



Programme cofinancé par l'Union européenne - Fonds européen de développement régional
EU-gefördertes Programm – Europäischer Fonds für regionale Entwicklung

L'Union européenne investit dans votre avenir / Die Europäische Union investiert in Ihre
Zukunft

18 A - RAPPORT D'ACTIVITÉS FINAL **18 A - ABSCHLIEßENDER TÄTIGKEITSBERICHT**

Rappel de l'article 7.3 de la convention FEDER :

Le rapport d'activités final accompagné de toutes annexes utiles (étude, revue de presse, publicité, plaquettes, etc.), est à présenter aux membres du comité d'accompagnement au plus tard dans les 3 mois suivant la date de clôture du projet mentionnée à l'article 3 de la convention FEDER.

Il est réalisé conjointement par les opérateurs du projet et consolidé par le premier bénéficiaire.

Erinnerung: Artikel 7.3 des EFRE-Zuwendungsvertrags:

Der abschließende Bericht mit allen erforderlichen Anlagen (Studien, Pressespiegel, Veröffentlichungen, Infobroschüren etc.) muss dem Projektbegleitausschuss spätestens drei Monate nach dem in Artikel 3 des EFRE-Zuwendungsvertrags festgesetzten Datum des Projektendes vorgelegt werden.

Er wird gemeinsam von den Projektpartnern erarbeitet und vom federführenden Begünstigten konsolidiert.

NOM DU PROJET PROJEKTNAME :

Marketing Territorial SaarMoselle / Standortmarketing SaarMoselle

NUMERO DU PROJET NUMMER DES PROJEKTES: 93 SMLW 1 2 172

DATES DE DEBUT ET FIN DU PROJET (art. 3.1 de la convention FEDER) BEGINN- UND ENDDATUM DES PROJEKTES (Artikel 3.1. des EFRE Zuwendungsvertrags) :

01.07.2011 / 30.06.2015

Premier bénéficiaire Federführender Begünstigter : Eurodistrict SaarMoselle

Opérateur (s) Projektpartner :
Communauté de Communes du Warndt,
Landeshauptstadt Saarbrücken,
Regionalverband Saarbrücken

Axe et mesure **Schwerpunkt und Maßnahme** :
Axe 1 – Economie / **Schwerpunkt 1 – Wirtschaft**
Mesure 1.2 – Appui aux actions collectives du tissu économique / **Maßnahme 2.1 – Unterstützung gemeinsamer Projekte zur Förderung der Wirtschaftsstruktur**

1. ETAT D'AVANCEMENT PHYSIQUE DU PROJET DARSTELLUNG DES INHALTLICHEN PROJEKTFORTSCHRITTS

Veillez décrire les actions réalisées et les résultats atteints durant la durée du projet. Pour cela, veuillez mettre en perspective les actions réalisées dans le cadre du projet et celles décrites dans le dossier de demande. Merci de bien vouloir illustrer ceci par 2-3 photographies au format .jpg, que vous autorisez le programme à utiliser dans le cadre de ses actions de communication.

Bitte beschreiben Sie die während der Laufzeit des Projektes durchgeführten Aktivitäten und erreichten Ergebnisse. In diesem Zusammenhang stellen Sie bitte die im Rahmen des Projektes durchgeführten Aktionen den im Antrag aufgeführten Aktionen genau gegenüber. Wir möchten Sie zusätzlich bitten, dies durch 2-3 Fotografien im jpg-Format zu illustrieren, für die Sie dem Programm im Rahmen seiner Kommunikationsmaßnahmen ein Benutzungsrecht einräumen.

1. Action n°1: Renforcement du partenariat des acteurs du développement économique

1.1. Organisation de rencontres entre les responsables du développement économique des villes et intercommunalités de SaarMoselle

L'Eurodistrict s'est donné comme objectif de renforcer le partenariat des acteurs du développement économique. Des contacts et coopération bilatérales avaient déjà eu lieu avant le début du projet mais il fallait renforcer ces liens et les étendre à d'autres partenaires. Il s'agissait notamment de mettre en réseau les structures de développement économique des villes et intercommunalités membres, de participer de manière commune à des salons et de poursuivre l'étude ADIT relative aux niches économiques potentielles de l'espace SaarMoselle.

Le « Groupe de travail Marketing » a réuni régulièrement les experts du développement économique des administrations partenaires (2011 : 6 rencontres, 2012 : 6 rencontres, 2013 : 4 rencontres, 2014 : 4 rencontres). Ces rencontres ont permis de garantir l'information réciproque et donné l'occasion aux acteurs d'organiser le développement économique commun dans l'espace SaarMoselle.

Au-delà des réunions du groupe de travail au complet, l'Eurodistrict a également organisé de nombreuses rencontres bi- ou trilatérales afin de coordonner le développement des différentes actions décrites ci-après.

Enfin, l'Eurodistrict a mis en place un Intranet commun pour les partenaires qui permet l'échange de données et la réalisation de fiches d'information complémentaires ou spécifiques à un partenaire ou à un thème.

1.2. Etude “Potentiels de développement transfrontaliers au sein de l’Eurodistrict SaarMoselle“

Au cours de plusieurs réunions, le groupe de travail Marketing complet, composé des experts du développement économique des huit partenaires du projet (opérateurs partenaires ou méthodologiques) et de l’espace SaarMoselle, ainsi que des représentants des chambres et sociétés de développement économique, a défini un cahier des charges en vue d’une étude approfondie sur trois des quinze secteurs mis en avant par l’étude ADIT. Il a en particulier été décidé que l’étude devrait comprendre les quatre volets suivants :

1. Une analyse des différentes politiques locales au regard de leurs synergies possibles
2. L’étude d’entreprises dans trois niches économiques au sein de l’Eurodistrict afin de déterminer où se trouvent de forts potentiels de croissance
3. la détermination de synergies économiques et possibilités de coopération organisationnelle
4. la formulation de recommandations d’action visant à accroître l’attractivité et la dynamique de l’Eurodistrict

Après décision formelle du Comité Directeur, un appel d’offres correspondant a été publié. Les retours quant à cette publication ont été très positifs, dans la mesure où des prestataires de renom actifs au niveau international ont candidaté. Après une procédure d’appel d’offres conséquente et une fois les dispositions légales remplies, la meilleure prestation a été sélectionnée puis présentée pour validation à l’Assemblée de l’Eurodistrict SaarMoselle sur recommandation du Comité Directeur.

Après 2 réunions du jury et la délibération de l’Assemblée du GECT le 30.01.2013, le marché a été attribué (le 28.02.28 février 2013) à l’institut allemand ISO avec l’AGEME et la société TEC4U comme sous-traitants.

En concertation avec les élus et les mandataires ISO-Institut et AGEME, le groupe de travail a déterminé les trois niches économiques à examiner :

1. Nouveaux matériaux
2. Mécatronique
3. Santé (technique et services)

En 2013, l’étude s’est concentrée sur l’examen des niches. Dans le cadre de cet examen ont eu lieu :

- une identification de 300 entreprises issues des 3 niches,
- une enquête en ligne auprès de 2500 entreprises issues des niches et de secteurs économiques avoisinants. Environ 120 entreprises ont répondu au questionnaire, principalement des petites et moyennes entreprises. Ce questionnaire sommaire a principalement permis de faire le point sur les besoins en soutien des entreprises. Ces entreprises souhaiteraient, dans un ordre décroissant d’importance : être soutenues en matière de commercialisation et distribution de leurs produits, pour la fabrication de nouveaux produits, avoir un accès plus facile à des sources de financement, être aidées dans la mise en place de nouveaux services, enfin en matière d’innovation, de marketing et de conseil.
- des interviews approfondies avec des entreprises et des experts économiques de part et d’autre de la frontière. Ces interviews ont permis de constater de manière plus fine les besoins des entreprises en matière de développement ou de recherche de partenariat.

En 2014, les interviews approfondies se sont poursuivies. Au mois de mars, le rapport intermédiaire a été présenté au sein du Comité de pilotage de l’étude composé de représentants du maître d’ouvrage et des cofinanceurs ainsi que des acteurs du développement économique du territoire SaarMoselle.

Suite à cette réunion, une demande de complément et de modification a été adressée aux prestataires pour que l'étude ait une approche moins scientifique, que les résultats soient plus en lien avec le territoire et les recommandations plus concrètes pour acteurs du territoire SaarMoselle.

Le collaborateur du titulaire du marché principal ne partageant toutefois pas l'avis du Comité de pilotage, l'ISO-Institut a chargé un autre de ses collaborateurs de la poursuite de l'étude dont le délai de réalisation a dû être prolongé pour pouvoir permettre ce changement.

Fin 2014 a été organisé un atelier pour préciser les recommandations de l'étude. Cet atelier s'est tenu le 4 novembre à Forbach en présence d'une vingtaine de participants. L'ISO-Institut a présenté une première série de recommandations. Ces dernières ont été agrémentées par les exposés de quatre intervenants du secteur médical et entrepreneurial.

En 2015, l'étude et en particulier la formulation des recommandations ont été finalisées. Les résultats ont été présentés aux délégués du GECT lors de sa séance du 24 juin. Les résultats peuvent se résumer comme suit.

La quasi-totalité des entreprises interrogées étaient des PME, les interviews restantes ayant été conduites auprès de plus grandes formes d'entreprises telles que des hôpitaux ou d'entreprises internationales ayant des sites de production sur le territoire de l'Eurodistrict SaarMoselle. Les grandes entreprises couvrent leurs besoins de développement transfrontalier majoritairement via un service interne, organisé par le management central et des services spécialisés dans les domaines de recherche/développement, développement du personnel ou implantation de nouveaux sites. La majorité des PME se concentre sur les marchés locaux ou régionaux uniquement d'un côté de la frontière. Dans certains cas, le potentiel de développement transfrontalier n'est apparu qu'au cours de l'enquête. Quelques modèles d'activité ont déjà été élargis dans ce sens. En grande majorité et pour la plupart des entreprises contactées, le potentiel de développement économique a seulement été évoqué et en aucun cas appréhendé comme un enjeu pratique.

Les trois secteurs du projet ont été exploités progressivement et placés dans le contexte des procédés de développement économique de l'UE, de la Grande Région et de l'Eurodistrict SaarMoselle. Il s'est avéré que les potentiels de développement actuels tirent leur substance comme auparavant du patrimoine industriel régional. Les traditions de recherche existantes, les réseaux et relations de coopération sont utilisés et poursuivis dans un contexte en évolution. Ce processus de transformation est porté entre autres par une infrastructure très développée, des entreprises ancrées à l'échelle régionale, des qualifications techniques existantes et des offres de formation.

Au cours des précédentes décennies, l'opinion publique régionale était marquée par un contraste supposé entre patrimoine économique industriel et nouveaux services allant d'emplois hautement qualifiés en technologie de l'information à des emplois peu qualifiés dans le domaine sanitaire et de simples activités de services à revenus minimum. Cette image a en partie des répercussions négatives, étant donné que par exemple la région manque de jeunes ingénieurs très recherchés dans le domaine de la mécatronique, de la nanotechnologie et des technologies de la santé. Les regards devraient plutôt être tournés vers la création de liens prometteurs au sein de la région : entre les entreprises traditionnelles, les nouvelles activités liées à l'économie verte ou des structures de service générales. Une telle charnière est par exemple l'Ambient Assisted Living (AAL, dispositifs techniques quotidiens d'aide à la personne) ou de manière générale l'interaction homme/technique dans le domaine de la santé. Certaines PME de l'Eurodistrict SaarMoselle se sont d'ores et déjà concentrées sur ces interconnexions, par exemple grâce au développement d'une plate-forme multi service. Au cours de notre étude, il s'est avéré que les besoins de coopération se développent long de chaînes de valeurs inter-domaines.

Ceux-ci ne sont pas obligatoirement transfrontaliers, la possibilité de dépasser la frontière au sein de l'Eurodistrict SaarMoselle étant toutefois souvent perçue comme profitable et parfois utilisée de manière pratique.

De manière générale, les points forts suivants sont à constater pour les trois domaines : les PME en activité au sein de l'Eurodistrict SaarMoselle sont très bien ancrées dans la région et tirent leurs ressources en grande partie de leur environnement immédiat, qu'il s'agisse du marché du travail, des relations clients/fournisseurs ou du transfert de compétences, c'est-à-dire la proximité d'institutions pouvant mettre à disposition un savoir pertinent. Les PME recherchent volontairement des niches de développement, étant donné que celles-ci leur permettent de montrer tout particulièrement leur flexibilité et leur capacité d'innovation. Parmi les forces comptent également le développement et la commercialisation de produits présentant un caractère particulièrement innovateur. L'initiation et la mise en œuvre de projets pilotes et tournés vers le futur sont en outre à mettre en avant de manière positive.

Un autre facteur qu'il reste à améliorer est le fait que de nombreuses entreprises connaissent encore trop peu les conditions structurelles du marché du pays voisin. Les barrières linguistiques et culturelles freinant la coopération transfrontalière sont également des faiblesses mentionnées par les entreprises. Les écarts actuels entre besoins et offre de main d'œuvre empêchent en outre un développement positif de l'entreprise. Le développement transfrontalier régional est quant à lui considérablement influencé et parfois entravé par les structures nationales en matière de subvention, formation et recherche, qui conduisent notamment les entreprises installées dans la région et actives à l'échelle globale à se tourner plutôt vers les capitales européennes et sièges d'entreprises, que directement vers la région métropolitaine transfrontalière ou l'Eurodistrict SaarMoselle. Au niveau des PME, des hôpitaux spécialisés ainsi que des instituts de recherche et de formation régionaux existent des amorces prometteuses de coopération et de développement transfrontalier.

Les résultats complets de l'étude sont à lire dans le rapport en pièce jointe.

1.3. Participation à des salons

Comme prévu dans la demande de concours, l'Eurodistrict et les partenaires du projet ont participé à deux salons internationaux au cours du projet : Le salon POLLUTEC 2012 de Lyon et le MIPIM en 2015.

En plus de la présence sur ces deux événements, l'Eurodistrict a également participé à d'autres salons pour promouvoir l'image de la région.

Ces différentes participations ont apporté une plus value importante pour la mise en œuvre transfrontalière du projet :

Visibilité de la région SaarMoselle à l'échelle transfrontalière à travers une présentation commune ;

Atteinte d'un haut grade de notoriété et d'attention auprès d'acteurs économiques internationaux ;

Soutien réciproque dans les préparatifs et la mise en œuvre ;

Présentation de l'offre du territoire de manière logique et coordonnée ;

Attrait de nouveaux investisseurs et d'entreprises pour le territoire de l'Eurodistrict ;

Développement de la coopération des institutions partenaires en vue d'un réel centre de compétences régional.

