



# EXTRAIT DU REGISTRE DES DELIBERATIONS DU CONSEIL MUNICIPAL

---

Conseillers en exercice : 61

Date de Publicité : 30/04/13

Reçu en Préfecture le : 30/04/13  
CERTIFIÉ EXACT,

**Séance du lundi 29 avril 2013**  
**D - 2013 / 226**

***Aujourd'hui 29 avril 2013, à 15h00,***

le Conseil Municipal de la Ville de Bordeaux s'est réuni en l'Hôtel de Ville, dans la salle de ses séances, sous la présidence de

***Monsieur Alain JUPPE - Maire***

**Etaient Présents :**

Monsieur Alain JUPPE, Monsieur Hugues MARTIN, Madame Anne BREZILLON, Mme Anne-Marie CAZALET, Monsieur Jean-Louis DAVID, Madame Brigitte COLLET, Monsieur Stephan DELAUX, Madame Nathalie DELATTRE, Monsieur Dominique DUCASSOU, Madame Sonia DUBOURG-LAVROFF, Monsieur Michel DUCHENE, Madame Véronique FAYET, Madame Muriel PARCELIER, Monsieur Alain MOGA, Madame Arielle PIAZZA, Monsieur Josy REIFFERS, Madame Elizabeth TOUTON, Monsieur Fabien ROBERT, Madame Anne WALRYCK, Madame Laurence DESSERTINE, Monsieur Jean-Charles BRON, Monsieur Jean-Charles PALAU, Madame Alexandra SIARRI, Monsieur Jean-Marc GAUZERE, Monsieur Charles CAZENAVE, Madame Chantal BOURRAGUE, Monsieur Joël SOLARI, Monsieur Alain DUPOUY, Madame Ana marie TORRES, Monsieur Jean-Pierre GUYOMARC'H, Monsieur Jean-Michel GAUTE, Madame Marie-Françoise LIRE, Monsieur Jean-François BERTHOU, Madame Sylvie CAZES, Madame Nicole SAINT ORICE, Monsieur Nicolas BRUGERE, Madame Constance MOLLAT, Monsieur Maxime SIBE, Monsieur Guy ACCOCEBERRY, Madame Emmanuelle CUNY, Madame Chafika SAIOD, Monsieur Ludovic BOUSQUET, Monsieur Yohan DAVID, Madame Sarah BROMBERG, Madame Wanda LAURENT, Mme Laetitia JARTY ROY, Monsieur Jacques RESPAUD, Monsieur Jean-Michel PEREZ, Madame Martine DIEZ, Madame Emmanuelle AJON, Monsieur Matthieu ROUVEYRE, Monsieur Pierre HURMIC, Madame Marie-Claude NOEL, Monsieur Vincent MAURIN, Madame Natalie VICTOR-RETALI,

**Excusés :**

Monsieur Didier CAZABONNE, Monsieur Pierre LOTHAIRE, Madame Mariette LABORDE, Madame Paola PLANTIER, Madame Béatrice DESAIGUES, Monsieur Patrick PAPADATO

## **Convention annuelle 2013 entre la Ville de Bordeaux et l'Association BGI - Bordeaux Gironde Investissement. Autorisation. Signature.**

Monsieur Josy REIFFERS, Adjoint au Maire, présente le rapport suivant :

Mesdames, Messieurs,

Bordeaux Gironde Investissement, Agence de Développement Economique de Bordeaux et de la Gironde, porte, pour le compte des collectivités territoriales, les actions de promotion du territoire, de prospection et d'accompagnement des projets d'investissements.

### **Plan d'actions 2013 :**

BGI intervient sur deux domaines principaux : la promotion du territoire, la détection / prospection et l'accompagnement des projets.

La mission de promotion économique du territoire de BGI a pour objectif de fournir des éléments de discours économiques, des outils de communication disponibles pour les partenaires, et la réalisation d'argumentaires ad'hoc pour les actions de prospection. Un système de veille économique est également mis en place.

