse avec un focus particulier sur les problématiques inhérentes à l'emploi et à l'insertion sur le marché du travail :

- le programme MedNC s'intéresse aux « décrocheurs » et aux diplômés chômeurs afin de les accompagner dans le cadre de leur insertion socio-professionnelle ;
- le programme HOMERe encourage la mobilité étudiante en vue de permettre aux jeunes élites d'acquérir une expérience professionnelle dans la région Méditerranée ;
- enfin le programme JEY prône la coopération entre associations étudiantes afin de contribuer au développement d'une culture entrepreneuriale en Méditerranée.

Il est essentiel de mieux articuler les projets entre eux, et, notamment le projet MedNC avec le projet JEY, de par leurs synergies évidentes. En effet, la cible est identique –la jeunesse-, et le souci de l'accompagnement vers l'employabilité, au même titre que le développement de l'entreprenariat, sont deux outils permettant de répondre aux défis du chômage.

Les fiches ci-après présentent plus en détail les fondamentaux de ces programmes, leurs derniers développements et leurs projections sur l'exercice 2016.

4.1 RÉSEAU MÉDITERRANÉE NOUVELLE CHANCE – MEDNC



Piloté par l'Office de Coopération Economique pour la Méditerranée et l'Orient (OCEMO), en partenariat avec l'Ecole de la Deuxième Chance (E2C) de Marseille et l'Agence Française de Développement (AFD), labellisé par l'Union pour la Méditerranée (UpM), le programme MedNC consiste à développer un réseau de dispositifs d'insertion professionnelle, destinés à soutenir les jeunes Méditerranéens, et notamment les jeunes femmes, dans leur accès à l'employabilité.

Conçu comme une plateforme transnationale d'échanges de savoir-faire, de réflexion sur les méthodes novatrices et sur les actions de la société civile au regard des besoins du secteur productif, MedNC vise à promouvoir les partenariats stratégiques afin de soutenir l'innovation d'une part et d'échanger les bonnes pratiques d'autre part.

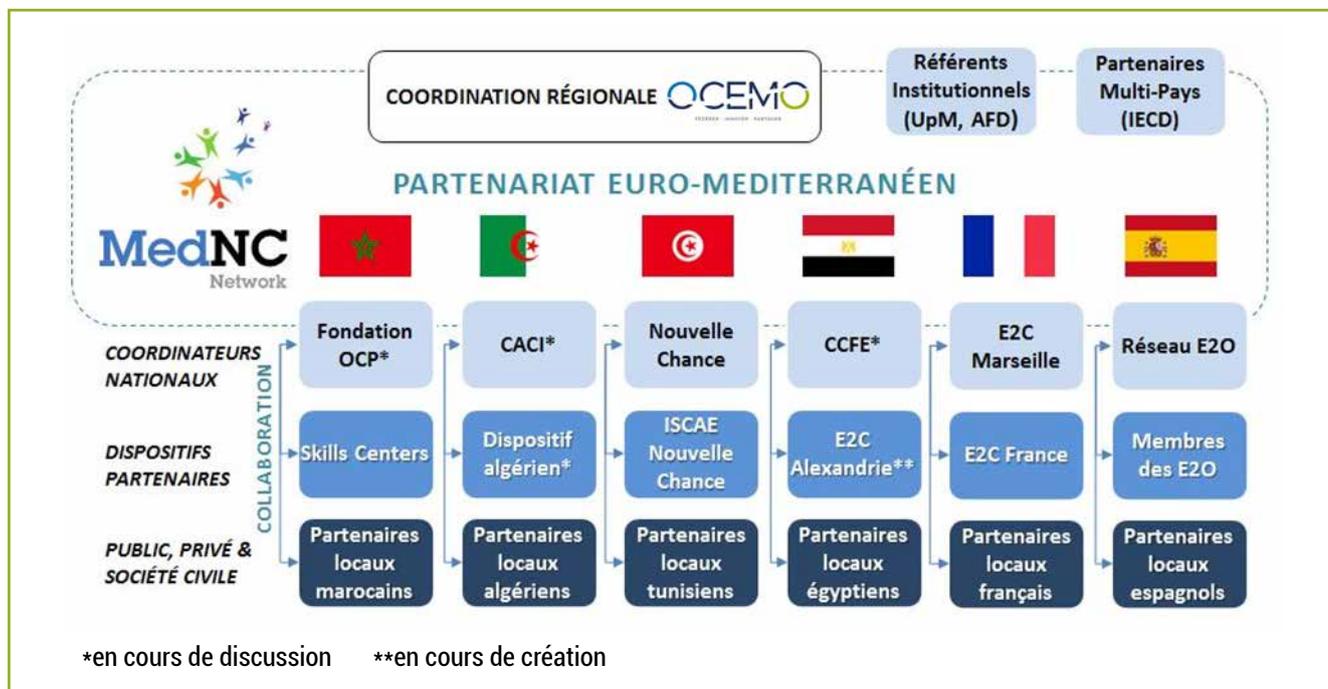
Le programme permet de doter les jeunes décrocheurs et les jeunes diplômés au chômage d'un socle de compétences de base (*soft skills*) et d'une expérience en entreprise souvent basée sur le principe de l'alternance. Les jeunes bénéficient d'un accompagnement personnalisé depuis la construction de leur projet professionnel jusqu'à leur recrutement en entreprise.

Le Réseau MedNC est constitué, dans chaque pays, de coordinateurs nationaux qui appuient les dispositifs locaux, complétés par des partenariats avec les organismes publics, le secteur privé et la société civile.

A l'échelle régionale méditerranéenne, l'OCEMO coordonne, en étroite collaboration avec les référents institutionnels, les coordinateurs nationaux et les partenaires multi-pays, les partages d'expérience, la réflexion collective et les échanges de savoir-faire et de bonnes pratiques (selon schéma ci-dessous).

A ce jour, le programme MedNC s'articule autour de six axes fondamentaux :

- identifier et mobiliser les acteurs publics, privés et de la société civile en charge de l'insertion socio-professionnelle des jeunes afin d'alimenter le pool de compétences du réseau ;
- initier, accompagner, encadrer et mettre en œuvre les échanges d'expériences et les transferts de savoir-faire entre les différents types d'organisations associées à l'éducation, la formation et la jeunesse et les membres du réseau ;
- canaliser, organiser et structurer la réflexion collective afin de favoriser la conception et la mise en œuvre de pratiques innovantes ;
- assurer la diffusion de l'information sur les actions du réseau et sur ses pratiques innovantes développées par et avec l'appui de ses membres ;
- développer un mécanisme d'assurance qualité via la création d'une accréditation dédiée et la mise en place d'une démarche de labellisation structurante ;
- organiser le financement des activités du Réseau afin d'assurer la pérennité de l'initiative.



Une première phase d'installation a permis de gagner la confiance de nombreux acteurs locaux, d'engager des dynamiques nationales, régionales et de développer une stratégie, résolument tournée vers le terrain, qui implique les différents acteurs publics, privés et de la société civile. 22 partenaires ont d'ores et déjà rejoint le réseau MedNC et 14 ont émis des marques d'intérêt. Les réflexions croisées et les travaux entrepris ont permis de faire émerger trois approches :

- le transfert de savoir-faire portant sur la pédagogie, les outils et l'organisation. A cet égard, la réflexion collective est un pan important de l'initiative MedNC qui organise chaque semestre un Comité d'Orientation regroupant tous ses membres. L'objectif est de diffuser les idées novatrices propres à chacun mais également d'échanger sur l'expérimentation d'approches innovantes susceptibles d'atteindre les groupes cibles ;
- l'accompagnement des acteurs concernés par la création de dispositifs innovants depuis la création du business plan jusqu'à la sortie des premières promotions ;
- le regroupement de plusieurs dispositifs locaux au sein d'un réseau national, lui-même fédéré en réseau régional.

Enfin, le financement des activités jusque-là assuré par une contribution d'amorçage de l'AFD se construit progressivement et si l'appui aux structures locales s'inscrit à court terme dans le cadre d'un financement national, la coordination transnationale cherche aujourd'hui à s'appuyer sur des financements régionaux afin de soutenir une dynamique euro-méditerranéenne.

BILAN 2015

L'année 2015 s'est avérée être très prometteuse. Le premier semestre de l'année a démarré par le 3^{ème} Comité d'Orientation dans les locaux de l'Union pour la Méditerranée. Etaient présents lors de cette rencontre : l'AFD, l'UpM, l'OCEMO, l'E2C Marseille, Terra Mundi Consulting, lesMed, l'OCP, la Fondation OCP, Danone Algérie, la CACI, l'école de vente « Miftah Ennajah », l'association tunisienne Edupartage, l'ISCAE⁸ et l'ANCT⁹.

Cette réunion visait à dresser un bilan du travail accompli, échanger et partager les différentes expériences. Elle a surtout permis de développer des synergies et de renforcer la cohésion d'un groupe qui partage les mêmes valeurs et les mêmes objectifs : lutter contre l'exclusion et le chômage des jeunes en Méditerranée.

En 2015, le Réseau MedNC s'est véritablement structuré et élargi. En termes de communication, des plaquettes en anglais et en français ont largement été diffusées et une plateforme a été créée. Cette plateforme destinée à tous les membres du Réseau est un outil d'échange et de partage. Elle se compose d'un annuaire, d'une base documentaire, des articles inhérents aux activités du Réseau et d'une galerie photo.

Dans le cadre des rendez-vous économiques de la Méditerranée, le Secrétaire général de l'Union pour la Méditerranée, Fathallah Sijilmassi a déclaré en novembre 2015 :

8 Institut Supérieur de commerce et d'administration
9 Association Nouvelle Chance Tunisie

« Je suis heureux de vous dire que l'expérience MedNC a réussi au Maghreb et de vous annoncer l'intérêt de l'Espagne et de l'Égypte pour ce projet. »

De plus, on notera la référence implicite aux dispositifs membres du Réseau MedNC dans le cadre de deux interlocutions présidentielles :

« *Tout jeune de 16 à 25 ans qui est sorti du système scolaire* » aura droit « *à une deuxième chance* ». « *Il pourra soit revenir à l'école, soit faire un stage* ». Il ne faut « *plus qu'un jeune passe sa vie à regretter ce qui s'est passé quand il était jeune* ».