Salon de Hanovre 2011

L'Eurodistrict a présenté la région économique transfrontalière SaarMoselle au salon industriel de Hanovre du lundi 4 au vendredi 8 avril 2011, salon lors duquel la France était le pays partenaire. Le stand de l'Eurodistrict étant situé sur l'espace central réservé au pays partenaire, il était idéalement placé pour nouer des contacts et promouvoir notre région transfrontalière.

Le Groupe de travail « Marketing territorial » devait, suite à la décision de l'Assemblée de l'Eurodistrict SaarMoselle, assumer la coordination responsable entre les partenaires du GECT et les agences mandatées.

Le grand soutien technique et financier d'UBI France et de l'AGEME a permis d'organiser et de financer ce stand professionnel qui a été très bien accueilli.

Acteurs impliqués dans la coopération dans le cadre du Salon :

- Eurodistrict SaarMoselle et ses 8 partenaires
- AGEME, Agence pour l'expansion de la Moselle-Est
- CCI international Lorraine
- HDW, Webeagentur, Sarrebruck
- Déclic, agence publicitaire St. Avold
- UBI France, Paris

Présentation au salon Pollutec 2012 de Lyon

L'Eurodistrict SaarMoselle, en tant que syndicat mixte transfrontalier, a également présenté notre région dans le cadre du salon Pollutec de Lyon. Ce dernier est un événement permettant la rencontre d'entreprises actives en matière d'équipements, de technologies et de services de l'environnement.

La participation à cette manifestation, couronnée de succès, a été organisée par un partenariat entre l'Eurodistrict et ses huit membres, le Sydeme (Syndicat Mixte de Transport et de Traitement des Déchets de Moselle-Est) et l'AGEME.

Courant 2012, l'Eurodistrict SaarMoselle a concrétisé son souhait de disposer d'un petit stand de présentation pour des salons ou autres manifestations de petite ou moyenne importance : comptoir à design interchangeable, trois places assises et stand parapluie de 3*4 mètres avec une toile imprimée des couleurs de l'Eurodistrict.

Participation au salon EITS

Le salon EITS 2014 («Euro India Technology Sourcing») a eu lieu en décembre au Parc des Expositions de Metz.

Cette manifestation vise à établir des contacts entre les entreprises d'Inde et d'Europe souhaitant développer leurs relations et échanges dans le domaine des matériaux (métal, produits chimiques, fibres plastiques et naturelles), de l'énergie et des procédés pour l'industrie, le transport et l'énergie.

L'EITS 2014 s'adressait aux industriels, fournisseurs et acheteurs, centres de recherche, organismes de transfert de technologie et investisseurs. Il fait partie de la stratégie publique visant au développement en Lorraine de la Vallée Européenne des Matériaux et de l'Energie. Plus de 300 sociétés étaient présentes lors de l'EITS 2014, 1/3 provenant d'Inde, 1/3 d'Allemagne et 1/3 de France. Sur place, les entreprises présentes ont participé à plus de 150 rencontres B2B pré-programmées, et le salon a également permis les échanges d'informations au cours de 32 présentations d'entreprises et 12 conférences techniques.

Ce salon vise à la promotion commune du territoire auprès des investisseurs, et c'est dans cette optique que l'Eurodistrict y a tenu un stand en partenariat avec l'AGEME. A cette occasion, des brochures économiques de l'Eurodistrict ont été distribuées, notamment aux représentants de différentes entreprises qui se sont présentés sur le stand (40 environ).

Salon international du MIPIM

L'Eurodistrict s'est présenté en mars 2015 sur le salon international du MIPIM à Cannes. Ce salon est l'un des plus grands salons de l'immobilier professionnel en Europe.

Huit représentants de collectivités membres de l'Eurodistrict et de l'AGEME ont assuré la promotion de la région de façon coordonnée auprès d'un grand nombre d'investisseurs et d'entreprises.

Le stand loué pour l'occasion, conçu comme une porte d'entrée à la fois sur l'Allemagne et sur la France, a en particulier permis de retranscrire les forces de l'aspect transfrontalier du territoire. Il a été un support de communication efficace pour la recherche d'investisseurs, assurant une bonne visibilité des informations présentées. Pour appuyer leur argumentaire, les représentants du GECT ont pu s'appuyer sur la brochure économique déjà créée dans le cadre du projet Marketing Territorial, ainsi que sur les fiches marketing nouvellement conçues pour présenter les données-clés concernant la SaarMoselle.

De nombreux contacts ont été noués lors du salon, et des investisseurs ont déjà prévu de visiter notre région afin de se rendre compte sur place des possibilités évoquées sur le stand.

Sur place, les représentants de l'Eurodistrict ont pu analyser au plus près les tendances actuelles sur le marché de l'immobilier. Les divers et nombreux conférences et ateliers organisés pendant le MIPIM ont également permis d'approfondir la réflexion conduite au long de la semaine par les partenaires présents, par exemple sur l'état du marché de l'immobilier en Allemagne ou le crowdfunding.

Au-delà de l'aspect développement économique, notre présence sur le salon a également offert l'opportunité d'échanger avec des structures européennes travaillant pour une meilleure coopération transfrontalière dans le domaine économique.

Des visiteurs internationaux ont donc été accueillis durant toute la semaine sur le stand de l'Eurodistrict SaarMoselle. Avec comme point d'orgue la visite du Commissaire à l'Économie et à la Société numériques, Günther Oettinger. Cette rencontre a été l'occasion d'évoquer avec lui la coopération transfrontalière menée en SaarMoselle. M. Oettinger s'est montré très intéressé par les projets développés au travers de l'Eurodistrict SaarMoselle et a exprimé son souhait de voir les structures de coopération transfrontalière davantage représentées sur de tels salons professionnels.

1.4. Carte transfrontalière présentant les espaces économiques importants

En regard de sa localisation toute particulière en plein cœur de l'Europe, l'Eurodistrict SaarMoselle présente des avantages importants pour l'implantation d'entreprises industrielles et commerciales. Un des défis consiste à ouvrir nos portes à des entreprises intéressées, à la recherche de sites potentiels.

Afin d'atteindre cet objectif, une des réalisations du projet a donc été la mise au point d'une carte transfrontalière présentant les espaces économiques (cadastre des zones d'activité).

L'Université de Kaiserslautern a été associée au projet, tant au niveau du contenu que de l'organisation. Outre la communication et l'intégration des partenaires, les experts externes ont développé des éléments techniques de base tels que la structure d'une banque de données, des masques de saisie de données, le géo-référencement de sites.

L'outil ne devait au départ servir que de source d'information aux développeurs économiques de l'Eurodistrict. Compte tenu de sa qualité, il a toutefois été jugé opportun de le rendre accessible au grand public et en particulier aux éventuels investisseurs intéressés par notre territoire. La base de données a donc été transférée de l'Université de Kaiserslautern au Regionalverband de Sarrebruck. Un i-frame a été configuré par rapport à la charte graphique de l'Eurodistrict SaarMoselle puis installé sur son site Internet.

Après la publication de la carte des zones d'activité sur notre site Internet pour les utilisateurs, le GECT a obtenu de nombreux compliments par rapport à cette présentation

réussie vers l'externe. Notre souhait principal, à savoir la création de hauts standards de qualité pour les fonctionnalités et les informations contenues dans cette carte transfrontalière des zones d'activité, a été totalement satisfait.

2. Action n° 2 : Présentation économique du territoire de « SaarMoselle »

2.1. Brochure de promotion du territoire

Une des réalisations prévues pour le projet était la création d'une brochure de promotion économique de l'espace SaarMoselle.

Après la définition du contenu, un cahier des charges a été rédigé et un appel d'offres lancé. Le duo d'agences Déclic et Start s'est vu confié la réalisation du marché.

La brochure a été disponible dès le mois d'octobre 2011, aussi bien sur support papier avec 10 000 exemplaires imprimés que sur le site internet de l'Eurodistrict (www.saarmoselle.org). Depuis lors, la brochure a été un outil essentiel de la promotion du territoire, utilisé par les partenaires du projet et de l'Eurodistrict et distribué lors des nombreuses manifestations où le GECT ou ses partenaires était représentés.

Afin de compléter les informations fournies par la brochure économique, les travaux de finalisation des fiches marketing se sont poursuivis en 2014. Un groupe de travail restreint a permis de définir les informations précises à intégrer dans 6 fiches marketing portant sur des thèmes précis : Chiffres-clés et carte des zones d'activités, environnement de vie, principaux secteurs économiques, filières de formations et compétences, services aux entreprises et aux personnes, contacts du développement économique dans la région. Ces fiches ont été finalisées début 2015 pour être distribuées avec la brochure, en particulier lors du salon international des professionnels de l'immobilier (MIPIM).

Ces fiches seront mises à disposition sur le site internet de l'Eurodistrict www.saarmoselle.org en septembre 2015.

2.2. Site internet

Les internautes disposent depuis décembre 2011 du site internet remanié de l'Eurodistrict Saarmoselle. Suite à la fondation du GECT SaarMoselle le 6 mai 2010, il s'était avéré indispensable de revoir et, en partie, de modifier la conception du site. L'ancien site internet de l'association ZSMA n'était certes en ligne que depuis 2007, mais ne correspondait plus aux exigences techniques et à la nouvelle image du GECT (logo, style, exigences en termes de quantité et de qualité).

Dans un premier temps, les collaborateurs du bureau de coopération et les experts des partenaires ont tenu une première réunion du Groupe de travail et examiné les questions élémentaires suivantes :

- Quelles informations doit-on présenter ?
- Comment le site internet peut-il être rendu accessible, attrayant et compréhensible pour un nombre maximum d'utilisateurs ?
- Quelles sont les caractéristiques à conserver ou à développer ?
- Comment faciliter le travail du personnel chargé du site internet de l'Eurodistrict ?

Ces éléments ont ensuite été spécifiés dans un cahier des charges et envoyés à des agences françaises et allemandes dans le cadre d'un appel d'offres.

Après évaluation de toutes les offres réceptionnées, le marché a finalement été attribué aux agences KTP Metz et ForMotion Sarrebruck.

KTP a été chargée de la programmation et de la fonctionnalité, alors que ForMotion s'est chargé de la conception graphique.

Des journalistes professionnels ont été chargés de la rédaction de la brochure – et notamment des informations de base. Les éléments thématiques, la préparation et le regroupement des « textes bruts » ont été pris en charge par les collaborateurs compétents du bureau de coopération.

Des collaborateurs du GECT ont suivi et coordonné les travaux de ce partenariat transfrontalier entre les deux agences. Le 3 novembre 2011, le résultat a pu être présenté sous forme d'un nouveau site internet aux délégués lors de leur Assemblée. Les délégués se sont félicités du résultat et l'ont approuvé à l'unanimité.

Le nouveau site internet permet d'atteindre l'objectif que nous nous étions fixé, à savoir de faire notre Région SaarMoselle une région bilingue, informative et interactive. Nous pouvons à présent satisfaire à des exigences ambitieuses grâce à de brèves présentations, films publicitaires et économiques et de nombreuses autres informations telles que des descriptions de projets, calendrier de manifestations, etc.

Notre site internet est actualisé régulièrement par l'équipe de l'Eurodistrict SaarMoselle.

2.3. Film économique et publicitaire

La présentation économique de l'espace « SaarMoselle » a également pu être réalisée sous forme de deux films promotionnels.

Un film économique et un film de promotion plus généraliste, chacun en français, en allemand et en anglais.

Un Groupe de travail spécial, composé de collaborateurs d'administrations compétentes dans le domaine de la communication et des relations publiques, a mis au point un projet et un scénario. Le bureau de coopération s'est également chargé du contrôle de l'organisation, par exemple des travaux préparatoires nécessaires : autorisations de tournage, prise de rendez-vous pour des interviews, des visites, etc. Sur la base de scénarios précis, l'équipe cinématographique professionnelle de l'agence mandatée Parachute s'est mise au travail. Selon un plan établi par le bureau de coopération et en concertation avec les responsables du projet, l'équipe cinématographique a traversé la Région pendant 3 jours et fait de nombreux enregistrements cinématographiques (14 heures) sur notre région. Les travaux sur les projets de films jusqu'aux versions finales des deux films se sont déroulés en étroite concertation avec les administrations des partenaires et la présidence du GECT.

Les films sont disponibles sur notre site internet www.saarmoselle.org, et également en DVD. Les agences HDW/Formotion ont pour ce faire réalisé une pochette spécifique et programmé un menu permettant choix du film et de la langue. Le DVD est disponible pour toute personne intéressée : partenaires, citoyens, entreprises, écoles..., contribuant ainsi à la promotion de notre région SaarMoselle.

3. Action n°3: Actions de promotion du territoire

Au cours du projet, plusieurs articles et autres publications ont été réalisés afin de promouvoir l'espace SaarMoselle. Une liste des différentes publications figure ci-dessous :

- 2011 : sur le territoire allemand dans le numéro 4/11 du journal économique destiné à la Région Rhin-Main-Sarre. Il s'agit d'un rapport détaillé et illustré sur l'Eurodistrict SaarMoselle et sur la promotion de notre site économique figure en allemand et en français aux pages 96 et 97 de ce journal.

- 2012: Une action promotionnelle a pu être réalisée côté allemand via le numéro spécial 4/12 „Expedition Saarland“ du magazine économique Wirtschaftsblatt / Standortmagazin für Rhein-Main-Saar, paru durant la semaine 37. Il s'agit d'un article illustré de 3 pages en langue allemande et française traitant de l'Eurodistrict SaarMoselle et son espace économique.
- 2013: Insertion d'un reportage dans la nouvelle brochure « Club des 500 » pour la Grande Région. Deux réunions ont eu lieu avec les rédacteurs de la brochure pour préparer le reportage. Pour des raisons économiques, cette brochure n'a toutefois pu voir le jour. Le reportage réalisé reste toutefois à la disposition de l'Eurodistrict pour d'autres usages.
- Dans le cadre des 50 ans du traité de l'Élysée, une « Revue des 50 ans » est parue et a été distribuée en 50.000 exemplaires à des décideurs politiques et économiques. Un article de deux pages faisant la promotion de notre territoire a été réalisée et insérée à cette revue. Cette dernière est également disponible gratuitement sur internet.
- 2014 : Un article de deux page de présentation de la région a été publié dans la revue économique « Wirtschaftsblatt »
- 2015 : Publication bilingue de quatre pages dans le Républicain Lorrain présentant le projet marketing territorial (une page) et les autres réalisations de l'Eurodistrict sur les dernières années. X exemplaires restent à disposition de l'Eurodistrict pour être utilisés comme matériel de communication pendant manifestations et salons. Une action similaire a eu lieu côté allemand avec une publication (2 pages sur 3 jours) dans la Saarbrücker Zeitung. Une demi-page de présentation du projet dans une édition spéciale « Extra-Magazin » a également eu lieu

1. Aktion 1: Stärkung der Partnerschaft zwischen den Akteuren der Wirtschaftsförderung

1.1.Organisation von Treffen der für die Wirtschaftsförderung der Städte und Gemeindeverbänden des SaarMoselle-Gebiets Verantwortlichen

Der Eurodistrict hat sich zum Ziel gesetzt, die Partnerschaft zwischen den Akteuren der Wirtschaftsförderung zu stärken. Bereits vor Beginn des Projekts hatten bilaterale Kontakte und Kooperationen stattgefunden, aber diese Verbindungen mussten gestärkt und auf andere Partner ausgeweitet werden. Insbesondere ging es darum, die Wirtschaftsentwicklungsstrukturen der Städte und Gemeindeverbände, die Mitglieder des Eurodistrict sind, miteinander zu vernetzen, sich gemeinsam an Messen zu beteiligen und die ADIT-Studie über potenzielle wirtschaftliche Nischen im Raum SaarMoselle fortzusetzen.