Dans le domaine de la détection et prospection des projets, BGI met en place une équipe dédiée et organisée par filière dans le domaine de l'industrie et du tertiaire :

- Aéronautique – Espace – Défense
- Tertiaire supérieur dont banque, assurances et informatique
- Chimie verte
- Construction durable
- Energies marines renouvelables
- Eolien
- Informatique dont informatique de santé
- Numérique (économie du WEB - Jeux vidéo - Imagerie)
- Photonique
- Santé - Dispositifs médicaux
- Santé – Pharmacie – Biotechnologies
- Nautisme – Refit yacht
- Secteur Viti-Vinicole

Enfin, sur l'accompagnement des projets, BGI a pour mission :

- d'identifier des sites d'implantations en relation avec la profession immobilière et les collectivités territoriales
- d'apporter des réponses concrètes en matière de ressources humaines et de mobilité géographique
- de mettre à disposition une fonction ressources sur les questions liées aux dispositifs d'accompagnement financiers : subventions, fiscalité et exonérations fiscales, financement de la formation, ...

#### **Résultats 2012 :**

En 2012, BGI a traité 183 nouveaux dossiers de prospection ayant donné lieu à 33 décisions d'implantation, dont 9 concernent des entreprises à capitaux d'origine étrangère.

En matière d'emplois, les décisions d'implantations correspondent un prévisionnel de création de 878 emplois à 3 ans.

Vous trouverez en annexe le détail du plan d'actions, le budget prévisionnel et un projet de convention annuelle 2013 qui a pour objet de préciser les obligations de chaque partie et plus particulièrement les modalités de participation de la Ville de Bordeaux au financement du budget 2013 de l'association BGI.

Cette convention s'inscrit dans le droit fil des décisions prises en Conseil d'Administration de BGI en date du 29 mars 2013.

La participation demandée pour 2013 à la Ville de Bordeaux est de 290 000 euros pour le plan d'actions 2013, se répartissant comme suit : 76 225 euros en cotisation et 213 775 euros en subvention.

Je vous demande donc, Mesdames et Messieurs, de bien vouloir autoriser Monsieur le Maire à :

- signer la convention annuelle 2013,
- verser la participation prévue au budget primitif 2013, soit 290 000 euros à l'association BGI répartie ainsi :
  - la cotisation, soit 76 225 euros par imputation sur la fonction 9 sous fonction 90 nature 6281,
  - la subvention soit 213 775 euros pour le plan d'actions 2013 par imputation sur la fonction 9 sous fonction 90 nature 6574.

## **ADOpte A L'UNANIMITE**

Fait et Délibéré à Bordeaux, en l'Hôtel de Ville, le 29 avril 2013

P/EXPEDITION CONFORME,

**Monsieur Josy REIFFERS**

## Plan d'action et budget prévisionnel 2013

### 1. Principes stratégiques pour la période 2013 - 2015

- A. Promotion - Veille Economique - Marketing territorial
- B. Prospection - Détection de projets d'investissement
- C. Accompagnement - Accueil des projets

### 2. Budget prévisionnel 2013

- A. Recettes prévisionnelles
- B. Présentation analytique des dépenses

### 3. Plan d'action Marketing / Communication 2013

### 4. Fiches sectorielles

#### FILIERES STRATEGIQUES

- 1. Aéronautique – Espace – Défense
- 2. Tertiaire supérieur dont Banque assurance et informatique
- 3. Chimie verte
- 4. Construction durable
- 5. Energies marines renouvelables
- 6. Eolien
- 7. Informatique, dont informatique de santé

- 8. Numérique (économie du WEB - Jeux vidéo Imagerie)
- 9. Photonique
- 10. Santé - Dispositifs médicaux
- 11. Santé – Pharmacie – Biotechnologies