François Hollande, Président de la République Française
06/11/2014

« *J'appelle à la mise en place d'un programme euro-méditerranéen d'échanges et de partenariats à la hauteur des enjeux qui sont les nôtres* ». « *C'est ensemble que nous pourrions construire une vision commune de nos destins et de nos besoins. Pour co-investir, il faut au préalable co-former* ». « *De nombreuses initiatives existent déjà, exemplaires parfois tel que le programme Nouvelle Chance, mais insuffisantes...* »

Béji Caïd Essebsi, Président de la République Tunisienne, La Sorbonne 07/04/2015

L'OCEMO a renforcé ses échanges avec les pays partenaires du Maghreb et a développé de solides relations en Egypte et Espagne. Des contacts ont par ailleurs été pris avec l'Italie grâce à l'intermédiation de l'E2C Nîmes.

- Au **Maroc**, la Fondation OCP a pris le relais de l'OCP sur la gestion des *skills center*. L'OCEMO a organisé plusieurs rencontres entre les équipes de la Fondation OCP et l'E2C Marseille. Des synergies ayant été trouvées, des discussions portant sur un accompagnement spécifique se sont tenues en octobre 2015 lors du 4^{ème} Comité d'Orientation à Rabat. Un cahier des charges devrait être transmis par la Fondation OCP à l'E2C Marseille début mars 2016 afin d'initier un transfert de savoir-faire qui permettrait de faire évoluer la pédagogie des

centres *Skills*. La Fondation OCP souhaite se détacher de l'approche quantitative mise en place dans l'urgence fin 2011 et tendre vers une démarche qualitative qui privilégie une réelle insertion sur le marché du travail. Enfin, la Fondation OCP s'est largement impliquée dans la dynamique du Réseau en co-organisant le dernier Comité d'Orientation. Durant cette manifestation, la Fondation OCP a convié l'ensemble de ses partenaires travaillant sur l'employabilité¹⁰ et les bases ont été posées pour que celle-ci devienne le coordinateur Maroc à la place de l'Association New Chance.



- En **Algérie**, l'OCEMO a travaillé pour que le coordinateur national soit la CACI (Chambre Algérienne de Commerce et d'Industrie). Les échanges ont pris plus de temps que prévu mais une rencontre avec le Directeur Général de la CACI en juillet a permis de donner un accord de principe. L'OCEMO a transmis une proposition de convention, base de travail, qui devrait trouver une version définitive en 2016. Tout comme la CACI, le dispositif « Miftah Ennajah » était présent aux deux Comités d'Orientation du Réseau MedNC de cette année. Durant ces rencontres, de nombreuses synergies ont été trouvées et un véritable besoin d'échange d'expérience et de bonnes pratiques s'est fait sentir. A titre d'exemple, l'E2C Marseille a manifesté son intérêt pour la filière vente de l'école « Miftah Ennajah » de même que les partenaires égyptiens aimeraient s'inspirer du dispositif algérien dans la création d'un modèle de filière. L'école de vente étant portée par trois partenaires (CACI, Cevital et Danone), il faudra attendre le prochain comité stratégique pour officialiser ou non une convention de partenariat. Si la CACI et Danone Algérie sont favorables à rejoindre le Réseau, Cevital se montre plus intéressé, à ce stade, pour approfondir l'initiative sur le territoire algérien. Les négociations sont en cours.

¹⁰ Amideast, International Youth Foundation, Al Jisr, Education for Employment, Fondation Orient-Occident, ONUDI, Institut Français, Institut des Métiers de l'Aéronautique, l'Heure Joyeuse

« De nombreuses initiatives existent déjà, exemplaires parfois tel que le programme Nouvelle Chance »

- En **Tunisie**, le coordinateur national est l'Association Nouvelle Chance Tunisie (ANCT). Grâce au travail de terrain de l'OCEMO, l'ANCT a monté en compétence et a remporté un appel à projets de la Fondation de France en juillet 2015. D'un point de vue opérationnel, des partenariats ont été signés avec le Ministère de la Formation professionnelle et de l'Emploi et l'Agence Nationale pour l'Emploi et le Travail Indépendant (ANETI). Des échanges ont également été initiés avec l'Ordre des experts comptables, l'association des anciens de l'ISG Tunis et quelques entreprises intéressées par le programme. Fin 2015, le MFPE s'est inspiré du programme « Nouvelle Chance » pour lancer le programme « *Forsati* » (ma chance). Des échanges entre l'association et les équipes du ministère ont eu lieu fin décembre afin que ces derniers bénéficient du retour d'expérience du programme « Nouvelle Chance ». Ce programme est, quant à lui, une véritable réussite avec un taux de sortie positive à 68% pour la promotion pilote et le lancement de trois nouvelles promotions en 2016.
- En **Espagne**, la dynamique de création d'un Réseau des E2C espagnoles (E2O : « Escuelas de Segunda Oportunidad ») prend forme puisqu'une 1^{ère} session des E2O s'est tenue les 10 et 11 novembre 2015 à Barcelone, au siège de l'UpM. L'objectif est de développer un réseau espagnol d'entités favorisant l'intégration sociale et professionnelle des jeunes actuellement exclus du marché du travail, à savoir

les étudiants ayant abandonné leurs études. Ce réseau espagnol, positionné en coordinateur national Espagne, se constituera en association dont les statuts seront déposés au premier semestre 2016. Un accord multilatéral et une charte de principes ont été préalablement signés par les entités espagnoles participantes. Une délégation espagnole du réseau E2O devrait se rendre début 2016 à Marseille afin de rencontrer les représentants du réseau français des E2C, prendre connaissance des méthodes pédagogiques présentées et se réunir en séminaire en vue de la finalisation des objectifs juridiques de ce réseau. Cette constitution des dispositifs espagnols en réseau va incontestablement faciliter la coopération franco-espagnole des réseaux des Ecoles de la Deuxième Chance.

- En **Egypte**, l'élargissement du Réseau MedNC au Machrek s'est traduit par une visite officielle de l'OCEMO et de l'E2C Marseille à Alexandrie le 28 et 29 Juillet 2015 suivie d'une visite du Gouverneur d'Alexandrie le 10 septembre 2015 à l'E2C Marseille. Cette dernière, organisée avec l'appui de la ville de Marseille a permis d'explorer des pistes sur l'implantation éventuelle d'un dispositif partenaire à Alexandrie, ainsi que sur les possibles synergies et transferts de savoir-faire pour favoriser l'insertion des jeunes Égyptiens sur le marché du travail. Le Gouverneur s'est montré très intéressé par l'expérience française des E2C et par les autres expériences maghrébines. Il a exprimé sa volonté d'organiser un workshop plus concret qui regrouperait des acteurs issus des secteurs public et privé avec l'appui de l'Association des Businessmen d'Alexandrie. L'OCEMO a par ailleurs accompagné la Chambre de commerce Française en Egypte (CCFE) à la formalisation d'un Business Plan qui devrait permettre le lancement d'une Ecole de la Deuxième Chance à Alexandrie. Enfin, la CCFE pourrait, sous réserve d'une validation politique, être le coordinateur national égyptien.





Les 6 et 7 octobre 2015, c'est à la Fondation OCP à Rabat, que le Réseau MedNC a organisé son 4^{ème} Comité d'Orientation. Cette rencontre a permis dans un premier temps, de présenter le Réseau MedNC aux partenaires de la Fondation OCP et, d'échanger, dans le cadre de tables rondes, sur le triptyque pédagogie, relation entreprise et approche globale. La deuxième partie du Comité, plus restreinte, était dédiée au bilan des actions du Réseau et à la stratégie de développement pour les années à venir. Elle a permis d'aborder les perspectives d'élargissement espagnole et égyptienne et de réfléchir de façon collégiale à 3 axes structurants pour le Réseau : le plan d'action court et moyen terme, la labellisation et la recherche de financements. Les recommandations partagées par l'ensemble des participants étaient les suivantes :

- initier une réflexion commune sur les modèles pédagogiques innovants ;
- augmenter la visibilité des transferts de savoir-faire initié par le Réseau en insistant sur leur impact ;
- favoriser l'élargissement du Réseau à d'autres dispositifs et à d'autres savoir-faire via la formalisation d'un kit de communication qui ciblerait notamment la pertinence, la mission et les objectifs du Réseau ;
- identifier ou acter les coordinateurs nationaux dans tous les pays cibles du dispositif, notamment au regard de son élargissement ;
- organiser des formations pour appuyer le développement de la compétence des coordinateurs qui le souhaitent ;
- harmoniser le niveau de connaissance et circulariser l'information auprès de tous les coordinateurs ;
- initier le processus de labellisation et déposer la marque MedNC à l'international.

En parallèle de l'événement se sont tenues trois réunions opérationnelles plus spécifiques sur le lancement du programme égyptien d'une part, sur la préparation du *kick off* espagnol d'autre part et sur le partenariat E2C Marseille – Fondation OCP pour finir.

PERSPECTIVES 2016

L'année 2016 sera une année charnière et marque un nouveau cycle. Le Réseau est agrandi et s'inscrit dans une nouvelle dynamique. La convention de partenariat avec l'AFD touche à sa fin. Cette année sera l'occasion de :

- poursuivre la structuration du réseau et s'élargir aux pays du Machrek (Jordanie et Liban) et de l'Europe du Sud (Italie, Chypre, Portugal...);
- renforcer et démultiplier les partenariats stratégiques bilatéraux et multilatéraux (Nord-Sud, Sud-Nord, Sud-Sud, Nord-Nord) ;
- initier une réflexion commune sur les modèles pédagogiques innovants ;
- structurer le label MedNC à travers la formalisation des matrices de labellisation, du cahier des charges pour labelliser un dispositif « Nouvelle Chance » et du guide de labellisation en lien étroit avec le Secrétariat général de l'Union pour la Méditerranée ;
- continuer et prolonger les actions de promotion (articles, plateforme, YouTube, plaidoyer...);
- organiser le 5^{ème} Comité d'Orientation en avril, doublé d'une « journée de l'employabilité » à Marseille, et le 6^{ème} Comité dans un pays du sud de la Méditerranée ;
- poursuivre la recherche de financements alternatifs à ceux de l'AFD et se positionner notamment sur des appels à projets européens.