In der „Arbeitsgruppe Marketing“ kamen die Experten für Wirtschaftsförderung in den Verwaltungen der Partner regelmäßig zusammen (2011: 6 Sitzungen, 2012: 6 Sitzungen, 2013: 4 Sitzungen, 2014: 4 Sitzungen). Diese Begegnungen dienten dem gegenseitigen Informationsaustausch und boten den Beteiligten die Gelegenheit, die gemeinsame Wirtschaftsförderung im Raum SaarMoselle zu organisieren.

Neben den Sitzungen der vollständigen Arbeitsgruppe hat der Eurodistrict auch zahlreiche bi- oder trilaterale Treffen organisiert, um die Ausarbeitung der nachstehend beschriebenen Aktionen zu koordinieren.

Schließlich hat der Eurodistrict ein gemeinsames Intranet für die Partner eingerichtet, das den Datenaustausch und die Erstellung zusätzlicher oder spezifischer Informationsblätter zu einem bestimmten Partner oder Thema ermöglicht.

1.2. Studie „grenzüberschreitende Entwicklungspotenziale im Eurodistrict SaarMoselle“

Im Laufe mehrerer Sitzungen hat die vollständige Marketing-Arbeitsgruppe, die sich aus Experten der Wirtschaftsentwicklung der acht Projektpartner (Projektpartner oder strategische Partner) sowie aus Vertretern der Kammern und Wirtschaftsförderungsgesellschaften zusammensetzt, ein Leistungsverzeichnis für eine detailliertere Studie zu drei der 15 in der ADIT-Studie untersuchten Sektoren festgelegt. Im Einzelnen wurde beschlossen, dass die Studie die vier folgenden Bereiche abdecken soll:

1. Untersuchung der unterschiedlichen, kommunalen Standortpolitiken im Hinblick auf ihre möglichen Synergien
2. Untersuchung der Unternehmen aus drei Wirtschaftsnischen (Neue Materialien, Mechatronik, Gesundheit) im Eurodistrict daraufhin, wo starke Wachstumspotenziale liegen
3. Bestimmung von wirtschaftlichen Synergien und organisatorischen Kooperationsmöglichkeiten
4. Benennung von Handlungsempfehlungen für die Erhöhung der Attraktivität und Dynamik des Eurodistricts

Nach der förmlichen Entscheidung des Lenkungsausschusses wurde eine entsprechende Ausschreibung veröffentlicht. Die Rückmeldungen auf diese Veröffentlichung waren sehr positiv, denn es bewarben sich renommierte und auf internationaler Ebene tätige Dienstleister. Nach einem entsprechenden Ausschreibungsverfahren und der Erfüllung der gesetzlichen Vorschriften wurde das beste Angebot ausgewählt und auf Empfehlung des Lenkungsausschusses der Versammlung des Eurodistricts SaarMoselle zur Bestätigung vorgelegt.

Nach zwei Sitzungen der Jury und der Beratung der ETVZ-Versammlung erhielt am 30.01.2013 das deutsche ISO-Institut, mit AGEME und dem Unternehmen TEC4U als Subunternehmer, am 28.02.2013 den Zuschlag.

In Abstimmung mit den gewählten Vertretern und den Vertretern des ISO-Instituts und von AGEME legte die Arbeitsgruppe die drei zu untersuchenden Wirtschaftsnischen fest:

1. Neue Materialien
2. Mechatronik
3. Gesundheitswesen

2013 konzentrierte sich die Studie auf die Untersuchung der Nischen. Im Rahmen der Untersuchung der Nischen wurden:

- 300 Unternehmen aus den 3 Nischen identifiziert,
- 2.500 Unternehmen aus den 3 Nischen und aus angrenzenden Wirtschaftssektoren per Online-Umfrage kontaktiert. Ca. 120 Unternehmen haben den Fragebogen beantwortet. Dies waren hauptsächlich kleine und mittlere Unternehmen. Mit Hilfe dieses allgemeinen Fragebogens wurde vor allem der Unterstützungsbedarf der Unternehmen festgestellt. Diese wünschen sich, in absteigender Reihenfolge: Unterstützung bei der Vermarktung und beim Vertrieb ihrer Produkte, bei der Herstellung neuer Produkte, einen leichteren Zugang zu Finanzierungsquellen, Hilfe bei der Entwicklung neuer Dienstleistungen, und schließlich auch Unterstützung im Bereich Innovation, Marketing und Beratung.

- Vertiefende Interviews mit Unternehmen und Wirtschaftsexperten beiderseits der Grenze durchgeführt. Mit ihrer Hilfe wurden die Bedürfnisse der Unternehmen im Bereich Entwicklung oder Suche nach Partnerschaften noch genauer ermittelt.

2014 wurden die leitfadengestützten Interviews fortgesetzt. Im März wurde der Zwischenbericht dem Lenkungsausschuss für die Studie vorgestellt, der sich aus Vertretern des Auftraggebers, der Kofinanzierer sowie aus Akteuren der Wirtschaftsförderung im Raum SaarMoselle zusammensetzt.

Nach einer Sitzung des Lenkungsausschusses wurden die Auftragnehmer um Ergänzungen und Änderungen am Bericht gebeten, damit die Studie eine weniger wissenschaftliche Ausrichtung bekommt, die Ergebnisse stärker mit dem untersuchten Raum in Verbindung stehen und die Empfehlungen konkreter auf die Akteure des Raums SaarMoselle ausgerichtet sind.

Da der Mitarbeiter des Hauptauftragnehmers nicht die Meinung des Lenkungsausschusses teilte, hat das ISO-Institut einen anderen Mitarbeiter mit der Fortführung der Studie betraut. Durch diesen Wechsel musste die Frist für die Fertigstellung der Studie verlängert werden.

Im November wurde ein Workshop organisiert, um die Empfehlungen der Studie zu präzisieren. Dieser Workshop fand am 4. November in Forbach mit ca. 20 Teilnehmern statt. Das ISO-Institut hat eine erste Reihe von Empfehlungen präsentiert. Diese wurden durch Vorträge von vier Referenten aus dem medizinischen und unternehmerischen Bereich untermauert.

2015 wurden die Studie und v. a. Formulierung der Empfehlungen abgeschlossen. Die Ergebnisse wurden den gewählten Vertretern des EVTZ bei der Sitzung vom 24. Juni vorgestellt. Die Ergebnisse lassen sich wie folgt zusammenfassen:

Die untersuchten Betriebe sind überwiegend KMU, ergänzt durch einige große Betriebsformen, wie Krankenhäuser und internationale Unternehmen mit wichtigen Produktionsstandorten im Eurodistrict SaarMoselle. Die Großunternehmen decken grenzüberschreitende Entwicklungsbedarfe meist durch eine interne Arbeitsteilung ab, organisiert durch das zentrale Management und spezialisierte Abteilungen in den Bereichen F&E, Personalentwicklung oder Standorterschließung. Die Mehrheit der KMU ist auf lokale bzw. regionale Märkte auf jeweils einer Seite der deutsch-französischen Grenze fokussiert. In Einzelfällen wurde das Potenzial einer grenzüberschreitenden Entwicklung erst im Laufe der Befragung bewusst. Teilweise wurden Geschäftsmodelle bereits in diesem Sinne erweitert. In der überwiegenden Mehrheit wurden grenzüberschreitende Entwicklungspotenziale allerdings in den meisten von uns kontaktierten Unternehmen höchstens angesprochen und keinesfalls schon als praktische Herausforderung aufgefasst.

Die drei projektrelevanten Bereiche wurden schrittweise erschlossen und in den Kontext von Prozessen der Wirtschaftsentwicklung innerhalb der EU, der Großregion und des Eurodistricts SaarMoselle gestellt. Es wurde deutlich, dass aktuelle Entwicklungspotenziale ihre Substanz nach wie vor aus dem industriellen Erbe der Region beziehen. Bestehende Forschungstraditionen, Netzwerke und Kooperationszusammenhänge werden genutzt und im veränderten Rahmen fortgeführt. Dieser Wandlungsprozess wird u.a. getragen von einer hoch entwickelten Infrastruktur, von regional verankerten Unternehmen und von bereits vorhandenen Fachqualifizierungen oder Bildungsangeboten.

In den vergangenen Jahrzehnten wurde die öffentliche Wahrnehmung in der Region geprägt durch einen scheinbaren Gegensatz zwischen wirtschaftlichem Industrieerbe und neuen Dienstleistungen, die von hochqualifizierten IT-Berufen bis zu gering qualifizierten Pflegeberufen und einfachen Dienstleistungstätigkeiten im Niedriglohnbereich reichen.

Dieses Image hat teilweise negative Auswirkungen, da z.B. junge Ingenieure in der Region fehlen, die im Bereich der Mechatronik, der Nanotechnologie und der Gesundheitstechnik gesucht werden. Der Blick sollte vielmehr gerichtet werden auf vielversprechende Verknüpfungen in der Region: zwischen traditionellen Unternehmen, neuen Aktivitäten, die der Green Economy zugeschrieben werden können, und allgemeinen Dienstleistungsstrukturen. Ein solcher Schnittpunkt ist z.B. das Ambient Assisted Living bzw. die alltagsunterstützenden Assistenzlösungen (AAL) oder ganz allgemein die Mensch-Technik-Interaktion in der Gesundheitsbranche. Einzelne Kleinbetriebe im Eurodistrict SaarMoselle haben sich bereits auf diese Schnittmengen fokussiert, z.B. mit der Entwicklung einer Multi Service Plattform. Im Laufe unserer Studie hat sich herausgestellt, dass sich die Kooperationsbedarfe entlang von bereichsübergreifenden Wertschöpfungsketten entwickeln. Diese sind nicht zwingend grenzüberschreitend angelegt, die Möglichkeit zur Grenzüberschreitung im Eurodistrict SaarMoselle wird aber oft als Gewinn wahrgenommen und bisweilen schon praktisch genutzt.

Übergreifend für alle drei Bereiche lassen sich folgende Stärken herausstellen: Die im Eurodistrict SaarMoselle agierenden KMU sind regional sehr gut verankert, sie beziehen einen Großteil ihrer Ressourcen aus ihrem direkten Umfeld, sei es in Bezug auf den Arbeitsmarkt, in Bezug auf die Kunden-/Lieferantenbeziehungen oder in Bezug auf den Wissenstransfer, d.h. die Nähe zu Einrichtungen, die relevantes Wissen bereitstellen können. KMU suchen bewusst Wachstumsnischen, da sie dort ihre Flexibilität und Innovationsfähigkeit besonders unter Beweis stellen können. Als Stärke zählen auch die Entwicklung und der Vertrieb von Produkten, die einen besonderen Innovationsgrad aufweisen. Ebenso positiv hervorzuheben sind die Initiierung und Durchführung von Pilotprojekten, die in die Zukunft weisen.

Noch zu verbessern ist der Umstand, dass es in vielen Unternehmen in einem beachtlichen Umfang immer noch zu wenige Marktkenntnisse über Strukturbedingungen im Partnerland gibt. Als Schwäche werden von den Unternehmen darüber hinaus sprachliche und kulturelle Barrieren genannt, die die grenzüberschreitende Zusammenarbeit erschweren. Auch die aktuell bestehenden Diskrepanzen zwischen Personalbedarf und -angebot behindern eine positive Unternehmensentwicklung. Darüber hinaus wird die grenzüberschreitende Entwicklung in der Region sehr stark beeinflusst und mitunter behindert durch nationalstaatlich geprägte Förder-, Ausbildungs- und Forschungsstrukturen, die auch dazu führen, dass die global agierenden Unternehmen, die in der Region verwurzelt sind, sich eher an den europäischen Hauptstädten und Firmensitzen orientieren, als sich direkt an die grenzüberschreitende Metropolregion bzw. den Eurodistrict SaarMoselle zu wenden. Auf Ebene der KMU, der spezialisierten Krankenhäuser und der regionalen Forschungs- und Bildungseinrichtungen bestehen allerdings bereits vielversprechende Ansätze der grenzüberschreitenden Kooperation und Entwicklung.

Die vollständigen Ergebnisse der Studie sind im beigefügten Bericht zu entnehmen.

1.3. Teilnahme an Messen

Wie im Förderantrag vorgesehen, haben der Eurodistrict und die Projektpartner im Laufe des Projekts an zwei internationalen Messen teilgenommen: Die Messen POLLUTEC 2012 in Lyon und MIPIM 2015.

Neben seiner Teilnahme an den beiden Veranstaltungen war der Eurodistrict auch bei weiteren Messen vertreten, um das Image der Region zu fördern.

Für die grenzüberschreitende Umsetzung des Projekts bedeuteten diese diversen Auftritte einen erheblichen Mehrwert:

- Gemeinsame Präsentation und damit grenzüberschreitende Abbildung auf Ebene des Raums SaarMoselle
- Erreichen eines höheren Grades an Bekanntheit und Aufmerksamkeit

- Gegenseitige Unterstützung und Anstrengung in der Vorbereitung und Umsetzung des Messeauftritts
- Präsentation der Angebote des Eurodistrict-Gebiets
- Gewinnung potenzieller Neugeschäfte und Investoren in der Region
- Ausbau der Zusammenarbeit der beteiligten Institutionen zu einem Kompetenzzentrum unserer Region

Auftritt auf der Hannover Messe 2011

Der Eurodistrict hat die grenzüberschreitende Wirtschaftsregion SaarMoselle vom 4. bis 11. April 2011 bei der Industriemesse in Hannover vertreten; das Partnerland war Frankreich. Der Stand des Eurodistricts war an prominenter Stelle im für das Partnerland vorgesehenen Bereich platziert – ideal zum Knüpfen von Kontakten und zur Förderung unserer grenzüberschreitenden Region.