#### FILIERES EMERGENTES OU SECONDAIRES

- 12. Nautisme – Refit yacht
- 13. Secteur Viti-Vinicole

## 1. Principes stratégiques pour la période 2013 - 2015

### Les mots clés de notre action « PROMOUVOIR - PROSPECTER – ACCOMPAGNER »

#### >> Une organisation verticale par métier et transversale par projet



#### >> Une organisation reposant sur la valorisation d'expertises

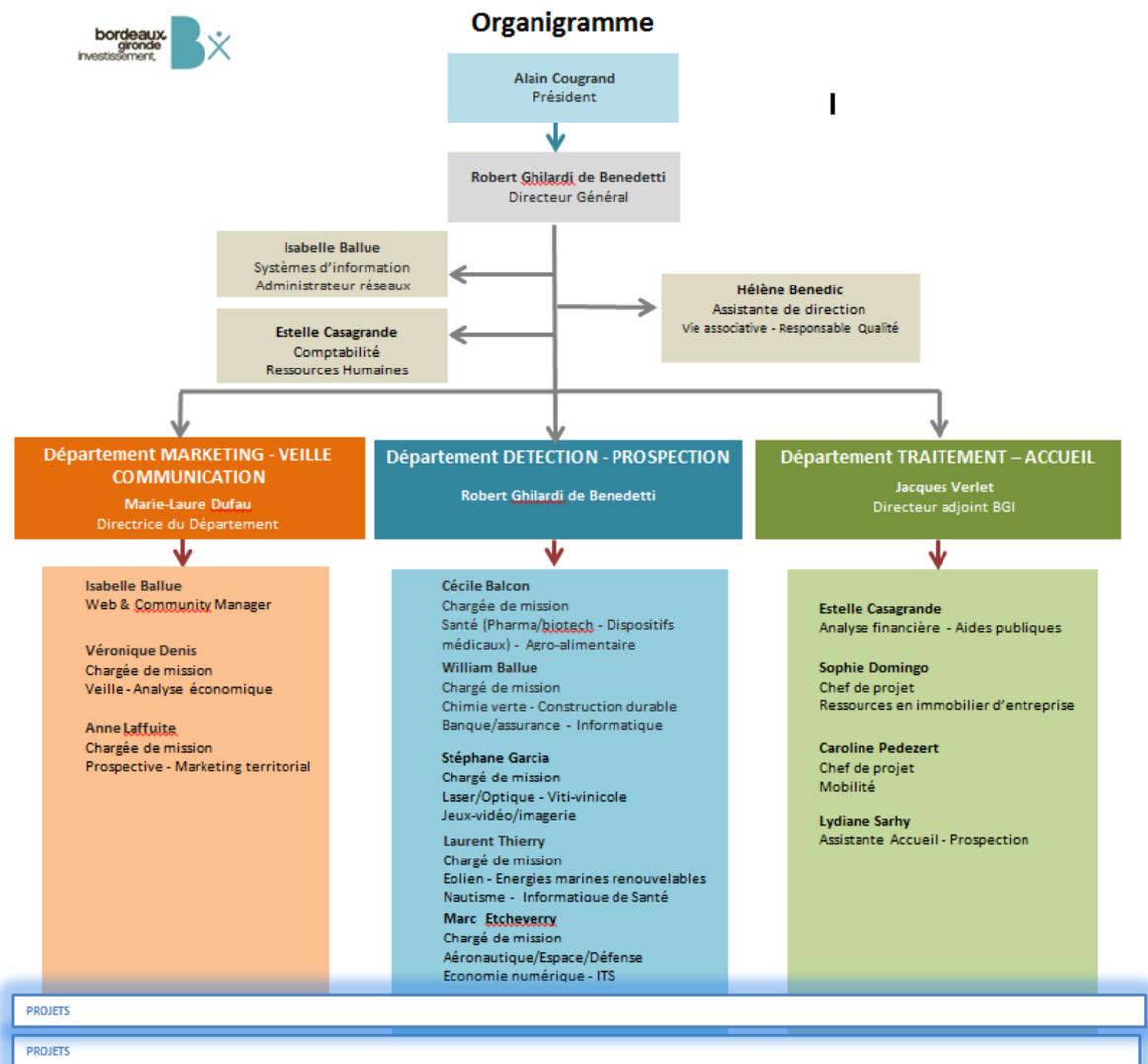
1. Une approche Marketing /Promotion visant à appréhender l'intégralité de l'offre territoriale à l'aune des attentes des prospects et prescripteurs économiques et à mettre à disposition des partenaires, les éléments d'une colonne vertébrale d'arguments économiques (actualisés, mis en forme et accessibles).
2. Une approche par filière (filieres stratégiques et filieres émergentes ou secondaires) : renforcement de l'expertise sectorielle sur les cibles retenues en s'appuyant sur des groupes projets constitués avec les partenaires concernés et regroupant les personnes en capacité à identifier les entreprises cibles.
3. Le renforcement des expertises clés pour l'accompagnement des projets :
  - Foncier et immobilier
  - Dispositifs d'accompagnements financiers
  - Prise en compte de la dimension « Ressources humaines » : formation - mobilité

#### >> Un redéploiement partiel des effectifs en optimisant les fonctions supports au profit des processus créateurs de valeur.

#### >> Une volonté de valoriser les informations collectées auprès de nos différents partenaires → création d'une fonction transversale d'alerte (intelligence économique).