4.2 HOMERE - HIGH OPPORTUNITY FOR MEDITERRANEAN EXECUTIVES RECRUITMENT



Le programme HOMERe « High Opportunity for Mediterranean Executive Recruitment » propose une nouvelle dynamique qui structure une mobilité encadrée tout au long du parcours du stagiaire. Ayant comme objectif essentiel d'éviter toute fuite des cerveaux, il est adapté aux besoins réels des entreprises qui veulent s'installer ou qui souhaitent se développer dans une région à fort potentiel de croissance.

Labellisé par l'Union pour la Méditerranée dans le cadre de l'Initiative Méditerranéenne pour l'Emploi (Med4Jobs), le programme HOMERe permet à de jeunes diplômés de haut-niveau sélectionnés par des entreprises partenaires d'effectuer un stage d'au moins 6 mois au sein d'une filiale dans un autre pays de la Méditerranée. Les stagiaires bénéficient d'un accompagnement spécifique rigoureux, pour qu'ils puissent devenir de véritables ambassadeurs de l'entreprise et du pays d'accueil. Cette expérience professionnalisante leur permet d'acquérir les compétences transversales (*soft skills*) recherchées sur le marché du travail et d'établir les contacts nécessaires pour une insertion professionnelle réussie. Plus de 100 universités et écoles sont parties prenantes de ce programme, 5 pays de la Rive Sud (Algérie, Liban, Maroc et Tunisie) et 4 pays de la Rive Nord de la Méditerranée (Espagne, France, Grèce et Italie).

Ainsi, le programme HOMERe s'engage à :

- identifier et proposer à l'entreprise un panel de jeunes talents en adéquation avec le profil de poste recherché. Si le profil ne trouve pas preneur, HOMERe pourra également proposer des jeunes nationaux ayant étudié à l'étranger et disposant des compétences requises pour le poste,
- faciliter les démarches administratives inhérentes à la mobilité du jeune dans le cadre du stage international qui aura lieu au siège de l'entreprise partenaire avec, pour objectif, d'intégrer le fonctionnement, les enjeux et la culture de l'entreprise,
- proposer des mentors qui assisteront les jeunes lors de leur stage à l'étranger (appui sur des problèmes périphériques : logement, ...). Le maître de stage désigné par l'entreprise a pour objectif de former le jeune au métier et à la culture de l'entreprise afin que ce dernier soit opérationnel à son retour.

BILAN 2015

Inauguré à Marseille le 17 mars 2015, en présence des élus de la Région PACA et de l'UpM, le programme HOMERe a été lancé officiellement au Maroc, le 27 mars à Marrakech et en Italie, le 10 avril 2015 à Rome. La première réunion du "Consortium HOMERe Italie" s'est tenue à l'occasion des 10^{ème} Ateliers Michelangelo. Ces Ateliers ciblent principalement les étudiants, diplômés, professeurs et personnels des Universités et écoles d'enseignement supérieur, représentants d'entreprises et décideurs politiques en abordant différentes priorités thématiques pour la Méditerranée tels que "les stages, la mobilité et l'employabilité", "le tourisme et développement durable" et "l'entrepreneuriat pour les jeunes". Ces réunions de lancement ont permis de dynamiser la démarche locale.

Le programme a été présenté lors de divers meetings à Barcelone, Beyrouth, Marseille et Paris et de nombreuses rencontres se sont tenues avec des industriels et des autorités administratives. Durant cette année charnière, de nombreux objectifs ont été atteints :

- Des actions de structuration du consortium HOMERe à l'échelle nationale ont été initiées en Egypte, en France et au Maroc.
- Un premier site web expérimental du programme a été mis en ligne.
- Le réseau « Offshoring des Technologies de l'Information – OTI », double-diplôme de Master entre la France et le Maroc formant des ingénieurs en développement logiciel pour l'industrie offshore, a rejoint le programme HOMERe. Grâce à OTI, 9 étudiants marocains ont trouvé un stage avec un taux d'insertion professionnel de 100% à l'issue d'un stage durant cette année.
- Le RMEI a financé plusieurs stagiaires (Marseille, Marrakech et Le Caire) qui ont rencontré des entreprises pour leur présenter l'intérêt du programme.



- Les étudiants méditerranéens se sont massivement mobilisés et le secrétariat HOMERe a reçu près de 150 demandes de stage dont plus de 100 ont été validées HOMERe avec le soutien de leurs universités. Le vivier le plus important concerne les étudiants tunisiens.

PERSPECTIVES 2016

Le défi du programme HOMERe pour 2016 est de réussir la transition de la phase pilote à la phase d'installation du programme, permettant la montée en puissance du dispositif afin qu'il bénéficie rapidement à davantage d'étudiants et d'entreprises. Pour ce faire, plusieurs actions seront à mener cette année :

- Poursuite de la démarche enclenchée en 2015 et élargissement à l'Algérie, l'Egypte et la Tunisie des succès enregistrés au Maroc.
- Ciblage de quelques secteurs professionnels (aéronautique, énergie, environnement, transports...).
- Professionnalisation des outils de communication à destination des entreprises et du milieu académique (plaquette, site web, démarches...).
- Mise en place et utilisation d'une plateforme afin de gérer les offres et demandes de stages.
- Organisation d'une réunion du consortium au premier semestre 2016 à la Villa Méditerranée à Marseille.
- Organisation d'une rencontre sur le projet à destination des réseaux académiques, d'entreprises et institutionnels.
- Production d'un listing consolidé de 1000 étudiants candidats soigneusement sélectionnés et d'un listing consolidé de 2000 entreprises adhérant au concept.

La recherche d'un financement pérenne du programme reste une priorité. Il apparaît nécessaire à ce stade d'évoluer vers une structure de gestion ne reposant pas exclusivement sur le budget propre du RMEI soutenu par la Région Provence-Alpes-Côte d'Azur comme cela a été le cas au cours des années 2014 et 2015, mais sur une structure de gestion professionnelle et durable disposant de ressources de fonctionnement et

notamment des personnels dédiés, permettant de gérer des flux beaucoup plus importants de bénéficiaires et d'institutionnaliser le programme.

Un dossier a été déposé au début de l'année 2016 dans le cadre d'un appel à projet Erasmus +. Des contacts sont en cours avec diverses banques et l'équipe du programme devra se montrer réactive vis-à-vis des appels d'offre de l'Union Européenne et rechercher des fondations ou organismes susceptibles d'accompagner le projet dans chacun des 9 pays.

PARTENAIRES

Initié par le Réseau Méditerranéen des Ecoles d'Ingénieurs et de management (RMEI), les Conseillers du Commerce Extérieur Français et Campus France, le programme HOMERe, labellisé par l'Union pour la Méditerranée, est promu par un consortium régional réunissant l'OCEMO, l'Association des Chambre de Commerce et d'Industrie de la Méditerranée (ASCAME), l'Union Méditerranéenne des Confédérations d'entreprises (Businessmed), l'Union des Universités de la Méditerranée (UNIMED), Finances & Conseil méditerranée (FCM) ainsi que des organisations professionnelles représentatives au niveau de chaque pays (AIFE, ASAG, SMEX, CEIMI, CNI, OIT, UTICA, etc.).

MEMBRES DU CONSORTIUM HOMERe :



4.3 « JEY »: JEUNES ENTREPRENEURS - ENTREPRENEURSHIP FOR YOUTH



Le programme « JEY : Jeunes entrepreneurs - Entrepreneurship for Youth », sous-titré « par la jeunesse pour la jeunesse », est né de deux constats paradoxaux :

- Les pays du Sud de la Méditerranée sont confrontés au chômage de masse et doivent faire face à l'arrivée de nombreux jeunes sur le marché du travail.
- Ces mêmes jeunes ont une multitude d'idées innovantes, mais n'ont pas toujours accès aux outils ou aux structures pour mettre en œuvre leur projet.



Pour relever ce défi et répondre à l'inadéquation entre l'offre et la demande d'emploi, une des solutions envisagées est le développement de nouvelles activités génératrices de revenus pour les jeunes du Sud de la Méditerranée, orientés notamment autour de l'entrepreneuriat. Ce projet a pour objectif de créer un réseau méditerranéen de Junior Entreprises susceptibles d'accompagner localement des porteurs de projet dans la création de leur entreprise.

Ce programme s'adresse aux étudiants de l'enseignement supérieur et les incite à s'impliquer au sein d'associations « JEY » dont l'objectif est d'accompagner les porteurs de projets locaux. Le programme JEY s'inscrit dans ce cadre et mobilise les étudiants, leurs professeurs et les entreprises/organisations partenaires afin d'accompagner les jeunes chômeurs porteurs de projets à concrétiser leur ambition entrepreneuriale.

BILAN 2015

Cette année, l'équipe JEY Entrepreneuriat a poursuivi la structuration de son réseau, l'objectif étant de favoriser les échanges de savoir-faire afin d'aider au mieux les jeunes entrepreneurs. Ainsi, dans un premier temps, la priorité a été accordée au développement du Réseau JEY au Maroc en

organisant un concours à vocation sociale et fédératrice, et en s'inspirant du prestigieux concours euro-méditerranéen de création d'entreprise, le PHARE.

Dans le cadre de l'organisation du PHARE Maroc et de ses activités, l'équipe JEY a durant cette année :

- Identifié une dizaine d'associations marocaines « JEY » souhaitant prendre part au projet.
- Désigné deux « JEY » relais, la Junior Entreprise AGIR de l'ISCAE Casablanca et la Junior Entreprise de l'ENCG Marrakech, qui diffusent activement l'initiative au Maroc. Des conventions de partenariat ont été signées.
- Appuyé la montée en compétence de plusieurs associations sur des activités prédéfinies (études de marché, business plan, organisation interne d'une Junior Entreprise) lors de déplacements sur le terrain (mars 2015, juin 2015, décembre 2015).
- Structuré le Réseau JEY au Maroc afin de favoriser les échanges de savoir-faire entre les étudiants et demandeurs d'emploi marocains.
- Participé à des événements importants pour diffuser l'initiative tels que le Forum entrepreneuriat et jeunes diplômés en Méditerranée ou la 17^{ème} édition du PHARE au campus marseillais de KEDGE Business School.