Die Arbeitsgruppe des Leitprojektes „Standortmarketing“ hatte - durch den Beschluss der Delegiertenversammlung des Eurodistricts SaarMoselle - den Auftrag die verantwortliche Koordination zwischen den Partnern des EVTZ und den beauftragten Agenturen zu übernehmen.

Durch die große fachliche und finanzielle Unterstützung von UBI-France und der AGEME war es möglich diesen professionellen und erfolgreichen Messeauftritt zu organisieren und zu finanzieren.

Beteiligte der Kooperation für den Messeauftritt:

- Eurodistrict SaarMoselle mit seinen 8 Partnern
- AGEME, Agence pour l'expansion de la Moselle-Est
- CCI international Lorraine
- HDW, Werbeagentur, Saarbrücken
- Déclic, Werbeagentur St. Avold
- UBI France, Paris

Auftritt bei der Messe Pollutec 2012 in Lyon

Der Eurodistrict SaarMoselle als grenzüberschreitender Verbund präsentierte auch die Region auf der Pollutec 2012 in Lyon. Bei dieser Veranstaltung wird die Begegnung von Unternehmen gefördert, die in den Bereichen, Umweltsanierungen, -technologien und -dienstleistungen tätig sind.

Die Teilnahme an dieser erfolgreichen Veranstaltung wurde im Rahmen der Partnerschaft zwischen dem Eurodistrict und seinen acht Mitgliedern sowie dem Sydeme (Syndicat Mixte de Transport et de Traitement des Déchets de Moselle-Est) und AGEME organisiert.

Im Jahr 2012 hat der Eurodistrict SaarMoselle die Idee eines eigenen kleinen Standes für Messeauftritte und große wie kleine Veranstaltungen umgesetzt.

Neben einer kleinen Theke mit veränderbarem Layout und 3 Sitzmöglichkeiten gibt es eine 3 auf 4 Meter große „Pop up „ Rückwand mit einer Bespannung auf der das farbige Logo des Eurodistricts aufgedruckt ist.

Teilnahme an der EITS Messe

Die Messe EITS 2014 (Euro India Technology Sourcing) fand in Dezember im Parc des Expositions von Metz statt.

Die Veranstaltung hat zum Ziel, Kontakte zwischen indischen und europäischen Unternehmen zu knüpfen, um Beziehungen und Austausch im Bereich Materialien (Metalle,

Chemische Erzeugnisse, Kunststoff- und Naturfasern), Energie und Verfahren für Industrie, Transport und Energie zu fördern.

Die Zielgruppe für die EITS 2014 waren Industrieunternehmen, Anbieter und Abnehmer, Forschungszentren, Einrichtungen für den Technologietransfer und Investoren. Sie ist ein Teil der öffentlichen Strategie, um Lothringen als europäischen Standort für Materialien und Energie zu etablieren.

Mehr als 300 Unternehmen haben an der EITS 2014 teilgenommen: 1/3 aus Indien, 1/3 aus Deutschland und 1/3 aus Frankreich. Die anwesenden Unternehmen haben vor Ort an mehr als 150 vorab vereinbarten B2B-Begegnungen teilgenommen, und die Messe hat im Rahmen von 32 Unternehmenspräsentationen und 12 Fachvorträgen auch den Informationsaustausch gefördert.

Die Gemeinsame Vermarktung des Gebiets bei Investoren ist ein weiteres Ziel der EITS Messe. In diesem Sinn hat der Eurodistrict in Partnerschaft mit der AGEME einen Stand an dieser Messe betrieben.

Bei dieser Veranstaltung wurden Standortbroschüren des Eurodistrict verteilt, insbesondere an die Vertreter der verschiedenen Unternehmen, die sich am Stand vorgestellt haben.

Internationale Messe MIPIM

Der Eurodistrict SaarMoselle hat sich im März erstmals auf der Messe MIPIM in Cannes präsentiert. Diese ist eine der größten Immobilien-Fachmessen in Europa.

Acht Vertreter der Mitgliedsverbände im Eurodistrict und der AGEME haben in koordinierter Form bei zahlreichen Investoren und Unternehmen für unsere Region geworben.

Der zu diesem Anlass gemietete Stand, gestaltet als ein Eintrittstor zugleich nach Deutschland und Frankreich, bot insbesondere die Möglichkeit, die mit den grenzüberschreitenden Aspekten zusammenhängenden Stärken unseres Raums hervorzuheben. Der Stand war ein effizientes Kommunikationsmedium für die Suche nach Investoren und gewährleistete eine gute Sichtbarkeit für die dargestellten Informationen. Die Vertreter des EVTZ konnten sich bei ihrer Argumentation auf die Standortbroschüre stützen, die im Rahmen des Projektes „Standortmarketing“ bereits erstellt worden war, sowie auf die neu angefertigten Informationsblätter mit Schlüsseldaten zur Region SaarMoselle.

Es wurden während der Messe viele neue Kontakte geknüpft, und Investoren haben bereits geplant, unsere Region zu besichtigen, um sich an Ort und Stelle ein Bild von den am Stand erwähnten Möglichkeiten zu machen.

Die Delegierten des Eurodistricts konnten vor Ort auch eine genauere Analyse der gegenwärtigen Situation und der sich abzeichnenden Tendenzen auf dem Immobilienmarkt vornehmen. Konferenzen und Workshops während der Messe ermöglichten es, die Überlegungen der Partner zu vertiefen, z. B. über den Stand des Immobilienmarktes in Deutschland oder das Crowdfunding.

Über den Aspekt der Wirtschaftsförderung hinaus hat uns unsere Präsenz auf der Messe die Gelegenheit geboten, uns mit europäischen Einrichtungen, die sich für mehr grenzüberschreitende Zusammenarbeit im Bereich der Wirtschaftsförderung einsetzen, auszutauschen.

Internationale Besucher wurden während der ganzen Woche am Stand des Eurodistricts SaarMoselle begrüßt. Höhepunkt der Messewoche war der Besuch von Günther Oettinger, EU-Kommissar für Digitale Wirtschaft und Gesellschaft. Bei der Begegnung hat er sich über die grenzüberschreitende Zusammenarbeit in der Region SaarMoselle informiert. Oettinger zeigte sich sehr interessiert an den aktuellen Projekten des Eurodistricts SaarMoselle und wünschte sich, dass Einrichtungen der grenzüberschreitenden Zusammenarbeit wie die unsrige häufiger auf solchen Fachmessen vertreten sind.

1.4. Grenzüberschreitende Karte der relevanten Gewerbegebiete

Durch seine ganz besondere Lage im Herzen Europas besitzt der Eurodistrict SaarMoselle wichtige Vorteile im Bereich industrieller und kommerzieller Ansiedlung. Eine Herausforderung besteht darin, unsere Türen für interessierte Unternehmen zu öffnen, die auf der Suche nach potenziellen Standorten sind.

Um dieses Ziel zu erreichen, bestand eines der Ergebnisse dieses Projekts in der Umsetzung einer grenzüberschreitenden Karte der Gewerbegebiete (Kataster der Gewerbegebiete).

Inhaltlich und organisatorisch wurde die Universität Kaiserslautern in das Projekt eingebunden. Neben der kommunikativen Integration der Partner wurden wichtige technische Grundelemente wie der Aufbau einer Datenbank, Eingabemasken, die Georeferenzierung von Standorten durch die externen Experten entwickelt.

Ursprünglich sollte das Tool lediglich als Informationsquelle für die Wirtschaftsentwickler des Eurodistricts dienen. Angesichts seiner Qualität wurde es jedoch als sinnvoll erachtet, es der breiten Öffentlichkeit und vor allem eventuellen Investoren, die Interesse an unserem Gebiet haben, zugänglich zu machen. Die Datenbank wurde von der Universität Kaiserslautern zum Regionalverband Saarbrücken verlagert. Es wurde ein I-frame für das Corporate Design des Eurodistricts SaarMoselle konfiguriert und anschließend auf dessen Website gestellt.

Nach der Freischaltung der Gewerbeflächenkarte für den User auf unserer Internetseite gab es viel Lob für die gelungene Außendarstellung. Auch unser wesentliches Kernanliegen, nämlich die Erarbeitung qualitativ hoher Standards für die Funktionalität und den Informationsgewinn dieser ersten grenzüberschreitende Gewerbeflächenkarte auch in vollem Umfang erreicht wurden.

2. Aktion n°2: Wirtschaftliche Darstellung des Standorts „SaarMoselle“

2.1. Broschüre über den Wirtschaftsstandort

Eine der im Rahmen des Projekts vorgesehene Maßnahme war die Erstellung einer Broschüre zur Wirtschaftsförderung des Raums SaarMoselle.

Nach der Definition des Inhalts wurde das Leistungsverzeichnis verfasst und eine Ausschreibung gestartet. Die Beauftragung ging an die beiden Agenturen Déclic und Start. Seit Oktober 2011 ist die Broschüre nun verfügbar, als Druckversion (10 000 Exemplare) und auf der Eurodistrict-Website (www.saarmoselle.org).

Seitdem ist die Broschüre ein wichtiges Element bei der Standortförderung; sie wird von den Eurodistrict-Projektpartnern genutzt und wurde bereits bei zahlreichen Veranstaltungen, bei denen der EVTZ oder seine Partner vertreten waren, verteilt.

Um die Informationen der Broschüre über unseren Wirtschaftsstandort zu ergänzen, wurden 2014 die Arbeiten zur Fertigstellung der Einlegeblätter weitergeführt. Eine kleinere Arbeitsgruppe hat sich damit beschäftigt, die Themen für diese Blätter und die entsprechende Informationen festzusetzen: Kennzahlen und Gewerbeflächenkarte, Lebensumfeld, die wichtigsten Wirtschaftsbranchen, Bildungsangebote und Kompetenzen, Dienstleistungen für Personen und Firmen, Ansprechpartner für Wirtschaftsförderung in der Region. Diese Einlegeblätter wurden Anfang 2015 gedruckt, um mit der Broschüre verteilt zu werden, insbesondere bei der Immobilienfachmesse MIPIM.

Die Beilageblätter können auch auf der Internetseite des Eurodistricts www.saarmoselle.org bereitgestellt werden.

2.2. Internetseite

Seit Dezember 2011 steht dem allgemeinen Internet-User die überarbeitete Internetseite des Eurodistricts SaarMoselle zur Verfügung. Die Aufgabe der Überarbeitung und teilweisen Neukonzeptionierung wurde nach der Gründung des EVTZ SaarMoselle am 6. Mai 2010 zwingend erforderlich. Die alte Website der ZSMA war zwar nur seit 2007 online, entsprach aber nicht mehr den technischen Ansprüchen und vor allem nicht mehr dem neuen Image des EVTZ (Logo, Stil, Quantität und Qualitätsansprüche).

Die erste Maßnahme war, dass sich die Mitarbeiter des Kooperationsbüros und Experten der Partner in einer ersten Arbeitsgruppe folgenden elementaren Fragen widmeten.

- Welche Informationen sollte präsentiert werden?
- Wie können Sie die Website zugänglich, attraktiv und verständlich auf die größte Zahl?
- Welche Merkmale sind zu erhalten oder zu entwickeln?
- Wie man Website-Administration Personal für die Eurodistrikt zu erleichtern?

Diese Elemente wurden dann in einem Lastenheft spezifiziert zusammengestellt und an französische und deutsche Agenturen im Rahmen einer Ausschreibung verschickt.

Nach der Auswertung der eingegangenen Angebote, wurde der Auftrag schließlich an Agenturen KTP Metz und ForMotion Saarbrücken vergeben.

In der Aufteilung, dass sich KTP/Metz um die Programmierung und die Funktionalität kümmert und ForMotion/Saarbrücken um die grafische Gestaltung.

Für die redaktionellen Inhalte, vor allem die Grund- und Basisinformationen, sind professionelle Journalisten beauftragt worden. Die Auswahl der Inhalte, die Vorbereitung und Zusammenstellung der „Rohtexte“ wurde von den zuständigen Mitarbeitern des Kooperationsbüros geleistet.

Das Arbeit dieser grenzüberschreitenden Partnerschaft zwischen den beiden Agenturen wurde von Mitarbeitern des EVTZ begleitet und koordiniert, Am 3. November 2011 wurde das Ergebnis in Form der „neuen Web- Seite“ den Delegierten in ihrer Versammlung präsentiert. Das Resultat wurde ausdrücklich gelobt und einstimmig beschlossen.

Das gesetzte Ziel, unsere Region SaarMoselle zweisprachig, informativ und interaktiv zu gestalten, ist mit der neuen Website bestens gelungen.

Mit kurzen Präsentationen, Image- und Wirtschaftsfilmen und vielen weiteren Information wie Projektbeschreibungen, Veranstaltungskalender etc. können wir modernsten Ansprüchen genügen.

Unsere Website wird regelmäßig vom Team des Eurodistrict SaarMoselle aktualisiert.

2.3. Wirtschafts- und Imagefilm

Darüber hinaus wurde die wirtschaftliche Präsentation des Raums SaarMoselle in zwei Werbefilmen vorgestellt.

Dabei handelt es sich zum einen um einen Wirtschaftsfilm und einen Film mit allgemeineren Aussagen, beide sind in den Sprachen Französisch, Deutsch und Englisch erhältlich.

In einer speziellen Arbeitsgruppe – zusammengesetzt aus kompetenten Verwaltungsmitarbeitern im Bereich Öffentlichkeits- oder Medienarbeit – wurde ein Konzept und Szenario entwickelt. Auch das Controlling für die Organisation wie z.B. die nötigen Vorarbeiten bzgl. Drehgenehmigungen, Interviewtermine, Besichtigungstermine etc. wurde vom Kooperationsbüro übernommen, Mit einem konkreten Anforderungsprofil und den klar formulierten Szenarien nahm die beauftragte Agentur Parachute durch ihre professionelle

Film-Crew ihre Arbeit auf. Nach einem vom Kooperationsbüro aufgestellten Plan und in Begleitung der Projektverantwortlichen bereiste die Film-Crew an 3 Tagen die Region und hat umfangreiches Filmmaterial (14 Stunden) unseres gesamten Raumes aufgenommen und gesammelt. Die Arbeit an den Filmentwürfen bis hin zu den Endversionen der beiden Filme fand in enger Abstimmung mit den Partnerverwaltungen und dem Vorstand des EVTZ statt. Die Filme sind auf unserer Internetseite www.saarmoselle.org eingestellt.

Auch in Form von DVDs gibt es diese beiden Filme. Mit der HDW/Formotion wurde ein eigenes Cover designt und eine kleine Menüführung programmiert, die Film- und Sprachauswahl zulässt. Diese DVD steht nun den Partnern und interessierten Bürgern, Unternehmen, Schulen usw. zur Verfügung stehen und kann somit unsere Region SaarMoselle bewerben.