Une organisation pour atteindre les objectifs suivants :

Objectifs proposés	
<b>FILIERES STRATEGIQUES</b> 25 à 30 décisions – 750 emplois	<b>AUTRES FILIERES</b> 10 à 12 décisions – 350 emplois
dont 2 à 3 centres de Recherche / Développement	
dont 1 signature internationale	
6 000 à 8 000 m <sup>2</sup> occupés par des activités tertiaires nouvellement implantées	



## A. Promotion – Veille Economique – Marketing territorial

### 1. Rappel des outils de promotion existants

- Un site internet bilingue anglais/français dans sa globalité
- Des argumentaires sectoriels sur la plupart des filières (PowerPoint) - (F + GB)
- Des argumentaires pays (PowerPoint)
- Une base de données entreprises (400) et une revue de presse liée
- Une revue de presse économique hebdomadaire (un outil de veille)
- Une série de documents disponibles sous forme papier et numérique
  - Profil économique de l'année (26 pages) – bilingue
  - Nouveaux regards (plaquette prestige sur le cadre et la qualité de vie)
  - Cartes en mains (les données économiques clés du territoire) - (F + GB)
  - ABCDAIRE des grands projets de Bordeaux et de la Gironde - (F + GB)
  - Répertoire des initiatives scientifiques et technologiques - (F + GB)

Ces outils constitueront l'ossature des éléments de communication que Bordeaux Gironde Investissement se propose de fournir à ses partenaires.

### 2. Promotion : principaux objectifs

- « Colonne vertébrale » : Fournir des éléments de discours économiques et de preuves communs aux acteurs économiques et partenaires locaux. Des outils de communication innovants, percutants, clairs que chaque partenaire puisse utiliser.
- « Communication par la preuve » : Positionner le territoire dans les filières stratégiques, mettant en avant les sites dédiés et les arguments remarquables du territoire.
- Réaliser des supports nécessaires aux actions de prospection sur les filières stratégiques et prioritaires.

### 3. Mise en œuvre d'une fonction alerte

Même s'il s'agit d'une fonction transversale au sein de Bordeaux Gironde Investissement, ce département est en situation d'identification d'informations « stratégiques » diffusables à deux types de publics :

- En interne, comme élément important au bénéfice d'une stratégie de prospection ;
- Auprès de nos partenaires institutionnels : transmission d'études sectorielles, analyse de classements territoriaux, éléments sur l'attractivité du territoire, benchmark des territoires et des agences de développement, anticipations des stratégies sectorielles et des stratégies d'entreprises, ...

## B. Prospection – Détection de projets d’investissement

### 1. Identification des cibles de prospection ....

S'appuyant sur la « note blanche » réalisée par nos partenaires, une information complétée par des rencontres avec chacun d’entre eux, Bordeaux Gironde Investissement propose de concentrer ses actions de détection et de prospection des projets sur les domaines (filières ou technologies) suivants :

PROSPECTION - DETECTION						
Robert GHILARDI de BENEDETTI – Pilotage global						
		Stéphane GARCIA	William BALLUE	Laurent THIERRY	Marc ETCHEVERRY	Cécile BALCON
INDUSTRIE	Filières industrielles et technologiques stratégiques	Laser - Optique Photonique Photovoltaïque	Chimie verte Construction durable	Eolien Energies marines renouvelables	Aéronautique Espace Défense	Industrie pharmaceutique Bio technologies Matériels et dispositifs médicaux
				Matériaux composites		
	Filières émergentes ou secondaires	Viti-vinicole		Nautisme (refit Yachts)		Industrie agro alimentaire
TERTIAIRE	Activités tertiaires liées (QG - Fonctions back office – Directions (inter) régionales - Fonctions support et R&D)					
	Filières tertiaires stratégiques		Bancassurance Informatique (SSI – Editeurs de logiciels) Tertiaire supérieur	Informatique de Santé	Economie numérique (Economie du web et de l'internet)	
	Filières émergentes ou secondaires	Jeux vidéo			ITS Systèmes de transports intelligents	
Lydiane SARHY - Assistance du département PROSPECTION - Suivi AFII - Référent ADI						

... en correspondance avec les atouts et les potentiels du territoire Bordeaux Gironde

### 2. Une méthodologie d’approche....

Pour chacune des filières, secteurs ou technologies retenus, l’approche méthodologique qui sous-tend le processus de prospection, est identique (cf. §4 – Fiches sectorielles) :

- Description du contexte sectoriel
- Segmentation du marché
- Segment cibles proposés
- Arguments différenciants (éléments remarquables et avantages comparatifs)
- Groupe projet et partenaires associés
- Objectifs poursuivis par Bordeaux Gironde Investissement sur le volet « attractivité »
- Plan d’action 2013 : ce plan d’action sera précisé et amendé dans le cadre de réunions régulières au sein de chaque « groupe projet » que chaque membre « alimentera » en retour d’informations.