PERSPECTIVES 2016

2016 sera l'année du PHARE Maroc. Ce concours, co-organisé par la Junior entreprise AGIR et l'équipe JEY, aura lieu le 20 février 2016 à l'ISCAE Casablanca.

A travers cette version inédite d'un PHARE au sud de la Méditerranée, 7 équipes seront en compétition. Chacune d'elle sera composée d'un porteur de projets, étudiants ou demandeurs d'emploi, et d'une Junior Entreprise « JEY ». Les gagnants seront accompagnés dans la création de leur activité et participeront au PHARE d'ACCEDE en 2017 à Marseille.

Des ateliers thématiques et des conférences autour de l'entrepreneuriat rythmeront cette compétition. Les jeunes, participants ou non, pourront développer leurs connaissances dans la création et gestion d'une activité, échanger avec de nombreux chefs d'entreprises et développer leur réseau. A la suite de ce concours, une réunion entre « JEY » permettra de procéder à des échanges d'expérience autour de l'accompagnement d'un projet. Si la principale vocation de cet événement permet de susciter un engouement autour de l'entrepreneuriat, il est également important de constater l'émergence d'un réseau marocain et à terme méditerranéen d'associations étudiantes « JEY » dont l'objectif est collaborer au bénéfice des plus démunis.

Dans ce cadre, les ouvertures sur d'autres pays sont envisagées, notamment en Tunisie, en Egypte et au Liban où l'équipe JEY Entrepreneuriat s'attèle à identifier d'éventuelles associations JEY partenaires. Un PHARE pourrait être organisé dans l'un de ces pays au second semestre 2016.

PARTENAIRES

L'association ACCEDE Provence Entrepreneurs, composée d'étudiants de KEDGE Business School Marseille, coordonne le réseau des associations « JEY », à travers l'équipe « JEY Entrepreneuriat ». Cette équipe est encadrée par l'OCEMO, qui finance certaines activités de terrain, et est supportée par le Réseau Méditerranéen des Ecoles d'Ingénieurs et de Management (RMEI).



05

Promotion du territoire et développement économique



L'OCEMO est né de la volonté de ses créateurs de lui attribuer une double mission : promouvoir son territoire d'action et être un acteur impliqué dans le développement économique. Bien sûr, ces deux missions se recoupent, comme se synchronisent les actions entreprises par l'Office depuis sa création.

Que ce soit à travers ses programmes de soutien à la jeunesse, sur les territoires de coopération de ses partenaires ou sa capacité à mettre à disposition le savoir-faire, l'expertise et les compétences de ses partenaires, nombreuses sont les actions portées par l'OCEMO en faveur du territoire et du développement économique.

Ces actions se caractérisent par la volonté constante et affichée de l'Office de toujours faire mieux, d'innover, de rassembler. La Semaine Economique de la Méditerranée, événement emblématique de la capacité des collectivités partenaires à travailler ensemble pour valoriser le territoire, mais aussi pour

insuffler une dynamique de développement, à travers les échanges d'expériences, les avis d'experts et les multiples contacts est au cœur de cette mission. De même, les Rendez-vous de l'OCEMO, à travers ses Cafés-Débats et ses Ateliers, ont pour but de mettre à la disposition de ses auditeurs une meilleure connaissance du macrocosme dans lequel ils vivent. Enfin, le soutien, essentiellement dans l'organisation d'événements et d'exercices de dissémination, que l'Office apporte au projet porteur d'inclusivité EDILE a le même objectif : permettre aux citoyens de vivre dans une Méditerranée ouverte, compréhensible, inclusive et dynamique.

5.1 SEMAINE ECONOMIQUE DE LA MÉDITERRANÉE



La Semaine Economique de la Méditerranée est une initiative partenariale dont l'objectif est de mettre en évidence l'expertise économique du territoire et de favoriser les rencontres entre les acteurs du développement économique de la zone afin d'échanger et de débattre sur les grands enjeux économiques dans les pays de la Méditerranée et de l'Orient. C'est également l'occasion pour les acteurs économiques locaux et internationaux de développer leurs réseaux d'affaires, de se tenir au courant des dernières évolutions et de s'inspirer d'initiatives ayant déjà fait leurs preuves sur d'autres territoires. Il s'agit également de positionner Marseille et la région Provence-Alpes-Côte d'Azur comme plateforme avancée de la coopération méditerranéenne et de valoriser leur savoir-faire économique, à travers l'expérience, l'échange de bonnes pratiques et les projets des acteurs du territoire.

Depuis sa création en 2007, la notoriété de la Semaine Economique de la Méditerranée n'a cessé de croître, cet événement est devenu un rendez-vous fondamental dans l'agenda international des différents acteurs du développement économique méditerranéen.

Elle attire chaque année un public hétérogène, dont les origines comme les préoccupations sont très variées, ce qui constitue la richesse de l'événement. Le public de l'événement est constitué par des acteurs publics (ministères, collectivités territoriales, aménageurs), des porteurs de projets et des entreprises locales, nationales et internationales, des acteurs de l'innovation, des représentants d'institutions internationales et des ambassadeurs de la société civile : universitaires, chercheurs, experts, acteurs de l'économie sociale et solidaire de l'ensemble du territoire euro-méditerranéen... La Semaine Economique de la Méditerranée est conçue afin de favoriser le networking entre ces derniers, leur permettre de développer leur réseau et, notamment pour les entreprises, de générer de nouvelles opportunités de *business*.

Historiquement, cette manifestation est organisée par la Région Provence-Alpes-Côte d'Azur, la Ville de Marseille, la Communauté urbaine Marseille Provence Métropole, l'Etablissement Public d'Aménagement Euroméditerranée, la Chambre de Commerce et d'Industrie Marseille Provence et le Ministère des Affaires étrangères et du Développement international. En 2015, deux nouvelles institutions ont soutenu la manifestation : l'Union pour la Méditerranée et le Conseil départemental des Bouches-du-Rhône.

La coordination globale de la Semaine Economique de la Méditerranée est assurée depuis 2011 par l'OCEMO. L'organisation de cette manifestation permet à l'Office de donner sa mesure en tant qu'animateur de réseaux et acteur de l'attractivité territoriale de la région. Chaque année un thème fédérateur est choisi afin d'organiser les réflexions et d'assurer la cohérence de l'événement.

BILAN 2015

Dans le cadre de la reconduction de son mandat pour la quatrième année, l'OCEMO a poursuivi son action en tant que coordinateur, avec comme objectif de soutenir les thématiques intégratrices et emblématiques favorisant le rayonnement de la région Marseille-Provence, le savoir-faire des acteurs du territoire et des entreprises locales et nationales, ainsi que le dialogue au plus haut niveau avec les partenaires du sud et de l'est de la Méditerranée.

La neuvième édition de la Semaine Economique de la Méditerranée s'est déroulée à la Villa Méditerranée à Marseille, du mercredi 4 au samedi 7 novembre 2015 autour d'un thème central :

« Villes et territoires, leviers de développement économique en Méditerranée ».

Thématique

La population urbaine des pays méditerranéens est passée de 94 millions en 1950 à 274 millions en 2000. Les dernières

projections donnent une population urbaine totale de 378 millions d'habitants en 2025. Les pays méditerranéens sont de plus en plus confrontés aux problématiques liées à la transition urbaine. Les villes sont au cœur des politiques d'aménagement, elles jouent un rôle essentiel pour le dynamisme économique d'un territoire et son attractivité. Il devient nécessaire pour une ville, et c'est même un enjeu de taille, de posséder un " projet fédérateur " fort qui lui donnera une identité et lui permettra de s'affirmer en tant qu'acteur, en mobilisant des groupes sociaux, des institutions, des acteurs privés et publics, et des citoyens.

Il est également primordial, pour stimuler la productivité, d'améliorer la qualité du capital humain, les performances du système de recherche, d'éducation et de formation et la capacité à encourager l'innovation et la créativité. Enfin, atout essentiel pour réduire l'impact du changement climatique, les villes sont la clé du développement durable. C'est autour de ces sujets que la Semaine Economique de la Méditerranée 2015 a orienté ses réflexions.

Acteurs et parties prenantes

Dans un souci constant d'amélioration et afin de pérenniser la montée en gamme de la manifestation, ainsi que l'accroissement de sa notoriété et de son influence auprès des acteurs du monde de l'économie, l'OCEMO et les organisateurs d'évènements ont réussi à mobiliser des acteurs économiques et politiques de référence à savoir : des ministres et personnalités politiques, des entrepreneurs, des porteurs de projets, des agences d'aménagement, des experts (urbanistes, architectes, sociologues, économistes), des acteurs de l'innovation et du développement économique méditerranéen et des représentants de la société civile.

Les acteurs économiques de la région Marseille-Provence ont été particulièrement présents et se sont largement impliqués pour contribuer à la réussite de cet événement, valorisant

ainsi le savoir-faire économique et l'expérience de Marseille, de Provence-Alpes-Côte d'Azur et de ses acteurs en Méditerranée. La manifestation a également été pour eux l'occasion de renforcer leurs relations d'affaires et d'élargir leur réseau dans le bassin méditerranéen.

La Semaine Économique de la Méditerranée a rassemblé cette année encore les grandes institutions internationales, notamment européennes : la Banque Européenne d'Investissement, l'Agence Française de Développement, la Caisse des Dépôts et Consignations, la Commission européenne, l'Organisation des Nations Unies, la Banque mondiale ou encore l'Union pour la Méditerranée, dont les représentants ont apporté un éclairage avisé tout au long de ces 4 jours. La manifestation a également bénéficié d'une représentation d'acteurs méditerranéens publics et privés comme par exemple la Chambre Algérienne de Commerce et d'Industrie, Systra, le groupe Altran, la Bourse de Casablanca, La Chambre Tuniso-Française de Commerce et d'Industrie...