3. Aktion n°3: Werbemaßnahmen für den Wirtschaftsstandort

Im Laufe dieses Projekts wurden mehrere Artikel und andere Veröffentlichungen erarbeitet, mit dem Ziel, den Wirtschaftsraum SaarMoselle zu bewerben. Nachstehend die Liste der Veröffentlichungen:

- 2011: Werbung in deutschen und französischen Wirtschaftszeitungen konnte in 2011 auf deutscher Seite in der Ausgabe 4/11 des Wirtschaftsblatt /Standortmagazin für Rhein-Main-Saar umgesetzt werden.
Auf Seite 96 und 97 wird in deutscher und französischer Sprache ausführlich und bebildert über den Eurodistrict SaarMoselle berichtet und so unser Wirtschaftsstandort beworben.
- 2012: Werbung konnte auf deutscher Seite in der Sonder-Ausgabe 4/12 „Expedition Saarland“ des Wirtschaftsblatt/Standortmagazin für Rhein-Main-Saar mit Erscheinungstermin in der Kalenderwoche 37 umgesetzt werden.
Auf 3 Seiten wird in deutscher und französischer Sprache ausführlich und bebildert über den Eurodistrict SaarMoselle berichtet und so unser Wirtschaftsstandort beworben.
- 2013: Es war vorgesehen, die Standortvorteile unseres Wirtschaftsraums SaarMoselle durch einen Bericht in der neuen Broschüre "500 Club" für die Großregion zu bewerben. Zwei Treffen mit den Autoren der Broschüre fanden statt, um den Bericht nach unseren Wünschen zu gestalten. Aus wirtschaftlichen Gründen wurde diese Broschüre von dem Verlag leider nicht herausgegeben. Der fertige Bericht steht jedoch zur Verfügung und der Eurodistrict SaarMoselle wird ihn für andere Gelegenheiten zum Teil oder vollständig verwenden können.
Anlässlich des 50. Jahrestages des „Elysée-Vertrages“ wurde ein Journal "50 Jahre Elysée-Vertrag“ veröffentlicht und mit mehr als 50.000 Exemplaren an politische und wirtschaftliche Entscheidungsträger verteilt. Ein zweiseitiger Artikel zur Bewerbung und Förderung unserer Region dem Eurodistrict SaarMoselle ist ein wichtiger Beitrag in diesem Jubiläumsheft. Der Artikel ist auch im Internet frei verfügbar.
- 2014: In dem Standortmagazin „Wirtschaftsblatt“ erschien ein zweiseitiger Artikel zur Vorstellung der Region.
- 2015: Vierseitiger Artikel in zwei Sprachen im Républicain Lorrain, der das Projekt Standortmarketing (eine Seite) und andere Projekte des Eurodistricts der vergangenen Jahre vorstellte. Dem Eurodistrict stehen noch X Exemplare zur Verfügung, die bei Veranstaltungen und Messen als Werbematerial dienen.
Eine vergleichbare Maßnahme fand auf deutscher Seite statt: in der Saarbrücker Zeitung erschienen an drei Tagen jeweils zwei Seiten.
Außerdem wurde in einer Sonderausgabe des Extra-Magazins eine halbseitige Projektpräsentation veröffentlicht.

**2. ETAT D'AVANCEMENT DU PROJET PAR RAPPORT AUX INDICATEURS DE REALISATION ET DE RESULTAT DEFINIS DANS LE DOSSIER DE DEMANDE
STAND DES PROJEKTS IM VERHÄLTNIS ZU DEN IN DEN ANTRAGSUNTERLAGEN FESTGELEGTEN UMSETZUNGS- UND ERGEBNISINDIKATOREN**

Veillez reprendre le tableau des indicateurs que vous avez rempli au point 3.4.2 (ou 3.9) de votre dossier de demande (version de la demande de concours FEDER validée en Comité de sélection), et le compléter comme indiqué ci-dessous.

Bitte übernehmen Sie die Tabelle der Indikatoren, die unter Punkt 3.4.2 (oder 3.9) Ihrer Antragsunterlagen (vom Lenkungsausschuss genehmigte Version des EFRE-Antrags) aufgeführt ist, und ergänzen Sie diese wie unten angegeben.

Le cas échéant, veuillez répartir par sexe les valeurs atteintes par les indicateurs.

Bitte unterteilen Sie sofern möglich die erreichten Indikatorenwerte nach der Geschlechtszugehörigkeit.

INTITULE DE L'INDICATEUR/ TITEL DES INDIKATORS	RÉALISATION/ RÉSULTAT UMSETZUNG/ ERGEBNIS	VALEUR CIBLE/ ZIELWERT (1)	VALEUR ATTEINTE CUMULÉE/ ERREICHTE GESAMTANZAHL (2)	<u>Dont hommes</u> <u>Davon Männer</u>	<u>Dont femmes</u> <u>Davon Frauen</u>
<p>Nombre d'entreprises aidées dans leur positionnement international / Anzahl von Unternehmen, die in ihrer internationalen Stellung unterstützt werden</p>	<p>Nombre d'Entreprises atteintes Anzahl der erreichten Unternehmen</p> <p>L'ensemble des entreprises de l'espace SaarMoselle souhaitant améliorer leur positionnement international sera aidé par les mesures suivantes / Die Gesamtheit der Unternehmen im Raum SaarMoselle, die sich international besser positionieren möchten, werden durch folgende Maßnahmen unterstützt:</p> <p>Présentation en trois langues (français, allemand, anglais) avec la réalisation d'une brochure, d'un film promotionnel, d'un stand pour les salons / Dreisprachige Präsentation (Französisch, Deutsch, Englisch) in Form einer Broschüre, eines Werbefilms, eines Messestands</p> <p>Diffusion de spots radio (un spot diffusé plusieurs fois) / Hörfunkspots (einer, mehrmals ausgestrahlt)</p> <p>Rubrique spécifique au sein du site Internet SaarMoselle avec en particulier un journal économique (version électronique) de l'Eurodistrict / Spezifische Rubrik auf der SaarMoselle Website mit insbesondere einer</p>	<p>800</p> <p>1</p> <p>1</p> <p>1</p>	<p>1100</p> <p>1</p> <p>1</p> <p>1</p>		

	Wirtschaftszeitung (elektronische Fassung) für den Eurodistrict				
	Participations à des salons internationaux et événements / Teilnahme an internationalen Messen/Leistungsschauen	2	3		
	Publicités ciblées dans des journaux économiques en France et en Allemagne (un encart publié plusieurs fois) / Gezielte Werbung in deutschen und französischen Wirtschaftszeitungen (eine Anzeige mehrmals inseriert)	1	1		
Nombre de services aux entreprises développés par la coopération	Réalisation d'une carte transfrontalière d'ensemble présentant les espaces économiques importants ainsi que le réseau de transport / Erstellung einer grenzüberschreitenden Übersichtskarte der wirtschafts-relevanten Flächen sowie Verkehrsverbindungen	1	1		
Anzahl von Dienstleistungen für Unternehmen, die aufgrund der Kooperation entwickelt wurden	Création d'un Intranet pour les responsables du développement économiques avec mise à disposition de documents et possibilité d'échanges d'informations / Einrichtung eines Intranets für die Wirtschaftsförderer mit Bereitstellung von Unterlagen und Möglichkeiten zum Informationsaustausch	1	1		

(1) reprendre ici le nombre inscrit dans le dossier de demande

Hier die im Antrag genannte Anzahl wiederaufnehmen

(2) indiquer ici le nombre **cumulé** depuis le début du projet

Hier die tatsächliche kumulierte Anzahl seit **Projektbeginn** eintragen

Explications sur les valeurs atteintes/ Erläuterungen zu den erreichten Gesamtwerten:

Nombre d'entreprises atteintes: 1160

- 2011 : 300 entreprises contactées :
 - o Invitations envoyées pour le Salon de Hanovre
 - o Visites et contacts d'entreprises de la Grande Région à l'occasion du Salon
- 2012 : 250 entreprises contactées
 - o Invitations envoyées pour le salon Pollutec 2012
 - o Visites, contacts et coordonnées d'entreprises de la Grande Région récoltés dans le cadre de la manifestation
- 2014 : 310 entreprises contactées.
 - o Base de données comportant 300 entreprises dans les domaines de la santé et de la mécatronique contactée dans le cadre de l'étude « Potentiels de

- développement transfrontalier au sein de l'Eurodistrict SaarMoselle » (questionnaire/entretiens).
- Contacts lors du salon EITS
- 2015 :
 - Interviews réalisées dans le cadre de l'étude « Potentiels de développement transfrontalier au sein de l'Eurodistrict SaarMoselle » (45)
 - Invitations et informations sur l'Eurodistrict envoyées par mail et voie postale en préparation du salon MIPIM (respectivement 2200 et 275 personnes contactées, de 950 et 156 entreprises).
 - Stand d'une journée à la pépinière d'entreprises Eurodev Center

Entre 2011 et 2015, 9 500 brochures de promotion économique ont été distribuées à des entreprises et institutions par l'Eurodistrict et ses partenaires.

Présentation en trois langues (français, allemand, anglais) avec la réalisation d'une brochure, d'un film promotionnel : 1

Une brochure, créée et publiée en 2011 (avec ses fiches marketing en 2014/2015) / 2 films diffusés pendant six mois sur des vols Air France / Acquisition d'un stand au deuxième semestre 2012.

Diffusion de spots radio: 1 (Saarländischer Rundfunk)

Rubrique spécifique au sein du site Internet SaarMoselle : 1

Participations à des salons internationaux et événements : 3

- Pollutec 2012 (Lyon)
- MIPIM 2015
- EITS 2014

En plus de ces trois salons internationaux, l'Eurodistrict a également été représenté lors des manifestations suivantes :

- SaarMesse 2013 – Stand Interreg
- Euro Space Day
- Hannover Messe 2011

Actions de publicités ciblées dans des journaux économiques : 1

- 2011 : 1 encart et des articles dans la revue économique Wirtschaftsblatt/Standortmarketing (édition 4/11, Rhein-Main-Saar)
- 2012 : 1 article bilingue dans le numéro spécial «4/12 « Expedition Saarland » du magazine Wirtschaftsblatt
- 2013 : 1 insertion bilingue dans la « Revue des 50 ans » (à l'occasion du Traité de l'Elysée)
- 2014 : 1 Publication dans le « Wirtschaftsblatt » pour la région Saar-Lor-Lux

Réalisation d'une carte transfrontalière d'ensemble présentant les espaces économiques importants ainsi que le réseau de transport : 1 (2011/2012)

Création d'un Intranet pour les responsables du développement économiques avec mise à disposition de documents et possibilité d'échanges d'informations : 1 (2011)

Explications sur les valeurs atteintes/ Erläuterungen zu den erreichten Gesamtwerten:

Anzahl der erreichten Unternehmen: 1160

- 2011: 300 kontaktierte Unternehmen
 - o Anlässlich der Hannover Messe verschickte Einladungen
 - o Besuche bei und Kontakte mit Unternehmen aus der Großregion anlässlich der Messe
- 2012: 250 kontaktierte Unternehmen
 - o Anlässlich der Messe Pollutec 2012 verschickte Einladungen
 - o Besuche bei und Kontakte mit Unternehmen aus der Großregion sowie deren Kontaktdaten, die im Rahmen der Veranstaltung erhoben wurden
- 2014: 310 kontaktierte Unternehmen
 - o Datenbank mit 300 Einträgen von Unternehmen aus den Bereichen Gesundheitswesen und Mechatronik, die für die Studie „Grenzüberschreitende Entwicklungspotenziale im Eurodistrict SaarMoselle“ (Fragebogen/Interviews) kontaktiert wurden.
 - o Kontakte bei der Messe EITS
- 2015: 300 kontaktierte Unternehmen
 - o Im Rahmen der Studie „Grenzüberschreitende Entwicklungspotenziale im Eurodistrict SaarMoselle“ geführte Interviews (45)
 - o Zur Vorbereitung der Messe MIPIM Einladungen und Informationen über den Eurodistrict per Mail und Post versendet (2 200 bzw. 275 kontaktierte Personen aus 950 bzw. 156 Unternehmen)
 - o Eintägiger Stand beim Gründerzentrum Eurodev Center

Von 2011 bis 2015 verteilten der Eurodistrict und seine Partner 9 500 Broschüren zur Wirtschaftsförderung an Unternehmen und Institutionen.

Eine 2011 erstellte und veröffentlichte Broschüre (Informationsblätter zum Standortmarketing 2014/2015) / Zwei Filme, die sechs Monate lang auf den Flügen der Air France gezeigt wurden / Kauf eines Stand im zweiten Halbjahr 2012.

Auftritte bei internationalen Messen und Veranstaltungen: 3

- Pollutec 2012 (Lyon)
- MIPIM 2015
- EITS 2014

Neben diesen drei internationalen Messen war der Eurodistrict auch bei folgenden Veranstaltungen vertreten:

- SaarMesse 2013 – Stand Interreg
- Euro Space Day
- Hannover Messe 2011

Gezielte Werbeaktionen in Wirtschaftszeitungen: 1

- 2011: 1 Sonderbeilage und Artikel im Wirtschaftsmagazin Wirtschaftsblatt/Standortmarketing (Ausgabe 4/11, Rhein-Main-Saar)
- 2012: 1 zweisprachiger Artikel in der Sonderausgabe 4/12 „Expedition Saarland“ des Magazins Wirtschaftsblatt
- 2013: 1 zweisprachiger Beitrag im Journal „50 Jahre Elyséevertrag“ (anlässlich des Jahrestags des Elyséevertrags)
- 2014: 1 Veröffentlichung im „Wirtschaftsblatt“ für die Region Saar-Lor-Lux

3. ETAT D'AVANCEMENT DU PROJET PAR RAPPORT AUX INDICATEURS TRANSVERSAUX STAND DES PROJEKTS IM VERHÄLTNIS ZU DEN QUERSCHNITTSINDIKATOREN

Veuillez compléter les indicateurs transversaux ci-dessous :

Bitte ergänzen Sie die folgenden Querschnittsindikatoren:

Le cas échéant, veuillez répartir par sexe les valeurs atteintes par les indicateurs

Bitte unterteilen Sie, sofern möglich, die erreichten Indikatorenwerte nach der Geschlechtszugehörigkeit.