Pour chaque cible retenue, un dessin iconographique permet de qualifier sur une échelle de 1 (faible) à 3 (fort) la taille du marché et son potentiel en termes de projet sur le territoire :

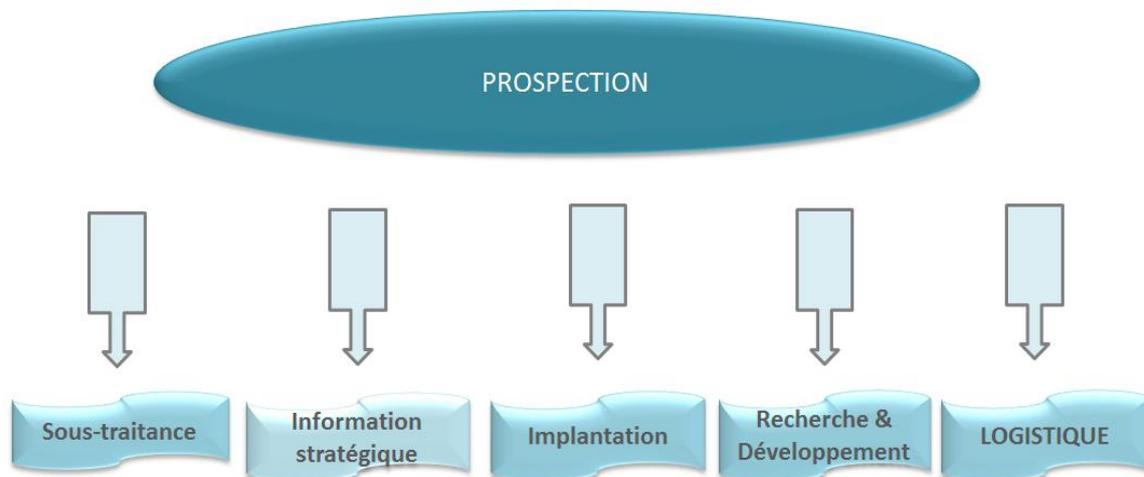


L'activité de ce département repose sur une identification des cibles en s'appuyant notamment sur les connaissances et réseaux des membres des groupes projets et sur une approche des cibles, une prise de contact et une définition des activités de suivi faisant l'objet d'un reporting suivi et régulier.

**... au service d'un plan d'action évolutif**

### 3. Une action de prospection qui procure des résultats multiples ....

Par ailleurs, ainsi que le présente le schéma, ci-dessous, cette action est aussi en mesure d'apporter des retombées significatives pour le territoire et participera en cela à la fonction « Alerte » que nous souhaitons développer au sein de l'agence.



**... et qui s'inscrit dans une démarche d'intelligence économique.**

## C. Accompagnement – Accueil des projets : trois fonctions principales

### 1. Une fonction « ressources » ....

Implication dans le traitement des dossiers identifiés par l'équipe prospection en mettant en œuvre des expertises dans les domaines suivants :

- Besoins fonciers et immobiliers : identification de sites d'implantations en relation avec la profession immobilière et les collectivités territoriales sur cette question.
- Attentes des investisseurs en matière de ressources humaines (compétences disponibles, rémunérations, outils de formation...) et de mobilité géographique (participation à l'accompagnement de la mobilité collective, information sur les dispositifs d'accueil existants).
- Mise à disposition d'une fonction ressources sur les questions liées aux dispositifs d'accompagnement financiers : subventions, fiscalité et exonérations fiscales, financement de la formation, ...

**.... au bénéfice des projets issus des filières retenues.**

### 2. Une fonction « traitement » ....

Prendre en charge les différents projets qui – ne relevant pas des filières prioritaires ou émergentes identifiées – seraient susceptibles de s'implanter sur le territoire Bordeaux Gironde (traitement des sollicitations spontanées ou portées à la connaissance de B.G.I. par les réseaux et les partenaires).