La manifestation a accueilli des ministres et personnalités internationales telles que :

- **Helena Dalli**, Ministre du Dialogue social, des Consommateurs et des Libertés civiles, Malte ;
- **Kamel Jendoubi**, Ministre auprès du chef du gouvernement chargé des relations avec les instances constitutionnelles et la société civile, Tunisie ;
- **Zied Ladhari**, Ministre de la Formation Professionnelle et de l'Emploi, Tunisie ;
- **Alain Le Roy**, Secrétaire général du Service Européen pour l'action extérieure ;
- **Mohamed Mebarki**, Ministre de la Formation et de l'Enseignement professionnel, Algérie ;
- **Driss Merroun**, Ministre de l'Urbanisme et de l'Aménagement du territoire, Maroc ;
- **Nicolas Schmit**, Ministre du Travail, de l'Emploi, de l'économie sociale et solidaire du Luxembourg ;





- **Fathallah Sijilmassi**, Secrétaire général de l'Union pour la Méditerranée ;
- **Abdelmadjid Tebboune**, Ministre de l'Habitat, de l'Urbanisme et de la Ville, Algérie.

Les écoles et universités de la région se sont également fortement mobilisées. Ainsi, les étudiants de l'IMPGT, d'Aix-Marseille Université, de Kedge Business School, de l'EJCAM, l'ESDAC et du Réseau Méditerranéen des Ecoles d'Ingénieur (RMEI) ont participé à cette 9^{ème} édition de l'évènement. Le partenariat initié en 2014 avec l'école de journalisme IEJ Marseille a été reconduit.

Contenu

Les rencontres ont révélé de belles initiatives portées par de jeunes entrepreneurs et de très nombreuses PME présentes cette année. Nouvelles offres, échanges de pratiques innovantes, présentation d'initiatives locales : ce partage de connaissances entre les porteurs de projets et ces retours concrets d'expériences sont les composantes qui permettent d'accélérer le développement du territoire.



Au-delà de son rôle de coordinateur, l'OCEMO s'est également investi en tant qu'organisateur en co-animant quatre ateliers ; une conférence sur le thème de l'innovation, une seconde sur le lien entre la finance et les métropoles, la remise des trophées EDILE ainsi que la session d'introduction de la Semaine Economique de la Méditerranée. Cette conférence sur « L'évolution des villes en Méditerranée : villes rêvées, villes vécues » a permis d'introduire



les enjeux liés à la thématique 2015 en tentant de tracer le chemin parcouru et celui restant à parcourir, entre les « villes vécues » et les « villes rêvées », pour arriver à la « ville de demain » en Méditerranée. Un panel d'experts composé de scientifiques, sociologues, urbanistes, architectes, aménageurs spécialisés dans le développement du territoire, ainsi que de représentants d'institutions internationales, a apporté leurs expériences et connaissances, débutant ainsi 4 jours de débats.

A travers la mise en place d'espaces favorisant les échanges, les rencontres, l'organisation de rendez-vous BtoB, la Semaine Economique de la Méditerranée a permis de favoriser la mise en relation des différents tissus économiques de Méditerranée, d'échanger les informations sur les marchés porteurs et les nouvelles offres et de mettre en relation des entrepreneurs ou des porteurs de projet avec des financeurs nationaux ou internationaux. La qualité des interventions et des contenus des différents évènements ont été particulièrement plébiscités en 2015.

Chiffres clés :

Les chiffres clés de l'édition 2015 illustrent la pertinence de cette initiative qui s'organise sur le territoire de Marseille et de Provence-Alpes-Côte d'Azur :

- 4 jours de rencontres
- 35 événements
- 6 partenaires financeurs,
- 2 nouveaux partenaires institutionnels : le département des Bouches-du-Rhône et l'Union pour la Méditerranée
- 23 partenaires médias (contre 10 en 2014), dont 9 étrangers
- Plus de 130 articles de presse
- 43 organisateurs
- Près de 300 intervenants dont de nombreuses personnalités politiques et du monde de la recherche
- Plus de 17 pays représentés
- 2 500 participants
- près de 1 500 contacts presse dont 332 étrangers ont reçu des informations sur la manifestation
- le potentiel d'audience et de diffusion en Méditerranée à travers les partenariats médias : 6 238 000 personnes

Au-delà des chiffres, la manifestation apporte également une valeur ajoutée qualitative au territoire sur lequel elle s'organise, grâce à :

- des effets positifs sur l'image, la notoriété et l'attractivité du territoire ;
- la venue de personnalités et la médiatisation des parties prenantes ;
- la rencontre d'une mixité d'acteurs faisant la richesse de la manifestation ;
- un rôle éducatif et d'animation locale ;
- la satisfaction des différentes parties prenantes à l'évènement.



PERSPECTIVE 2016

La Semaine Économique de la Méditerranée est à la croisée des chemins. Elle doit à la fois célébrer le chemin parcouru depuis 10 ans, montrer l'importance et la résonance qu'a gagnées progressivement cet évènement atypique, visant à fédérer tant d'acteurs différents en faveur d'une intégration socioéconomique de la région euro-méditerranéenne et à contribuer à la reconnaissance de la place clé de MarseilleProvence, de ses acteurs, collectivités, entreprises et experts.

La 10^{ème} édition de la Semaine Economique de la Méditerranée (SEM) est l'occasion de réfléchir au format de l'évènement et d'y associer les agences de promotion territoriale. Cette initiative est confirmée par l'ensemble des institutions membres du Comité de pilotage. Elles s'accordent sur le point de proposer une réflexion plus globale au niveau régional afin de donner une nouvelle dimension à l'évènement.

La thématique choisie pour l'édition 2016, à savoir « Le numérique, pour une Méditerranée connectée » se présente comme un thème porteur pour le territoire car ;

- elle est à la fois transversale à de nombreux secteurs d'activité économique et portée par l'ensemble des institutions de la région ;
- elle concourt au dynamisme du territoire régional et des nombreuses entreprises locales.

Ligne stratégique 2016

Le territoire Provence-Alpes-Côte d'Azur possède de nombreux acquis dans le domaine du numérique, avec de très fortes spécificités et des projets ou des entreprises qui couvrent la région méditerranéenne. De nombreux acteurs comme Marseille Innovation travaillent à la mise en réseaux de pépinières et de réseaux d'entreprises. Des projets, comme les *French Tech* ou *The Camp*, permettent de mettre en avant les entreprises du territoire à l'international et sont des accélérateurs d'innovation pour les entreprises locales.

Le numérique n'est pas uniquement un secteur concernant les entreprises d'un numérique : on le trouve dans de nombreux autres secteurs économiques comme les services urbains, la mobilité, la sécurité, la logistique, la santé, etc...

Objectifs

En 2016, compte tenu de la volonté réaffirmée de positionner la SEM de façon spécifique, l'OCEMO, avec les agences de promotion du territoire privilégie certaines grandes orientations pour leurs actions, telles que :

- créer un écosystème sur le territoire régional ;
- construire un territoire intelligent durable (notion de Smart city) ;
- travailler au quotidien pour « mieux vivre ensemble » (thématique de l'innovation sociale).

Aussi, la SEM 2016 se fixe les objectifs suivants :

- la mise en avant des projets et des prospectives sur les enjeux du numérique en Méditerranée, notamment à travers la coopération des institutions locales, nationales ou internationales ;
- la promotion des marchés porteurs du numérique en Méditerranée, avec comme volonté essentielle de mobiliser davantage les entreprises : ainsi un travail spécifique, en lien avec les agences portera sur l'attractivité territoriale de l'évènement. En plus d'un public traditionnel d'experts, d'institutionnels, de personnalités, de politiques, d'étudiants etc..., l'objectif visera à mobiliser davantage d'entreprises de la région PACA comme des entreprises venant de l'extérieur du territoire régional ;
- la définition d'un équilibre entre les deux formats (institutionnel et convention d'affaires) qui facilite la lisibilité de la SEM, tout en maintenant son positionnement d'évènement majeur pour le développement économique en Méditerranée.

Axes de travail

Les axes de travail sont déterminés en adéquation avec les objectifs fixés :

- réaliser une cartographie de tous les acteurs du territoire pouvant être parties prenantes à l'événement sur la thématique du numérique et son développement en Méditerranée et en Afrique ;
- faire passer un message ciblé en utilisant de façon optimale les outils et supports de communication ;
- travailler sur une optimisation de l'attractivité du territoire à travers l'ensemble des actions portées par la SEM (programmation, ateliers et conférences, nature et origine des acteurs, communication) ;
- mobiliser les 4 French Tech du territoire Provence-Alpes-Côte d'Azur (Avignon, Toulon, Aix-Marseille et Côte-d'Azur) et leurs tissus de contacts d'entreprises ainsi que d'éventuels speakers pour les conférences ;
- valoriser le positionnement spécifique de la région : ainsi, les start up innovantes en Méditerranée ont tendance à se tourner vers la région Provence-Alpes-Côte d'Azur, plus que vers d'autres régions françaises.

A l'instar de 2015, l'OCEMO sera en charge de la coordination de la 10^{ème} édition de la manifestation et d'organiser sa session d'introduction. Ainsi, l'Office veillera à apporter une forte plus-value et à alimenter en contenu les débats et la réflexion.

L'Office accompagnera et conseillera les organisateurs dans le montage de leurs présentations et encouragera les synergies entre les événements. Enfin, le principe d'une publication, très appréciée en 2013, 2014 et 2015, qui apporte un contenu autre que programmatique (Cahiers de l'OCEMO) sera poursuivi et différentes personnalités seront mobilisées en amont pour la participation à sa rédaction.

Pour cette 10^{ème} édition, une attention particulière sera portée à la sélection des événements. La ventilation des événements sur l'ensemble de la semaine sera optimisée et organisée de manière à assurer une meilleure lisibilité de la programmation. Outre des séminaires, tables rondes, conférences, etc... organisés pendant la Semaine Economique de la Méditerranée, une animation ou une exposition pourrait être prévue afin d'ajouter un attrait supplémentaire à la manifestation.

L'organisation de récompenses de porteurs de projets, à l'instar de la remise des trophées EDILE ou du concours Med'Innovant organisés en 2015, pourrait être renouvelée. En effet, ce sont des événements qui permettent de mobiliser des personnalités politiques, des médias et de mettre en valeur des projets et entreprises.