COMMUNICATION	KOMMUNIKATION	Réalisations de l'année Umsetzungen im Jahr	Réalisations cumulées depuis le début du projet kumulierte Umsetzungen seit Beginn des Projekts		
Nombre d'actions de presse réalisées	Anzahl an umgesetzten Pressemaßnahmen	1	1		
Nombre d'articles de presse publiés	Anzahl veröffentlichter Presseartikel	3	14		
Nombre de reportages TV/ radio	Anzahl an Fernseh- oder Radio-Reportagen	0	2		
Nombre de brochures (destinées au grand public) conçues	Anzahl entworfener Broschüren (für die breite Öffentlichkeit)	0	1		
Nombre de sites Internet transfrontaliers créés ou maintenus	Anzahl erstellter oder gewarteter grenzüberschr. Internetseiten	0	1		
Nombre de visites sur les sites web	Anzahl an Besuchen auf Webseiten	7 298	61 399		
MULTILINGUISME	MEHRSPRACHIGKEIT	Réalisations de l'année	Réalisations cumulées depuis le début du projet	<i><u>Dont hommes</u> <u>Davon Männer</u></i>	<i><u>Dont femmes</u> <u>Davon Frauen</u></i>
Nombre d'actions incluant l'apprentissage de la langue voisine	Anzahl an Maßnahmen, die die Erlernung der Nachbarsprache beinhalten				
Nombre de personnes ayant appris la langue voisine dans le cadre de la réalisation du projet	Anzahl an Personen, die die Nachbarsprache im Rahmen der Projektdurchführung erlernt haben				
EGALITE DES CHANCES	Chancengleichheit	Réalisations de l'année	Réalisations cumulées depuis le début du projet		
Nombre d'actions de promotion de l'égalité des chances	Anzahl von Maßnahmen zur Förderung der Chancengleichheit				

EMPLOI	Beschäftigung	Réalisations de l'année	Réalisations cumulées depuis le début du projet	<i><u>Dont hommes</u></i> <i><u>Davon Männer</u></i>	<i><u>Dont femmes</u></i> <i><u>Davon Frauen</u></i>
Nombre d'emplois créés	Anzahl geschaffener Arbeitsplätze	0	1		1
Nombre d'emplois maintenus	Anzahl erhaltener Arbeitsplätze				

Explications sur les valeurs atteintes/ Erläuterungen zu den erreichten Gesamtwerten:

Nombre d'actions de presse réalisées

- 2015 : 1 Communiqué en préparation du salon MIPIM en mars suivi d'un communiqué de bilan en avril 2015.

Nombre d'articles de presse publiés

- 2011 : 1 dans les Dernières Nouvelles d'Alsace, 2 dans la Saarbrücker Zeitung, 1 dans le Telex, 1 sur le Saarbrücker Wochenspiegel online, 2 dans le Républicain Lorraine, 1 dans la revue Forum
- 2013 : 1, « Revue des 50 ans »
- 2014 : 2, Wirtschaftsblatt – 4^{ème} trimestre « Zuhause in Europas bester Lage », La Semaine – Palmarès et performance n°2, 02/2014 « Moselle Est, l'unité dans le débat »
- 2015 : 3, « Extra-Magazin » (Lorraine, Sarre, Luxembourg), Républicain Lorrain et Saarbrücker Zeitung

Nombre de reportages TV ou radio : 2

- Saarländischer Rundfunk, Lisa Huth
- TV Mosaik

Nombre de sites Internet transfrontaliers créés ou maintenus : 1

Nombre de visites sur les sites web : 61 399

Nombre d'emplois créés : 1 CDD par le premier bénéficiaire pour la coordination du projet à partir d'octobre 2014.

Anzahl an umgesetzten Pressemaßnahmen

- 2015: 1 Pressemitteilung zur Vorbereitung der Messe MIPIM im März, anschließend eine Pressemitteilung mit deren Auswertung im April.

Anzahl veröffentlichter Presseartikel

- 2011: 1 in Dernières Nouvelles d'Alsace, 2 in der Saarbrücker Zeitung, 1 in Telex, 1 im Saarbrücker Wochenspiegel Online, 2 im Républicain Lorraine, 1 im Magazin Forum
- 2013: 1 im Journal „50 Jahre Elyséevertrag“
- 2014: 2, im Wirtschaftsblatt, 4. Quartal „Zuhause in Europas bester Lage“, La Semaine – Palmarès et performance Nr. 2, 02/2014 « Moselle Est, l'unité dans le débat »
- 2015: 3, im „Extra-Magazin“ (Lothringen, Saar, Luxemburg), im Républicain Lorrain und in der Saarbrücker Zeitung

Anzahl an Fernseh- oder Radio-Reportagen : 2

- o Saarländischer Rundfunk, Lisa Huth
- o TV Mosaik

Anzahl erstellter oder gewarteter grenzüberschr. Internetseiten : 1

Anzahl an Besuchen auf Webseiten : 61 399

Geschaffene Arbeitsplätze: 1 befristeter Arbeitsvertrag beim federführenden Begünstigten für die Koordination des Projekts ab Oktober 2014.

4. ETAT D'AVANCEMENT DU PROJET PAR RAPPORT AUX INDICATEURS D'IMPACT STAND DES PROJEKTS IM VERHÄLTNIS ZU DEN AUSWIRKUNGSINDIKATOREN

Les indicateurs développés ci-dessous permettent d'évaluer l'impact des projets par rapport à :

- la dynamique transfrontalière,
- la valeur ajoutée transfrontalière,
- les priorités transversales que sont la préservation de l'environnement et la promotion de l'égalité des chances.

Merci de bien vouloir attribuer une note de 0 à 10 comme réponse aux questions suivantes.

0	Pas d'effet
1 à 4	Faible, différents degrés
5	Moyen
6 à 9	Bien, différents degrés
10	Exemplaire à tous niveaux

Pour justifier chaque note donnée aux différents indicateurs, un ou plusieurs arguments doivent être fournis, sous une forme « littéraire ». De plus, des éléments concrets doivent être apportés (des réalisations : publications, réunions, investissements réalisés, etc.) qui justifient l'attribution de la note.

Die unten angegebenen Indikatoren ermöglichen es, eine Bewertung der Auswirkung der Projekte durchzuführen, dies in Bezug auf:

- die grenzübergreifende Dynamik
- den grenzüberschreitenden Mehrwert
- die Querschnittsschwerpunkte (Umweltschutz und Förderung der Chancengleichheit)

Bitte vergeben Sie als Antwort auf die folgenden Fragen eine Note zwischen 0 und 10.

0	Keine Auswirkung
1 bis 4	Schwach, verschiedene Stufen
5	Mittel
6 bis 9	Positiv, verschiedene Stufen
10	Exemplarisch / Beispielhaft in jeder Hinsicht

Zur Rechtfertigung der zu den verschiedenen Indikatoren vergebenen Noten sollen in „literarischer“ Form ein oder mehrere Argumente vorgebracht werden. Außerdem müssen konkrete Beispiele genannt werden (d. h. Resultate: Veröffentlichungen, Sitzungen, getätigte Investitionen,...), die die Vergabe einer bestimmten Note rechtfertigen.

I. Dynamique de la coopération transfrontalière Dynamik der grenzüberschreitenden Zusammenarbeit

Question Frage 1

Dans quelle mesure la coopération a-t-elle contribué à améliorer la connaissance réciproque des populations de part et d'autre de la frontière (structures et culture) ?

Inwiefern hat die Kooperation dazu beigetragen, die gegenseitige Kenntnis der Bevölkerung dies- und jenseits der Grenze zu verbessern (Strukturen und Kultur)?

Evaluation proposée à la fin du projet / Bewertung zum Projektende (0 - 10) : 9
Arguments concrets / konkrete Argumente:

Au travers du groupe de travail mis en place pour l'accompagnement du projet, les partenaires du projet mais aussi des acteurs du développement économique de toute la région ont pu échanger, mettre en commun et approfondir leurs connaissances des structures et des autres acteurs du développement économique dans l'autre pays.

Cette mise en réseau a par exemple été renforcée lors de la préparation de la participation de l'Eurodistrict à des salons ou autres évènements, ou encore lors de la réalisation et le suivi de l'étude sur les potentiels de développement économique au sein de l'Eurodistrict.

Über eine zur Projektbegleitung eingerichtete Arbeitsgruppe konnten sowohl die Projektpartner als auch die Akteure der Wirtschaftsförderung der gesamten Region ihre Kenntnisse der Strukturen und der sonstigen Akteure der Wirtschaftsförderung im jeweils anderen Land austauschen, vertiefen und abgleichen.

Diese Vernetzung wurde beispielsweise bei der Vorbereitung der Auftritte des Eurodistricts bei Messen und sonstigen Veranstaltungen sowie bei der Durchführung und Betreuung der Studie über die grenzüberschreitenden Entwicklungspotenziale im Eurodistrict weiter intensiviert.

Question Frage 2

Dans quelle mesure la coopération a-t-elle permis un mode de fonctionnement plus efficient des partenaires ?

Inwiefern hat die Zusammenarbeit eine effizientere Arbeitsweise der Partner ermöglicht?

Evaluation proposée à la fin du projet / Bewertung zum Projektende (0 - 10) : 7
Arguments concrets / konkrete Argumente:

Le projet a permis de développer une promotion économique commune de la région transfrontalière. La création d'une brochure économique spécifique et des fiches marketing qui l'accompagnent sont une étape vers une démarche harmonisée des deux côtés de la frontière.

Au cours du projet, les acteurs du territoire se sont rencontrés à de nombreuses reprises, notamment lors des réunions du groupe de travail. Leur connaissance des collaborateurs de l'autre côté de la frontière ainsi que leur mode de fonctionnement s'est développée tout au long du projet.

La création de la carte d'information sur les zones d'activité a également permis une meilleure circulation de l'information entre les partenaires qui peuvent, par son intermédiaire, obtenir les renseignements dont ils ont besoin sur une zone déterminée, pour par exemple renseigner un investisseur potentiel.

La réalisation de l'étude sur les potentiels économiques a également permis cibler les secteurs porteurs sur la région et de déterminer des pistes de travail pour l'avenir qui pourront aboutir à une stratégie coordonnée et efficace.

Das Projekt hat die Entwicklung einer gemeinsamen Wirtschaftsförderung in der Grenzregion ermöglicht. Die Erstellung einer speziellen Wirtschaftsbroschüre und der beigelegten Informationsblätter zum Standortmarketing sind ein Schritt hin zu einem harmonisierten Vorgehen beiderseits der Grenze.

Im Verlauf des Projekts gab es zahlreiche Begegnungen der Akteure des Gebietes, in erster Linie bei Sitzungen der Arbeitsgruppe. Dies hat ermöglicht, die Kooperationspartner auf der anderen Seite der Grenze sowie ihre Arbeitsweise im Laufe des Projekts immer besser kennenzulernen.

Die Erstellung der Übersichtskarte der Gewerbegebiete hat darüber hinaus zu einem verbesserten Informationsaustausch zwischen den Partnern geführt, denn sie können ihr die benötigten Angaben zu einem bestimmten Gebiet entnehmen, beispielsweise um einem potenziellen Investor Auskünfte zu erteilen.

Auch die Durchführung der Studie über die Wirtschaftspotenziale hat dazu beigetragen, die vielversprechenden Wirtschaftssektoren in der Region gezielt zu bestimmen und die künftigen Arbeitsansätze festzulegen, die zu einer koordinierten und effizienten Strategie führen könnten.

Question Frage 3

Dans quelle mesure vous attendez-vous à ce que la collaboration entre les partenaires soit durable, c'est-à-dire à ce qu'elle soit poursuivie même après la fin du projet ?

Inwieweit erwarten Sie, dass die Zusammenarbeit zwischen den Partnern dauerhaft sein wird, d. h. dass sie auch nach dem Projektende fortgesetzt wird?

Evaluation proposée à la fin du projet / Bewertung zum Projektende (0 - 10) : 10

Arguments concrets / konkrete Argumente:

Le marketing territorial est une des principales missions de l'Eurodistrict, qui est inscrite dans ses statuts. Il est déjà prévu de continuer des actions de développement économique dans les prochaines années. Ces travaux pourront se baser sur un groupe de travail réactif et qui se connaît bien. Des thèmes prioritaires ont déjà émergés des échanges ayant eu lieu au cours du projet.

Le projet a constitué le début de la coopération des acteurs du développement économique dans la région SaarMoselle.

Le groupe de travail créé dans le cadre du projet se rencontre actuellement afin de préparer le volet « développement économique » du programme d'action de l'Eurodistrict. Le GECT a d'ailleurs décidé en juin dernier de créer des conférences thématiques permanentes dans différents domaines afin de promouvoir la rencontre des acteurs et de faciliter l'élaboration et la réalisation de stratégies communes. Une de ces conférences est dédiée au développement économique, et permettra aux participants au groupe de travail du projet Marketing Territorial de continuer leur collaboration dans un contexte élargi.

Les outils créés (brochure, fiches, carte transfrontalière) seront utilisés par les partenaires après la fin du projet. La brochure de promotion économique est jugée claire, bien conçue et utile par les partenaires qui l'ont déjà distribué en grand nombre.

Das Standortmarketing ist eine der in der Satzung festgelegten Hauptaufgaben des Eurodistricts. Es ist bereits vorgesehen, Wirtschaftsförderungsmaßnahmen in den kommenden Jahren fortzusetzen. Diese Maßnahmen werden von einer reaktionsschnellen Arbeitsgruppe, deren Mitglieder sich gut kennen, getragen. Bereits bei den Treffen, die im Projektverlauf stattgefunden haben, wurden Schwerpunktbereiche ausgemacht.

Das Projekt war der Beginn der Zusammenarbeit der Akteure der Wirtschaftsförderung in der Region SaarMoselle.

Die im Rahmen des Projekts eingerichtete Arbeitsgruppe trifft sich derzeit, um den Teilbereich „Wirtschaftsförderung“ des Eurodistrict-Aktionsprogramms vorzubereiten. Darüber hinaus hat der EVTZ im Juni beschlossen, ständige thematische Konferenzen in bestimmten Bereichen einzurichten, um die Begegnung zwischen den Akteuren zu fördern und die Ausarbeitung und Umsetzung gemeinsamer Strategien zu ermöglichen. Eine dieser Konferenzen ist der Wirtschaftsförderung gewidmet und wird es den Mitgliedern der Arbeitsgruppe des Projekts Standortmarketing ermöglichen, ihre Zusammenarbeit in einem erweiterten Kontext fortzusetzen.

Die erarbeiteten Instrumente (Broschüre, Informationsblätter, grenzüberschreitende Karte) werden nach Projektende von den Partnern weiter verwendet. Die Broschüre zur Wirtschaftsförderung wird von den Partnern, die bereits viele Exemplare davon verteilt haben, als klar verständlich, gut konzipiert und nützlich beurteilt.