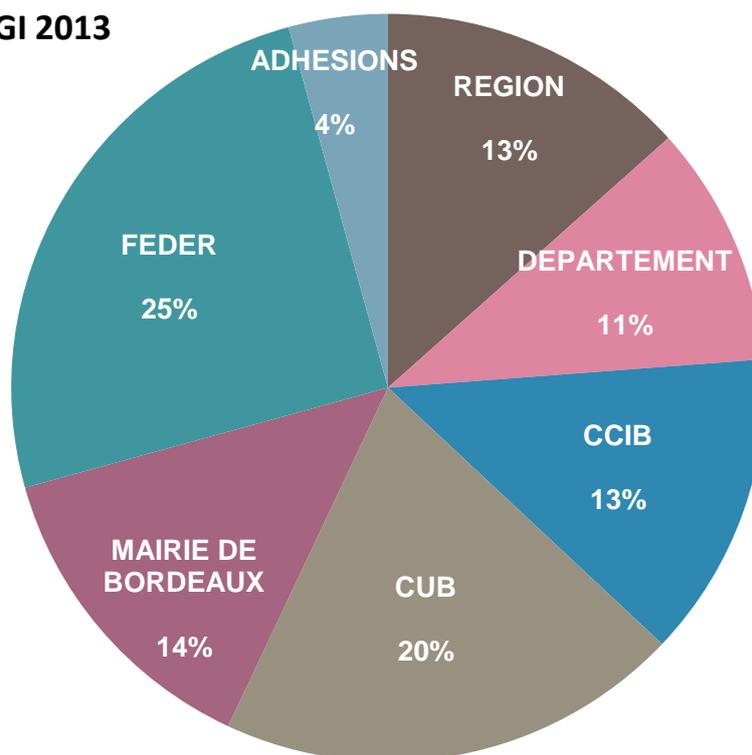
### 3. .... et qui participe par sa connaissance fine du territoire et de ses acteurs, à l'analyse permanente des forces, faiblesses, menaces et opportunités affectant le territoire et fait donc intégralement partie du développement souhaité de cette fonction « alerte ».

## 2. Budget prévisionnel 2013

### A. Recettes prévisionnelles

FINANCEURS	BUDGET 2013	SUBVENTION	COTISATION
REGION	282 675	206 450	76 225
DEPARTEMENT	213 225	137 000	76 225
CCIB	280 000	203 775	76 225
CUB	422 000	345 775	76 225
MAIRIE DE BORDEAUX	290 000	213 775	76 225
F E D E R	530 000	530 000	
ADHESIONS	90 000		90 000
<b>TOTAL</b>	<b>2 107 900</b>	<b>1 636 775</b>	<b>471 125</b>