Acteurs

La mixité du public réuni pour l'événement en fait sa richesse, elle devra être conservée. Cela permet la mise en réseau d'acteurs qui ne travaillent pas forcément fréquemment ensemble et de mettre en place les conditions idéales pour la concertation et le dialogue. Cette mixité est un véritable outil de rayonnement international ainsi qu'une valeur ajoutée pour le territoire et pour les acteurs venant présenter leurs projets. Elle fait l'originalité de la Semaine Economique de la Méditerranée en la distinguant à la fois des différents événements business et d'un autre événement important en Méditerranée qui est la Semaine de Leaders de Barcelone.

La Semaine Economique de la Méditerranée est initialement un événement institutionnel, mais afin d'assurer la pérennisation de l'événement, il devient indispensable de davantage le tourner vers les entreprises. Ainsi, il serait intéressant de développer la participation d'acteurs privés ou de représentants de réseaux d'entreprises, tels que la Chambre Algérienne de Commerce et d'Industrie (CACI), l'UPE 13 et la CGPME 13 en tant qu'organisateur d'événements.

Bien que les pays du Maghreb soient correctement représentés lors de la manifestation, un travail sera également effectué pour sensibiliser et éventuellement impliquer de nouveaux pays tels que la Turquie, la Grèce et l'Egypte. Une diversification des acteurs permettrait à l'événement de renforcer son positionnement méditerranéen et international. Une réflexion spécifique sera portée afin d'attirer des entreprises d'Afrique sub-saharienne : à cet effet, un contact sera pris avec le Hub Africa. Les parties prenantes de la Semaine méditerranéenne des Leaders économiques de Barcelone seront également invités à la Semaine Economique de la Méditerranée de Marseille. L'OCEMO agira afin de favoriser une synergie entre les deux événements.

Au-delà de la mobilisation des acteurs du territoire Marseille Provence et de tous les partenariats avec le sud, l'OCEMO agira pour améliorer la mobilisation de représentants politiques des pays du nord de la Méditerranée, ainsi que des instances européennes. Un travail de lobbying et de sensibilisation vis-à-vis des réseaux de tous les partenaires doit être réalisé afin de mobiliser les cabinets ministériels et les politiques en lien avec la thématique.

Enfin, pour la prochaine édition, l'OCEMO va travailler pour une meilleure mobilisation des diasporas et des étudiants.

Communication

De manière générale, la stratégie de communication sera optimisée pour répondre au positionnement retravaillé de la manifestation.

La SEM souhaite à présent capitaliser sur la notoriété acquise par l'événement mais également élargir son périmètre d'action à l'ensemble du territoire euro-méditerranéen et à l'Afrique subsaharienne en mobilisant davantage le secteur privé et en mobilisant les entreprises du territoire, des représentants d'institutions internationales et de grands groupes industriels, des groupements et des incubateurs d'entreprises, des ministres et représentants politiques méditerranéens, africains et européens. L'événement doit permettre d'élargir les contacts et les opportunités de projets et de business pour l'ensemble de ses parties prenantes et se repositionner comme un outil de marketing territorial.

La SEM et sa communication devra favoriser davantage la mobilisation des acteurs privés, la promotion et les rencontres B2B entre porteurs de projets, potentiels investisseurs et PME dans le domaine du numérique.

La SEM 2016 se déroulera juste après les Aix Marseille French Tech Weeks qui de fin septembre à mi-octobre, consacreront de nombreux événements autour de la thématique du numérique. Ces différentes manifestations seront une occasion de mobiliser pour la SEM à venir, l'idée étant d'être complémentaire avec les événements de la rentrée tout en gardant une communication distincte.

L'Office continuera à communiquer auprès d'influenceurs et veillera à assurer une visibilité maximum de l'événement. Une nouvelle charte graphique adaptée à la thématique sera définie et déclinée sur les différents supports. Le site internet sera amélioré, notamment au niveau des inscriptions, afin de rendre le contenu plus accessible. La qualité des supports de communication jugée bonne en 2015, sera pérennisée, d'éventuels nouveaux supports pourraient être mis en place plus en amont de l'événement. Concernant le programme détaillé distribué lors de la manifestation, il pourrait être plus

court et accompagner un plan avec les salles facilitant ainsi la gestion des flux pendant l'événement. Un travail important d'optimisation sera également fait concernant la visibilité de la campagne d'affichage mais aussi la signalétique in situ.

L'OCEMO encouragera les organisateurs à communiquer davantage à propos de la Semaine Economique de la Méditerranée sur leurs réseaux sociaux ou leur site, notamment à travers un encouragement à la rediffusion des articles parus. Concernant le bilan, l'Office prévoira une meilleure analyse des publics rassemblés lors de cet événement. Une analyse des pays d'origine des participants, de leurs profils via notamment les inscriptions (ex : parties obligatoires dans les renseignements d'inscription) permettrait de s'adapter pour une améliorer la participation du public de l'événement.

Médias

Les partenariats presse seront renouvelés et de nouveaux pourront être conclus. En 2016, une attention particulière sera accordée à la présence des médias durant l'événement. L'OCEMO s'engagera à essayer de solliciter leur curiosité et s'appliquera à améliorer la nature de la couverture presse et l'implication des journalistes nationaux et internationaux et, cette année, européens en remettant en place davantage de rendez-vous avec les journalistes.

Finance et partenariats

L'Office continuera à démarcher des acteurs privés et d'autres organismes, partenaires potentiels, dans le but de les faire participer au montage et au financement de l'événement, voire de les impliquer dans la création du contenu événementiel de la Semaine Economique de la Méditerranée.

Un travail sur le rapprochement avec l'ASCAME sera également réalisé en collaboration avec la Chambre de Commerce et d'Industrie Marseille Provence (CCIMP).

PARTENAIRES 2015



PARTENAIRES 2016



D'autres partenaires pourront être validés courant de l'année 2016

5.2 EDILE



Le projet EDILE (*Economic Development through Inclusive and Local Empowerment*) est mis en place par un consortium mené par le réseau ANIMA Investment Network dont l'OCEMO fait partie. EDILE associe la Tunisie, la Palestine, le Liban, l'Italie et la France. Il est financé à hauteur de 1,7 million d'euros par l'Union européenne via le programme IEVP CT MED qui vise à renforcer la coopération entre l'Union européenne et les pays partenaires des régions placées le long des rives de la Méditerranée. EDILE propose des outils d'évaluation et un label portant sur les impacts locaux des projets d'investissement afin d'accompagner les investisseurs et les organisations chargées de la régulation. La création du label EDILE en 2015 permet d'optimiser les retombées locales positives, notamment en matière d'emploi, de sous-traitance et de respect de l'environnement. L'Office contribue, dans ce cadre spécifique à animer le réseau et à faire vivre les partenariats.

Depuis 2000 et jusqu'aux récentes révolutions, les pays du sud de la Méditerranée ont bénéficié de flux croissants d'investissements publics et privés. Cependant ces projets n'ont pas toujours eu les résultats positifs escomptés : les retombées économiques locales restent limitées et les impacts négatifs sont parfois sous-estimés. De plus, les procédures et outils d'évaluation de projets sont peu développés, et les autorités publiques impliquées dans la régulation des investissements manquent de savoir-faire en termes d'évaluation. Cette évaluation pourrait pourtant jouer un rôle crucial en permettant de sélectionner les meilleurs projets d'investissement publics, de négocier avec les investisseurs privés et de concentrer les dispositifs de soutien et de financement publics sur les projets les plus à même de contribuer au développement inclusif des territoires concernés : création d'emplois, sous-traitance locale, formation, respect de l'environnement, etc.

Depuis le début de son mandat, l'OCEMO a fait de l'inclusion des populations dans la société, et notamment de la jeunesse, son cheval de bataille. La jeunesse doit être respectée et la façon d'y contribuer c'est de la considérer comme une fraction

de la société à part entière, tant au niveau de la citoyenneté, de l'éducation, de l'égalité des droits, de la liberté que de l'activité professionnelle. La responsabilité partagée des adultes est de construire, pour les jeunes générations une société ouverte, tolérante, équitable et inclusive. Cette responsabilité, les acteurs, individus, entreprises et organismes publics¹¹, la portent ensemble. Elle les implique tous car ils sont, eux, les actuels locataires de cette Méditerranée, les garants du contrat social avec les jeunes générations.

A travers les actions portées par l'OCEMO, notamment le dispositif EDILE, mais aussi les programmes MedNC, HOMERe et JEY, l'Office a décidé de faire avancer les choses, de bousculer les standards et de construire, sur le terrain, des solutions. L'intégration des jeunes actifs dans la sphère productive est un objectif commun à de nombreuses initiatives, et les outils développés par l'OCEMO ou que l'Office accompagne, apportent une réponse fédérative. Car si l'employabilité est un véritable défi d'inclusivité pour ces acteurs et pour les jeunes bien évidemment, l'urgence vise à décrocher ces très nombreuses expérimentations déjà existantes, valoriser leur savoir-faire et transmettre les innovations émergentes.

¹¹ Rappelons que parmi les organisations susceptibles de rejoindre le partenariat EDILE figurent ainsi des institutions publiques nationales : ministères, agences de développement économique, des organisations internationales, dont plusieurs sont déjà parties prenantes du projet (Union européenne, Union pour la Méditerranée, Banque européenne d'investissement, Agence française de développement), des organisations privées à même de mobiliser les entreprises et notamment les fédérations patronales, les chambres de commerce, les banques, des autorités locales ainsi que les acteurs du conseil et de l'accompagnement.



BILAN 2015

En 2015, l'OCEMO a contribué à la dissémination de l'outil en organisant des actions pour accroître la visibilité du projet en France et en Méditerranée auprès d'une cible variée.

Conférence dans le cadre du Tunisian International Forum

L'Office a participé à l'organisation d'un séminaire de dissémination à Tunis, le 12 juin 2015. Cette rencontre, organisée dans le cadre du TIF (Tunisian International Forum) a permis de faire connaître EDILE, mais aussi, de manière plus large, de faire avancer les discussions autour de l'importance de l'optimisation des impacts locaux des projets d'investissement. Des rencontres avec la presse ont été organisées pour présenter le projet et le label en cours de création.