II. Valeur ajoutée transfrontalière / Grenzüberschreitender Mehrwert

Question Frage 4

Dans quelle mesure le projet a-t-il abouti à un résultat qui n'aurait pas été atteint à travers une action purement nationale ?

Inwieweit hat das Projekt ein Ergebnis hervorgebracht, das durch eine rein nationale Aktion nicht hätte erreicht werden können?

Evaluation proposée à la fin du projet / Bewertung zum Projektende (0 - 10) : 9

Arguments concrets / konkrete Argumente:

Au cours du projet, l'Eurodistrict s'est présenté à plusieurs reprises sur des salons internationaux où l'aspect transfrontalier de la région a été mis en avant : Le but étant de présenter et d'établir la région comme une porte d'entrée sur deux marchés nationaux auprès des investisseurs et entrepreneurs. Cette démarche n'a bien sûr été possible que dans le cadre de la participation de partenaires des deux pays.

Pour établir la visibilité d'une région au niveau international, celle-ci doit être représentative (en termes de population, etc). Ce n'est le cas ni de la Moselle-Est, ni de la Sarre. Ensemble, ces deux régions représentent une population de plus de 600 000 habitants, chiffre plus pertinent à l'échelle du développement économique. Ce nombre passe même à 800 000 habitants en intégrant les populations de la Communauté de Communes du Pays de Bitche et du Landkreis de Sarrelouis, partenaires associés de l'Eurodistrict qui ont participé à plusieurs mesures.

Le caractère transfrontalier est un atout considérable pour le territoire. Le projet a permis aux partenaires de se concerter/coordonner des deux côtés de la frontière pour mettre cet atout en avant.

Le marketing transfrontalier est une démarche originale, encore peu développée (salons, prospection à l'internationale ...), et est un argument phare de l'Eurodistrict.

Im Projektverlauf hatte der Eurodistrict mehrere Auftritte auf internationalen Messen, bei denen der grenzüberschreitende Charakter der Region hervorgehoben wurde: Ziel dabei war es, Investoren und Unternehmern die Region als Eintrittstor zu beiden nationalen Märkte zu präsentieren und als solche zu etablieren. Dieses Vorgehen war selbstverständlich nur durch die Teilnahme der Partner aus beiden Ländern möglich.

Um die Sichtbarkeit einer Region auf internationaler Ebene zu erhöhen, muss diese repräsentativ sein (in Bezug auf Bevölkerung etc.). Das ist weder für die Region Moselle-Est noch für das Saarland der Fall. Zusammen jedoch weisen die beiden Regionen über 600 000 Einwohner auf, was in Bezug auf die Wirtschaftsentwicklung eine deutlich relevantere Größe ist. Nimmt man noch die Bevölkerung des Gemeindeverbands Communauté de Communes du Pays de Bitche und des Landkreises Saarlouis hinzu (assoziierte Mitglieder des Eurodistricts, die schon an mehreren Maßnahmen beteiligt waren), steigt diese Zahl sogar auf 800 000.

Der grenzüberschreitende Charakter ist ein beträchtlicher Vorteil für das Gebiet. Das Projekt ermöglichte es den Partnern beiderseits der Grenze, sich abzustimmen und zu koordinieren, um diesen Vorteil deutlich hervorzuheben.

Das Standortmarketing ist ein neuer, noch nicht sehr entwickelter Ansatz (für Messen, internationale Akquisition etc.) und bildet das Kernargument des Eurodistricts.

Question Frage 5

Dans quelle mesure le projet a-t-il contribué à la réduction des obstacles dus aux frontières de la zone Grande Région ?

Inwieweit hat das Projekt zur Reduzierung von Hindernissen, die aufgrund der Grenzen im Gebiet der Großregion entstanden sind, beigetragen?

Evaluation proposée à la fin du projet / Bewertung zum Projektende (0 - 10) : 7
Arguments concrets / konkrete Argumente:

L'étude sur les potentiels de développement menée dans le cadre du projet a aidé à identifier les freins au développement économique transfrontalier et a formulé des conseils et actions à mener pour les effacer. Il est notamment question du manque d'harmonisation au niveau juridique (règlementations, procédures etc.) ou de formations bilingues, voire binationales. La coordination des aides économiques ou le soutien des réseaux d'échanges transfrontaliers sont d'autres thèmes pour lesquels des recommandations ont été formulées. Celles-ci sont la base d'une réflexion conduite par l'Eurodistrict et ses partenaires afin de cibler au mieux les actions à mener pour réduire les obstacles dus à la frontière. Les problèmes ciblés au niveau de l'Eurodistrict ne lui sont pas exclusif, et les actions menées pour y répondre pourraient déboucher sur un échange de bonnes pratiques au sein de la Grande Région. L'expérience de l'Eurodistrict dans ce domaine pourra profiter à d'autres régions faisant face aux mêmes types de problématiques.

L'avancement de cet aspect n'est pas optimal, car il s'agissait ici, dans un premier temps, d'identifier les obstacles au développement, et non de les supprimer.

Die im Rahmen des Projekts durchgeführte Studie über die grenzüberschreitenden Entwicklungspotenziale hat dazu beigetragen, die Hemmnisse bei der grenzüberschreitenden Wirtschaftsentwicklung auszumachen; zudem wurden darin Empfehlungen für Maßnahmen zu deren Behebung formuliert. Insbesondere wird die fehlende Harmonisierung auf juristischer Ebene (Verordnungen, Verfahren etc.) und der Mangel an zweisprachigen bzw. binationalen Ausbildungen erwähnt. Die Koordinierung der Wirtschaftshilfen oder die Unterstützung von grenzüberschreitenden Netzwerken sind weitere Themen, für die Empfehlungen formuliert wurden. Diese bilden die Basis für Überlegungen, die der Eurodistrict und seine Partner anstellen, um Maßnahmen zum Abbau von grenzbedingten Hemmnissen bestmöglich festzulegen. Die auf Ebene des Eurodistricts festgestellten Probleme betreffen nicht ihn allein, und die Maßnahmen zu deren Behebung könnten auf den Austausch bewährter Praktiken innerhalb der Großregion hinauslaufen. Die Erfahrungen des Eurodistricts in diesem Bereich können auch anderen Regionen, die sich mit denselben Problemen konfrontiert sehen, zugutekommen.

Der Fortschritt in Bezug auf diesen Aspekt ist nicht optimal, denn es geht hier zunächst darum, die Entwicklungshemmnisse zu erkennen, bevor sie beseitigt werden können.

Question Frage 6

Dans quelle mesure vous attendez-vous à ce que les effets transfrontaliers du projet soient durables, c'est-à-dire à ce que les résultats soient pérennes, même après la fin du projet ?

Inwieweit gehen Sie davon aus, dass die grenzüberschreitenden Auswirkungen des Projekts nachhaltig sind, d. h. dass die Resultate von Dauer sind, auch nach Projektende?

Evaluation proposée à la fin du projet / Bewertung zum Projektende (0 - 10) : 9
Arguments concrets / konkrete Argumente:

Le groupe de travail qui s'est développé depuis le début du projet est maintenu après son achèvement. Les acteurs du développement et de la promotion économique sur le territoire sont conscients de la nécessité de rencontres régulières. La dynamique de la coopération créée et soutenue par l'Eurodistrict et ses partenaires aura donc un effet dépassant le projet « Marketing Territorial » lui-même.

Le projet a prouvé la nécessité d'une promotion économique transfrontalière et montré le succès des présentations communes sur des salons. L'expérience acquise par l'Eurodistrict et de ses partenaires lors de l'organisation de ce genre de manifestation commune sera utile dans l'avenir. En effet, la participation à des salons internationaux est un des volets prévus pour la stratégie de marketing territorial de l'Eurodistrict dans les prochaines années.

De plus, le projet a permis de mettre en place de bonnes bases pour continuer le développement de la coopération entre les partenaires, notamment des outils comme une charte graphique collective, des moyens de communication et d'informations communs.

Die bei Beginn Projekts eingerichtete Arbeitsgruppe wird auch nach dessen Ende fortbestehen. Die Akteure der Wirtschaftsentwicklung und -förderung auf dem Gebiet sind sich der Notwendigkeit regelmäßiger Treffen bewusst. Die Dynamik der vom Eurodistrict und seinen Partnern eingerichteten und geförderten Zusammenarbeit wird folglich eine Wirkung haben, die über das Projekt Standortmarketing selbst hinausgehen wird.

Das Projekt hat die Notwendigkeit einer grenzüberschreitenden Wirtschaftsförderung gezeigt und den Erfolg eines gemeinsamen Auftretens bei Messen bestätigt. Die Erfahrungen, die der Eurodistrict und seine Partner bei der Organisation dieser Art der gemeinsamen Veranstaltungen gesammelt haben, wird auch in Zukunft hilfreich sein. Denn die Teilnahme an internationalen Messen wird in den kommenden Jahren ein Teilbereich des Standortmarketings des Eurodistricts sein.

Zudem konnten durch das Projekt gute Grundlagen für den Ausbau der Zusammenarbeit zwischen den Partnern gelegt werden, wobei v. a. Instrumente wie das gemeinsame Cooperative Design und gemeinsame Kommunikations- und Informationsmedien zu erwähnen sind.

III. Les priorités transversales / Querschnittsschwerpunkte

Question Frage 7

Dans quelle mesure le projet a-t-il contribué à la préservation de l'environnement ? Inwieweit hat das Projekt zum Umweltschutz beigetragen?

Evaluation proposée à la fin du projet / Bewertung zum Projektende (0 - 10) : 0

Arguments concrets / konkrete Argumente:

Pas d'impact direct / Keine direkte Auswirkung

Question Frage 8

Dans quelle mesure le projet a-t-il contribué à la promotion de l'égalité des chances des groupes vulnérables (femmes, personnes à faible scolarisation, personnes handicapées...) ? Inwieweit hat das Projekt zur Förderung der Chancengleichheit von benachteiligten Gruppen beigetragen (Frauen, Personen mit geringem Bildungsniveau, Personen mit Behinderung...)?

Evaluation proposée à la fin du projet / Bewertung zum Projektende (0 - 10) : 0

Arguments concrets / konkrete Argumente:

Pas d'impact direct / Keine direkte Auswirkung

5. ZONE EFFECTIVE DE REALISATION DES ACTIONS TATSÄCHLICHES GEBIET DER DURCHFÜHRUNG DER AKTIONEN

Dans le dossier de demande, vous avez coché un certain nombre de zones de réalisation des actions du projet : veuillez indiquer ci-dessous si des zones supplémentaires ont été concernées, ou si des zones envisagées n'ont finalement pas été touchées par le projet.

(Cela sert au programme pour calculer le pourcentage de FEDER dépensé dans les zones adjacentes).

Im EFRE-Antrag haben Sie eine Reihe vorgesehener Gebiete für die Durchführung der Projektaktionen angekreuzt: Wir möchten Sie bitten, im Folgenden anzugeben, ob zusätzliche oder aber weniger Gebiete von den Projektaktionen betroffen waren.

(Dies ermöglicht es dem Programm, den Prozentsatz der in den angrenzenden Gebieten ausbezahlten EFRE-Mittel zu kalkulieren).

Zones qui étaient prévues dans le dossier de demande, mais dans lesquelles les actions du projet n'ont finalement pas été réalisées / Gebiete, die im EFRE-Antrag vorgesehen waren, in denen aber letztendlich keine Aktionen des Projektes umgesetzt wurden:

- //

Zones non prévues dans le dossier de demande, mais dans lesquelles les actions du projet ont également été mises en œuvre / Gebiete, die im EFRE-Antrag nicht vorgesehen waren, in denen allerdings Projektaktionen umgesetzt worden sind :

- //

6. ACTIONS DE COMMUNICATION ET DE PUBLICITE KOMMUNIKATIONS- UND PUBLIZITÄTSMASSNAHMEN

Veuillez décrire les actions entreprises pour respecter les obligations de publicité communautaire conformément au Règlement (CE) N° 1828/2006 (information sur le fait que le projet est cofinancé par des fonds européens ; cf. point 4.2. de votre dossier de demande). Fournir sur CD-ROM les documents tels que coupures de presse, brochure, photographies, reportages...

Bitte beschreiben Sie die Maßnahmen, die zur Erfüllung der Verpflichtungen im Rahmen der EU-Publizitätsvorschriften gemäß der Verordnung (EG) 1828/2006 unternommen wurden (Information über die Tatsache, dass das Projekt aus europäischen Mitteln finanziert wird; vgl. Punkt 4.2. Ihrer Antragsunterlagen). Die entsprechenden Dokumente sind in Form einer CD-ROM beizufügen, wie etwa Zeitungsausschnitte, Broschüren, Fotos, Reportagen...

- Les communiqués de presse sont transmis avec les logos correspondants
- Informations orales lors de toutes les conférences et manifestations
- Mention formelle dans tous les exposés et présentations officiels
- Consultation de notre site Internet : logos et mentions dans le texte
- Distribution et diffusion de notre brochure sur laquelle sont imprimés les logos
- Information des médias lors d'interviews

- Pressemitteilungen werden mit den entsprechenden Logos übermittelt
- Mündliche Hinweise in allen Konferenzen und Veranstaltungen
- Ausdrückliche Erwähnung bei offiziellen Vorträgen und Präsentationen
- Beim Aufruf unserer Internetseite: Hinweise mit Logos und im Text
- Beim Verteilen und Aushändigen unserer Broschüre mittels der dort aufgedruckten Logos

- Hinweise gegenüber den Medien bei Interviews

7. RECAPITULATIF DES CONTRÔLES EFFECTUÉS PAR LE PROGRAMME SUR LE PROJET ZUSAMMENFASSUNG DER AUF EBENE DES PROJEKTES DURCH DAS PROGRAMM DURCHFÜHRTEN KONTROLLEN

Veillez lister et dater les contrôles intervenus sur votre projet dans le cadre du programme INTERREG IV A Grande Région (ex : contrôle sur place de 1^{er} ou 2nd niveau, contrôle de la Commission européenne etc.)

Bitte listen Sie alle Kontrollen auf, inklusive des entsprechenden Datums, die bezüglich des Projekts im Rahmen des Programms INTERREG IV A Großregion durchgeführt wurden (z.B.: Vor-Ort Kontrollen der 1. oder 2. Ebene, Kontrollen durch die Europäische Kommission usw.)