Remise des trophées EDILE et lancement du Label

L'OCEMO a co-organisé avec Anima, la 1^{ère} édition de remise des Trophées de l'investissement inclusif et le lancement officiel du label EDILE dans le cadre de la Semaine Economique de la Méditerranée le 4 novembre 2015. Des institutions reconnues pour leur engagement dans le développement de la Méditerranée ont récompensé les projets d'investissements aux meilleures retombées locales parmi 14 entreprises engagées dans la démarche EDILE.

- Lancement du label EDILE

Elaboré par des experts et reposant sur 35 critères de notation testés pendant deux ans au sein d'entreprises pilotes, le label EDILE est le premier label destiné à évaluer les retombées locales des entreprises à l'échelle méditerranéenne. Son objectif est d'identifier et de valoriser les projets d'investissements ayant un impact positif sur leur territoire d'implantation. Sa logique est d'accompagner les entreprises vers le progrès étape par étape, selon leurs besoins spécifiques. L'expertise label EDILE intervient dans quatre domaines stratégiques : économique (bonnes pratiques et contribution à l'économie locale), social (respect et valorisation des salariés), environnemental (prise en compte du facteur écologique) et communautaire (création de valeur au niveau local). Le 4 novembre, les 14 entreprises ont signé la charte pour les impacts locaux,

première étape vers l'obtention du label EDILE, un pacte d'avenir entre les territoires et les investisseurs.

Le label EDILE répond à deux objectifs : **assurer l'engagement réel et concret d'entreprises** qui maximisent l'impact local dans la conduite de leurs activités, et permettre aux citoyens, aux institutions publiques et privées et à l'ensemble des acteurs d'identifier et de reconnaître les réalisations et les engagements des entreprises présentes sur leur territoire.

- Le club des investisseurs a des impacts inclusifs

La remise des trophées EDILE a permis de promouvoir une nouvelle dynamique dans les territoires euro-méditerranéens avec la création du club des investisseurs à impacts inclusifs engagés dans l'optimisation des retombées locales. Au sein du club, les acteurs du développement économique signent une charte d'engagement et rejoignent le club EDILE afin d'agir ensemble, échanger des bonnes pratiques et s'offrir des opportunités d'affaires. Ils peuvent ensuite s'engager dans une démarche de labellisation : l'entreprise est alors auditée sur site par un organisme certificateur accrédité par l'agence EDILE, qui remet un dossier complet au comité d'évaluation, en charge d'accorder ou non le label, pour une durée de trois ans. La démarche d'audit est payante. Elle pourra dans une première phase être subventionnée.



- Les trophées EDILE, 5 récompenses pour les entreprises vertueuses

Les trophées EDILE ont récompensé les projets d'investissements aux retombées positives. Six entrepreneurs, trois tunisiens et trois libanais, se sont vus

remettre un trophée par des représentants de la Banque Européenne d'Investissement, la Caisse des Dépôts et Consignations, l'Agence Française de Développement, l'OCEMO et l'Union pour la Méditerranée : Walid Belhafi (Centrale Laitière de Sidi Bouzid) pour le trophée de l'impact social, Ahmed Ernez (Biome Solar) pour le trophée de l'impact économique, Bassam Baassiri (Green Eco Tech) pour le trophée de l'impact environnemental et William Boutros (WILCO PM) pour le trophée de l'impact communauté. Le grand prix EDILE, trophée de l'impact public d'investissement a été remis à deux entreprises, Lamia Sayahi (Veder) et Charles Noujaim (Réserve naturelle de Shouf).

Diffusion de l'information

Enfin, de façon régulière, l'OCEMO relaie l'information sur l'actualité du programme à travers ses outils de communication tels que la newsletter OCEMO, diffusée à plus de 8000 contacts en Méditerranée, ainsi qu'à travers des articles rédigés ponctuellement et diffusés sur le site internet www.ocemo.org et sur les réseaux sociaux, Facebook et LinkedIn, de l'Office.

PERSPECTIVES 2016

L'OCEMO a accompagné le déroulement du projet EDILE depuis le début et continue à le soutenir. Ce projet est emblématique de la volonté de l'Office à s'impliquer en Méditerranée pour une plus grande inclusivité, notamment celles des jeunes générations. Quand les actions de l'OCEMO concernant le réseau MedNC ou les autres programmes intra-méditerranéens le portent au-delà des frontières hexagonales, ses collaborateurs sont porteurs des messages à délivrer dans le cadre d'EDILE. Les partenaires de l'Office connaissent la qualité de ses relations et le soutien qu'il apporte à leurs actions et à celle-ci en particulier. Les actions en témoignent. L'OCEMO, à l'instar d'ANIMA Network, sollicite et obtient des appuis de la part de l'Agence Française de Développement, de la Caisse des Dépôts française, de la Banque Européenne de Développement et du Secrétariat général de l'Union pour la Méditerranée. Ces institutions ont accompagné le projet depuis le début et sont impliqués dans des séminaires de réflexion et des actions précises.

Le premier de ces séminaires se déroulera à Barcelone en mars et visera à promouvoir l'investissement inclusif en Méditerranée dans le cadre de la labellisation par l'UpM du projet EDILE en novembre 2015. Ce séminaire régional EDILE portera sur la contribution des investissements étrangers au développement local et sur les modèles financiers permettant une croissance plus inclusive. Il sera aussi consacré à des partages d'expériences d'acteurs de l'économie sociale et solidaire ainsi qu'à la présentation du label EDILE.

Le second séminaire régional se tiendra à Beyrouth et visera à construire un partenariat international pour le label EDILE. En effet, les sessions de travail ont déterminé que la notoriété et la légitimité du label EDILE seront celles des organisations partenaires du label et des entreprises qui s'engageront dans la démarche. L'adhésion des entreprises sera liée au nombre d'entreprises déjà labellisées mais aussi aux apports commerciaux du label : visibilité, avantages dédiés et bénéfiques liés à l'appartenance au club EDILE (mise en relation, prix préférentiels entre entités labellisées, etc.).

Selon leur nature, les organisations partenaires du label EDILE devraient pouvoir disposer d'avantages auprès d'établissements financiers, pour que les entreprises labellisées aient accès à des crédits spécifiques, et/ou à des taux préférentiels, ou encore à des réductions sur les primes d'assurance, etc, un accès favorisé à certains appels d'offres publics, des avantages fiscaux. Le promoteur du Club EDILE, ANIMA Network sera également en mesure d'offrir des services d'animation, en s'appuyant sur le club EDILE (networking, etc.) et des actions de communication, afin de faire connaître la démarche et de valoriser le label EDILE.

Enfin, l'exercice se clôturera fin avril à Tunis avec la volonté d'accompagner l'investissement pour l'impact local en Méditerranée. La conférence permettra de présenter les résultats du projet EDILE, de lancer le partenariat du label EDILE en Tunisie et d'inaugurer le Club EDILE des entreprises engagées dans la maximisation des impacts locaux des projets d'investissement en Méditerranée.

PARTENAIRES

Coordination : ANIMA Investment Network (France)

Partenaires : Chambre de Commerce, d'Industrie et d'Agriculture de Beyrouth-Mont Liban (CCIA-BML, Liban), Palestinian Industrial Estate and Free Zone Authority (PIEFZA, Palestine), Agence de Promotion de l'Industrie et de l'Innovation (API, Tunisie), Office de coopération économique pour la Méditerranée et l'Orient (OCEMO, France), ClassM (France), Toscana Promozione (Italie), iesMed (Espagne).

Partenaires associés : BusinessMed, Ministère du Développement Régional et de la Planification (Tunisie), WWF (Italie), Région PACA (France), Agence des Villes et Territoires Méditerranéens Durables (France), Agence Française de Développement (France), Invest in Greece (Grèce), Finances Conseil Méditerranée (France), Caisse des Dépôts et Consignations (France).

5.3 LES RENDEZ-VOUS DE L'OCEMO

Depuis sa création, l'OCEMO, porteur de la visibilité et du rayonnement territorial, contribue à l'avancement des réflexions autour de thèmes d'intérêt concernant la région Méditerranée et à une meilleure connaissance de la zone à travers plusieurs types d'événements. Si la Semaine Économique de la Méditerranée, coordonnée par l'Office, en est une représentation symbolique, d'autres événements, de moindre importance en termes de participation, sont organisés et portés par l'OCEMO. Ces manifestations sont regroupées sous le programme les « Rendez-vous de l'OCEMO ».



Ainsi depuis le début de l'année 2014, l'Office organise des rencontres, des conférences et met les membres de son réseau en relation avec des experts externes. Ces événements sont construits selon deux axes : les « Ateliers de l'OCEMO » et les « Cafés-Débats de la Méditerranée » :

- les « Cafés-débats de la Méditerranée » permettent une meilleure connaissance de la région méditerranéenne et des pays qui la composent. Ils sont organisés en partenariat avec les consulats présents à Marseille et les chambres de commerce bilatérales et visent à porter le focus sur un pays spécifique en appuyant sur ses relations économiques, culturelles et sociales avec la France en général et la région Provence-Alpes-Côte d'Azur en particulier ;
- les « Ateliers de l'OCEMO » sont destinés à produire des réflexions et des contenus exploitables et à présenter et proposer des programmes de coopération d'intérêt général et de développement économique à ses membres et partenaires, et plus largement aux acteurs de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur.

Grâce à ses conventions avec la Région Provence-Alpes-Côte d'Azur et la Ville de Marseille, l'OCEMO anime, à travers ces cafés-débat, les lieux de la coopération internationale de Marseille.

- La Villa Méditerranée
- La Villa Valmer

a. La géographie de la Méditerranée : les cafés-débats de la Méditerranée



Dans son rôle d'animateur et de diffuseur de la connaissance et afin de mieux connaître les pays acteurs de la coopération et du développement en Méditerranée, l'Office a mis en place une série de rencontres autour de thèmes euro-méditerranéens qui mettent en lumière les spécificités des pays méditerranéens.