Date Datum	Type de contrôle Art der Kontrolle	Opérateur concerné Betroffener Projektpartner	Versant* Gebietszugehörigkeit*
25.05.2012	1er niveau / 1. Ebene	CC Warndt	Lorraine
05.07.2012	1er niveau / 1. Ebene	Eurodistrict SaarMoselle	Lorraine
08.08.2012	1er niveau / 1. Ebene	Landeshauptstadt Saarbrücken	Saarland
08.08.2012	1er niveau / 1. Ebene	Regionalverband Saarbrücken	Saarland
09.10.2012	1er niveau / 1. Ebene	Eurodistrict SaarMoselle	Lorraine
16.11.2012	1er niveau / 1. Ebene	Landeshauptstadt Saarbrücken	Saarland
16.11.2012	1er niveau / 1. Ebene	Regionalverband Saarbrücken	Saarland
11.12.2012	1er niveau / 1. Ebene	CC Warndt	Lorraine
05.12.2013	1er niveau / 1. Ebene	CC Warndt	Lorraine
03.01.2014	1er niveau / 1. Ebene	CC Warndt	Lorraine
18.02.2015	1er niveau / 1. Ebene	Eurodistrict SaarMoselle	Lorraine
26.02.2015	1er niveau / 1. Ebene	CC Warndt	Lorraine
27.04.2015	1er niveau / 1. Ebene	Eurodistrict SaarMoselle	Lorraine
20.05.2015	1er niveau / 1. Ebene	Eurodistrict SaarMoselle	Lorraine

* Région Wallonne, Deutschsprachige Gemeinschaft Belgiens, Grand-Duché de Luxembourg, Rheinland-Pfalz, Saarland, Lorraine.

8. PERENNITE DU PROJET Dauerhaftigkeit des Projektes

Une fois le financement par INTERREG IV A Grande Région terminé, quel est l'avenir envisagé de votre projet, notamment en ce qui concerne la pérennité du partenariat et du financement ?

Wie beschreiben Sie die geplante Zukunft des Projektes nach Ende der Finanzierung durch INTERREG IV A Großregion, insbesondere was die Dauerhaftigkeit der Partnerschaft und der Finanzierung angeht?

À la suite de la clôture du projet Interreg, les actions de marketing territorial seront poursuivies par l'Eurodistrict et ses membres.

Les outils créés lors du projet, comme la carte transfrontalière des zones d'activités ou la rubrique sur le site internet de l'Eurodistrict continueront à être actualisées régulièrement

Le Programme d'Action de l'Eurodistrict prévoit la poursuite de la présentation sur des salons, ainsi que l'organisation d'événements en commun afin de promouvoir le territoire. La stratégie à venir se base sur les mesures définies et déclinées dans l'étude sur les potentiels de développement transfrontaliers au sein de la région SaarMoselle. Les premières mesures seront validées au mois de novembre 2015 par l'Assemblée du GECT.

Le groupe de travail dédié au projet « Marketing Territorial », composé d'acteurs du développement économique de la région, aura un rôle à jouer dans le développement des stratégies et activités futures et pourra se baser sur le travail effectué durant le projet et notamment sur l'habitude de travailler efficacement ensemble.

Nach Abschluss des Interreg-Projekts werden die Maßnahmen des Standortmarketings vom Eurodistrict und seinen Partnern fortgesetzt.

Die während des Projekts geschaffenen Tools wie die grenzüberschreitenden Karte der Gewerbegebiete oder die Rubrik auf der Website des Eurodistricts werden weiterhin regelmäßig aktualisiert.

Das Aktionsprogramm des Eurodistricts sieht vor, die Auftritte bei Messen und die Organisation gemeinsamer Veranstaltungen zur Förderung des Gebiets fortzuführen.

Die künftige Strategie wird auf den Maßnahmen basieren, welche in der Studie über die grenzüberschreitenden Entwicklungspotenziale in der Region SaarMoselle festgelegt wurden.

Die ersten Maßnahmen werden im November 2015 von der EVTZ-Versammlung bestätigt.

Die mit dem Projekt Standortmarketing befasste Arbeitsgruppe, die sich aus Akteuren der regionalen Wirtschaftsentwicklung zusammensetzt, wird bei der Ausarbeitung künftiger Strategien und Aktivitäten eine Rolle spielen und kann dabei auf die während des Projekts ausgeführte Arbeit, insbesondere die mittlerweile bewährte effiziente Zusammenarbeit, aufbauen.

9. BILAN DU PROJET BILANZ DES PROJEKTS

Veillez indiquer quel bilan, quelles conclusions vous tirez de la mise en œuvre de votre projet (échanges de bonnes pratiques, difficultés spécifiques au contexte transfrontalier etc.).

Bitte erläutern Sie, welche Schlussfolgerungen Sie aus der Durchführung Ihres Projektes ziehen (Austausch guter Praktiken, besondere Schwierigkeiten aufgrund des grenzübergreifenden Kontexts usw.).

Le développement des produits prévus lors de la demande de concours pour le projet Marketing Territorial et la participation à des actions communes ont non seulement permis aux acteurs du développement économique de SaarMoselle de promouvoir ce territoire transfrontalier mais ont aussi servi à atteindre un autre objectif majeur du projet : Le développement de la coopération et de la connaissance mutuelle des institutions partenaires qui, à terme, pourra aboutir à l'émergence d'un réel centre de compétence régional transfrontalier. Le projet a indubitablement renforcé le partenariat entre les acteurs du développement économique de la région, en dépassant le cadre des simples coopérations bilatérales qui pouvaient exister en amont du projet.

Le projet a également permis d'organiser la présentation économique du territoire de « SaarMoselle ». Le groupe de travail dédié au projet s'est ainsi rencontré à de nombreuses reprises afin d'élaborer le matériel nécessaire à une bonne présentation du territoire transfrontalier. La brochure de promotion économique et les fiches l'accompagnant ont

permis une promotion efficace en France, en Allemagne ou ailleurs à l'étranger, lors des salons, conférences et diverses manifestations auxquels les partenaires de l'Eurodistrict ont participé. Cette brochure a connu un franc succès, avec près de 9 500 exemplaires distribués par les partenaires depuis sa création. Les deux films produits ont été diffusés sur les vols longs courriers d'Air France pendant plusieurs mois et bien entendu également sur les salons déjà évoqués ci-dessus.

Cette présentation économique commune permet par ailleurs de donner une nouvelle image du territoire et de mettre l'accent sur les spécificités, notamment celles découlant de son caractère transfrontalier, comme par exemple le bilinguisme et la biculturalité.

Cette présentation et la carte transfrontalière présentant les zones d'activités ont de plus d'autres avantages : ceux de la transparence et de la lisibilité. Grâce à ces instruments, des personnes externes à la région peuvent en avoir rapidement une vue d'ensemble. La carte permet en particulier d'avoir de manière rapide et facile un aperçu des possibilités d'implantation sur tout le territoire. Cette carte permet donc une meilleure circulation de l'information en interne, entre les acteurs du développement économique, mais également vers l'extérieur et de potentiels investisseurs.

Au cours du projet, les partenaires se sont également présentés collectivement sous la bannière de l'Eurodistrict à l'occasion de différents salons, aussi bien au niveau international (POLLUTEC 2012, MIPIM 2015...) que régional (SaarMesse, Euro-Space-Day...).

Présenter un territoire transfrontalier constitue un avantage de taille pour les organismes de promotion et de prospection. Une telle région est en effet une porte ouverte sur plusieurs marchés européens avec un personnel bilingue déjà présent ainsi que des formations locales qui encouragent ce bilinguisme et permettent de répondre aux attentes des nouvelles entreprises.

Le fait que le territoire de SaarMoselle donne accès à de nombreux pays limitrophes est également un atout, le regroupement de différentes collectivités territoriales au sein d'une même structure aussi. Ceci permet en effet de présenter aux investisseurs un territoire digne d'intérêt à l'échelle internationale avec presque 800 000 habitants, atteignant ainsi un seuil pertinent en termes de débouchés économiques et de bassin d'emplois.

Comme la présence de territoires transfrontaliers, dotés des atouts évoqués ci-dessus, est assez rare sur des salons, internationaux ou non, l'Eurodistrict a très bien pu se démarquer vis-à-vis d'autres agglomération de taille comparable ou d'autres territoires transfrontaliers.

A travers une présentation commune, les partenaires ont pu atteindre une visibilité qu'une collectivité territoriale se présentant seule n'aurait pas pu atteindre. Cette organisation a également rendu possibles des économies d'échelles importantes lors de tenue de stand. Le partage des ressources des différents membres de l'Eurodistrict a également permis une préparation efficace pour ces manifestations, qu'il s'agisse de ressources financières, techniques ou humaines. La présentation du territoire a ainsi pu se faire de manière logique, coordonnée, et donc plus efficace.

Die Entwicklung der im Förderantrag für das Projekt Standortmarketing vorgesehenen Produkte und die Teilnahme an gemeinsamen Maßnahmen haben es den Akteuren der Wirtschaftsförderung in der Region SaarMoselle nicht nur ermöglicht, dieses grenzüberschreitende Gebiet zu fördern, sondern sie haben auch dazu beigetragen, ein weiteres vorrangiges Projektziel zu erreichen: Die Entwicklung der Zusammenarbeit und der Kenntnis der jeweiligen Partnerinstitutionen, die mittelfristig zur Schaffung eines echten grenzüberschreitenden Kompetenzzentrums führen kann. Das Projekt hat zweifelsohne die Partnerschaft zwischen den Akteuren der Wirtschaftsentwicklung in der Region gestärkt, da es über den Rahmen einfacher bilateraler Kooperationen, die bereits zuvor bestanden haben, hinausging.

Es hat überdies dazu geführt, dass die wirtschaftliche Präsentation des Gebiets SaarMoselle organisiert wurde. Die mit dem Projekt befasste Arbeitsgruppe hat sich häufig getroffen, um die für eine gute Präsentation des grenzüberschreitenden Gebiets erforderliche Material zu erstellen. Die Broschüre zur Wirtschaftsförderung und die beigelegten Informationsblätter haben eine effiziente Werbung in Frankreich, Deutschland und im Ausland bei Messen, Konferenzen und anderen Veranstaltungen, an denen die Partner des Eurodistricts teilgenommen haben, ermöglicht. Diese Broschüre war ein voller Erfolg: Seit ihrer Erstellung haben die Partner knapp 9 500 Exemplare verteilt. Die beiden produzierten Filme wurden mehrere Monate lang auf Langstreckenflügen von Air France und natürlich auf den bereits erwähnten Messen gezeigt.

Dieser gemeinsame Wirtschaftsauftritt ermöglicht darüber hinaus, dem Gebiet ein neues Image zu geben und dessen Besonderheiten zu betonen, vor allem jene, die sich aus der Grenzlage ergeben, wie beispielsweise Zweisprachigkeit und das Zuhause sein in zwei Kulturen.

Zudem bieten diese Präsentation und die grenzüberschreitende Karte der Gewerbegebiete weitere Vorteile: Transparenz und Wiedererkennbarkeit. Dank dieser Instrumente können auch Personen von außerhalb der Region sich schnell einen Überblick verschaffen. Mit der Karte kann man schnell und einfach eine erste Vorstellung der Ansiedlungsmöglichkeiten auf dem gesamten Gebiet erhalten. Somit gewährleistet die Karte einen besseren internen, d. h. zwischen den Akteuren der Wirtschaftsförderung, sowie externen Informationsfluss, d. h. in Richtung potenzielle Investoren.

Im Laufe des Projekts sind die Partner des Öfteren gemeinsam unter dem Banner des Eurodistricts bei verschiedenen Messen, sowohl auf internationaler (u. a. POLLUTEC 2012, MIPIM 2015) als auch regionaler Ebene (SaarMesse, Euro-Space-Day etc.) aufgetreten.

Für die Werbe- und Akquisitionsinstitutionen ist die Präsentation eines grenzüberschreitenden Gebiets ein großer Vorteil. Denn eine solche Region ist immer ein Eingangstor zu mehreren europäischen Märkten mit bereits vorhandenem zweisprachigem Personal sowie mit Ausbildungen vor Ort, bei denen die Zweisprachigkeit gefördert wird und durch die es möglich wird, den Erwartungen neuer Unternehmen zu entsprechen.

Weitere Vorteile bestehen darin, dass das Gebiet SaarMoselle Zugang zu zahlreichen Anrainerstaaten verschafft und dass mehrere Gebietskörperschaften zu einer homogenen Struktur zusammengeschlossen sind. Dadurch kann den Investoren ein Gebiet von internationalem Interesse mit knapp 800 000 Einwohnern präsentiert werden, das in Hinblick auf Absatzmärkte und Arbeitsmarkt eine wachstumsrelevante Schwelle erreicht.

Weil der Auftritt grenzüberschreitender Gebiete, welche die genannten Vorteile aufweisen, bei internationalen oder auch regionalen Messen selten ist, konnte sich der Eurodistrict gegenüber anderen Ballungsgebieten vergleichbarer Größe oder anderen Grenzgebieten abheben.

Durch ihre gemeinsame Präsentation konnten die Partner eine Sichtbarkeit erreichen, die eine allein auftretende Gebietskörperschaft nicht hätte erzielen können. Durch diese Organisation konnten darüber hinaus größenbedingte Kosteneinsparungen bei den Messeständen erzielt werden. Die Aufteilung der Ressourcen der einzelnen Eurodistrict-Mitglieder hat es überdies ermöglicht, diese Veranstaltungen effizient vorzubereiten, egal, ob es sich um finanzielle, technische oder personelle Ressourcen handelte. Die Präsentation des Gebiets ließ sich schlüssig, koordiniert und somit auch effizient gestalten.

11. LISTE DES ANNEXES NUMEROTEES NUMMERIERTE LISTE DER ANHÄNGE

Une partie des pièces (articles de presse, documents créés...) ayant déjà été fournis avec les rapports annuels de 2011 à 2014, seuls les éléments complémentaires parus ou réalisés durant le premier semestre 2015 sont joints au présent rapport.

1. Publications dans la Saarbrücker Zeitung, l' « Extra-Magazin » et le Républicain Lorrain
2. COMAC du 27.04.2015 : invitation, compte-rendu et liste de présence
3. MIPIM : communiqué de presse du Regionalverband Saarbrücken
4. Rapport final de l'étude « potentiels de développement transfrontalier dans l'Eurodistrict SaarMoselle »

Da ein Teil der Unterlagen (Presseartikel, erstellte Dokumente etc.) bereits mit den Jahresberichten 2011 bis 2014 bereitgestellt wurde, sind dem vorliegenden Bericht lediglich ergänzende Dokumente, die im ersten Halbjahr 2015 erschienen oder entstanden sind, beigelegt.

1. Veröffentlichungen in der Saarbrücker Zeitung, im „Extra-Magazin“ und im Républicain Lorrain
2. Projektbegleitausschuss vom 27.04.2015: Einladung, Protokoll und Anwesenheitsliste
3. MIPIM: Pressemitteilung des Regionalverbands Saarbrücken
4. Abschlussbericht der Studie „Grenzüberschreitende Entwicklungspotenziale im Eurodistrict SaarMoselle“