Les cafés-débats de la Méditerranée sont des rencontres conviviales du matin, autour d'un café, permettant de découvrir différents aspects du monde méditerranéen. Elles sont organisées en collaboration avec les consulats des pays représentés à Marseille et les chambres de commerce bilatérales. Elles mettent à chaque fois un pays à l'honneur et se présentent comme une "matinée-pays". L'objectif est de fournir un cadre de réflexion et d'échange réunissant des experts aux profils différents, et d'apporter une vision complète sur le pays choisi (historique, culturelle, géostratégique, économique...). C'est également l'occasion, dans un second temps, d'aborder les opportunités d'affaires qu'offrent le pays à l'honneur, et, plus largement, les pays méditerranéens.

Tous les pays représentés à Marseille sont invités à proposer des thématiques. En effet, même des pays non-méditerranéens peuvent partager des expériences pouvant s'appliquer à la région euro-méditerranéenne. Une attention particulière est donnée aux domaines d'activités de l'OCEMO : l'Euro-Méditerranée, le développement économique, la jeunesse, l'entrepreneuriat et la mobilité humaine. Les intervenants peuvent être des représentants des mondes institutionnel, académique, culturel, de l'entreprise...

Afin de permettre une accessibilité des rencontres au plus grand nombre, le format proposé est celui de rendez-vous courts, le matin, d'une durée de deux heures, de 9h00 à 11h00 :

- accueil café : 15 min
- présentation : 1 h
- débat avec la salle : 45 min

Toutefois, le format étant très flexible, les Cafés-débats peuvent s'adapter à tout type d'événement existant et former le volet d'une action plus large, selon le pays mis en avant et l'intérêt des partenaires.

Des réunions d'information autour de l'organisation de ces rencontres ont été organisées avec le Corps consulaire de Marseille au mois de juin 2014 et avec l'Union des Chambres de Commerce et des Clubs d'Affaires Bilatérales (UCCAB) au mois de février 2015. Ces sessions de présentation seront suivies de réunions plus business orientées (BtoB) organisées avec la CCIMP et les acteurs économiques.

BILAN : LES « CAFÉS-DÉBATS DE LA MÉDITERRANÉE » ORGANISÉS

Le premier café-débat de la Méditerranée a été organisé fin 2014 en partenariat avec le Consulat général du Portugal à Marseille. Cette rencontre autour de « La Méditerranée, mer paradoxale », a pris la forme d'un échange avec Adalberto Alves, poète, spécialiste du monde arabe et de la culture luso-arabe, prix Sharjah de la littérature. Cinquante participants étaient présents à cet événement qui s'est tenu à la Villa Valmer à Marseille, et le débat s'est rapidement enrichi de nombreuses réflexions autour de la citoyenneté méditerranéenne.

Un second café-débat a eu lieu fin 2015 à la Villa Valmer, en partenariat avec l'APEX et la Chambre de Commerce Franco-

turque (CCFT). Cette rencontre autour de la Turquie intitulée « *Entre mer Méditerranée et mer Noire, la Turquie au carrefour de l'espace méditerranéen* » a permis de mettre en lumière les spécificités géographiques, culturelles mais également économiques de ce pays et les liens commerciaux avec la France et les entreprises de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur. Le débat s'est rapidement enrichi de nombreuses réflexions et a débouché sur la proposition de se rassembler à nouveau et l'organisation d'un « Atelier de l'OCEMO » pour étudier plus précisément les opportunités économiques et commerciales entre la région Marseille-Provence et la Turquie.

PERSPECTIVES 2016

Plusieurs cafés-débat seront organisés au cours de l'année 2016. Un café-débat centré sur Chypre est prévu le 4 avril 2016. Un premier contact avec le consulat d'Espagne a également été établi.

PARTENAIRES

- Membres du corps consulaire de Marseille
- Chambres de commerce bilatérales
- Union des Chambres de Commerce et des Clubs d'Affaires Bilatéraux Sud-Est (UCCCB)



b. La connaissance en Méditerranée : Les « Ateliers de l'OCEMO »



L'OCEMO a la vocation de valoriser les productions et de transmettre l'expérience de chacun de ses membres. En tant qu'animateur de réseau et amplificateur de projets dans le cadre de sa mission de valorisation, l'Office se met au service de ses partenaires et, en fonction de l'actualité de chacun, organise des ateliers dans les lieux emblématiques de la coopération économique internationale à Marseille.

Les Ateliers de l'OCEMO portent sur le travail d'un ou plusieurs de ses membres ou partenaires, mais également sur des sujets économiques transversaux. Il peut s'agir d'un séminaire, de la restitution de rapports, d'une table ronde, d'un atelier ou de tout autre événement. En fonction du format souhaité pour la manifestation, l'Office propose un ou plusieurs lieux d'accueil (Villa Méditerranée, Villa Valmer) et prend en charge toute l'organisation événementielle de ce dernier. Dans ce cadre, l'OCEMO peut venir en soutien de ses membres au niveau de l'organisation logistique, de la communication autour la manifestation, notamment auprès de la presse, et de la gestion et du suivi des invitations en faisant bénéficier de son réseau. L'intérêt pour l'OCEMO est également d'être force de proposition sur le contenu de la manifestation. A l'occasion d'un Atelier, l'Office met en relation plusieurs de ses membres et crée des synergies entre ces derniers ou leurs projets. Il est chargé de traduire leurs travaux en langage opérationnel, pour leur assurer la plus large diffusion et une appropriation optimale au sein de la communauté.

Les objectifs sont les suivants :

- relayer les actualités et mettre en avant l'expérience de terrain et les travaux des membres de l'OCEMO ;
- créer des synergies entre ces derniers ;
- proposer des espaces de partage, un cadre de travail collaboratif ;
- organiser une suite à un Café-débat et permettre d'approfondir la connaissance sur un pays méditerranéen, notamment sur les opportunités économiques que ce dernier représente pour les entreprises de la région PACA ;
- apporter une plus-value aux partenaires en termes de contacts et de communication, notamment concernant la présence de la presse ou en assurant une diffusion à sa communauté au sens large.

BILAN 2015

En 2015 six « Ateliers de l'OCEMO » ont été organisés:

- le 17 mars 2015 à la Villa Méditerranée : l'OCEMO a participé, en tant que membre du consortium, au lancement officiel du programme HOMERe, en présence des élus de la Région PACA et de l'UpM.
- le 18 juin 2015 à la Villa Méditerranée : « *La coopération régionale en matière d'énergie et de changement climatique, dans le cadre de l'Union pour la Méditerranée* ». Cette conférence organisée avec le consulat du Portugal dans le cadre de la fête nationale du Portugal, a contribué à la dynamique initiée avec la MEDCOP21. L'évènement a été présidé par **Teresa Ribeiro**, Secrétaire générale adjointe de l'UpM. en présence de **Joel Guiot**, Directeur



de la fédération de recherche ECCOREV FR et Directeur du labex OT-Med, **Saïd Mouline**, Directeur général de l'Agence Nationale pour le Développement des Energies Renouvelables et de l'Efficacité Energétique du Maroc et **Hugues Ravenel**, Directeur du Plan Bleu.

- le 4 novembre 2015 à la Villa Méditerranée : session d'introduction « *L'évolution des villes en Méditerranée : Villes rêvées, villes vécues* », dans le cadre de la Semaine Economique de la Méditerranée sur le thème « Villes et territoires, leviers de développement économique en Méditerranée ».
- le 4 novembre 2015 à la Villa Méditerranée : 1^{ère} édition des Trophées de l'investissement inclusif et lancement officiel du label EDILE, dans le cadre de la Semaine Economique de la Méditerranée.
- le 5 novembre 2015 à la Villa Méditerranée : « *L'innovation au service des villes et des territoires* », dans le cadre de la Semaine Economique de la Méditerranée.
- le 6 novembre 2015 à la Villa Méditerranée : « *La finance, trait d'union entre les métropoles en Méditerranée* », dans le cadre de la Semaine Économique de la Méditerranée.

PERSPECTIVES 2016

En 2016, l'OCEMO va poursuivre son action, trois ateliers sont d'ores et déjà prévus :

- Le 22 avril à la Villa Méditerranée : réunion d'information et d'échanges organisée avec le CIHEAM et l'IAMM, membres de l'OCEMO, sur les enjeux de l'agriculture et de la sécurité alimentaire et les initiatives en cours pour promouvoir plus de synergies en Méditerranée.
- date à définir entre avril et juin 2016, Villa Méditerranée : atelier sur les opportunités de marché en Turquie pour les entreprises de la région PACA + rdv BtoB.
- date à définir vers juin ou septembre 2016, Villa Méditerranée : atelier sur les opportunités de marché à Chypre pour les entreprises de la région PACA + rdv BtoB



PARTENAIRES

- Membres de l'OCEMO (FEMISE, ANIMA, AFD, CIHEAM, Finance & Conseil Méditerranée, Plan Bleu...)
- Chambres de commerce bilatérales
- Union des Chambres de Commerce et des Clubs d'Affaires Bilatéraux Sud-Est (UCCCB)

Intervenants externes :

- Union pour la Méditerranée
- Agence Nationale pour le Développement des Energies Renouvelables et de l'Efficacité Energétique (Maroc)
- Agence d'aménagement de la Vallée du Bouregreg (Maroc)
- CREAD (Algérie)
- Agence Archikubik (Espagne)
- APHM Marseille La Timone
- Massilia Mundi
- Agence Française de Développement
- Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (Allemagne)
- Caisse des Dépôts et des Consignation
- Faciligo
- Banque Européenne d'Investissement (BEI)
- Etc...

06

L'équipe OCEMO





Pierre Massis

Délégué général



Nadège Hulin

Responsable de gestion



Marion Alaume

Assistante de gestion



Anis Saïdi

Responsable des programmes Jeunesse



Myriam Mesbah

Chargée des programmes Jeunesse



Elsa Larue de Tournemine

Responsable de communication



Camille Rajon

Assistante de communication



Marion Prineau

Assistante de communication



OCEMO
 FÉDÉRER - INNOVER - PARTAGER

OFFICE DE COOPÉRATION ÉCONOMIQUE POUR LA MÉDITERRANÉE ET L'ORIENT
 Villa Valmer, 271 Corniche Kennedy 13007 Marseille
 +33 (0)4 95 09 47 87 - www.ocemo.org