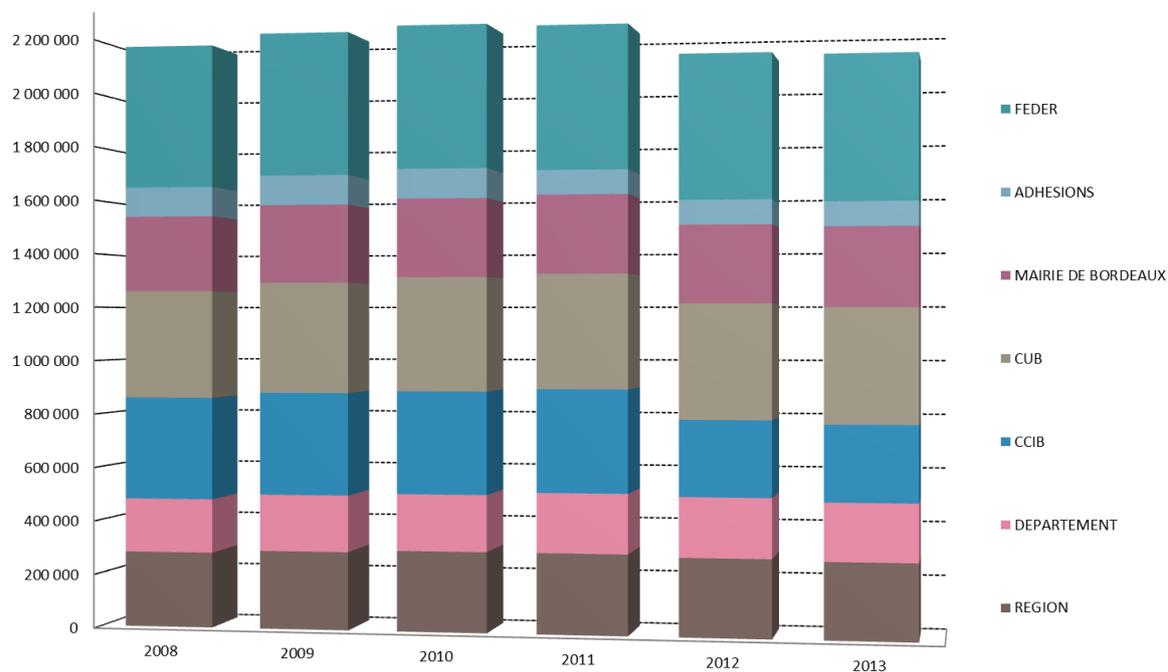
### RECETTES BGI 2013



## RECETTES – Evolution 2008-2013

BUDGET BGI	2008	2009	2010	2011	2012	2013
REGION	280 000	290 000	298 000	298 000	289 060	282 675
DEPARTEMENT	200 000	210 000	210 000	220 500	220 500	213 225
CCIB	380 000	380 000	380 000	380 000	280 000	280 000
CUB	400 000	410 000	422 000	422 000	422 000	422 000
MAIRIE DE BORDEAUX	280 000	290 000	290 000	290 000	285 350	290 000
ADHESIONS	110 000	110 000	110 000	90 000	90 000	90 000
FEDER	530 000	530 000	530 000	530 000	530 000	530 000
Total hors FEDER	1 650 000	1 690 000	1 710 000	1 700 500	1 586 910	1 577 900
<b>BUDGET GLOBAL</b>	<b>2 180 000</b>	<b>2 220 000</b>	<b>2 240 000</b>	<b>2 230 500</b>	<b>2 116 910</b>	<b>2 107 900</b>

RECETTES BGI 2008-2013



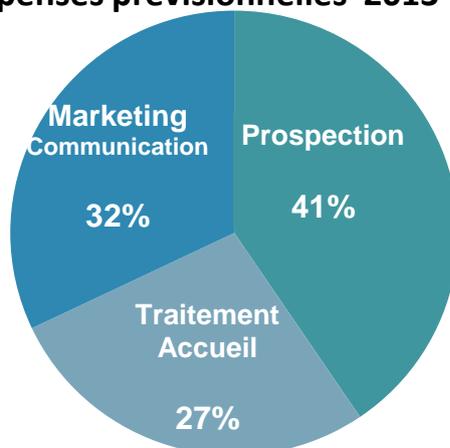
## B – Présentation analytique des dépenses

DEPENSES PREVISIONNELLES 2013		Prospection	Traitement Accueil	Marketing Communication
<b>1 - TFSE (Travaux, fournitures, services extérieurs)</b>	<b>135 212</b>	<b>2 106</b>	<b>413</b>	<b>132 692</b>
1-1 : Consultants	91 696	2 106	413	89 176
1-1-1 : Consultants "prospection"	1 496	1 496		
1-1-2 : Consultants "marketing / communication"	88 700			88 700
1-1-3 : Consultants "qualité"	1 500	609	413	476
1-2 : Manifestations / Evénementiels	22 452			22 452
1-3 : Impression, réalisation documents promotionnels	17 200			17 200
1-4 : Site Internet	3 864			3 864
<b>2 - FRAIS GENERAUX DE FONCTIONNEMENT</b>	<b>212 174</b>	<b>86 350</b>	<b>58 485</b>	<b>67 340</b>
2-1 : Loyer et charges	133 000	54 128	36 661	42 211
2-2 : Honoraires de fonctionnement (comptabilité, finances, informatique)	39 729	16 169	10 951	12 609
2-3 : Autres charges de fonctionnement (fournitures diverses)	39 445	16 053	10 873	12 520
<b>3 - FRAIS DE SALAIRES</b>	<b>1 585 112</b>	<b>680 257</b>	<b>470 425</b>	<b>434 430</b>
3-1 : Salaires bruts	994 692	426 876	295 202	272 614
3-2 : Charges sociales patronales	565 120	242 523	167 715	154 882
3-3 : Autres charges salariales	25 300	10 858	7 508	6 934
<b>4 - FRAIS DE MISSIONS ET DE RECEPTION</b>	<b>112 635</b>	<b>72 553</b>	<b>22 846</b>	<b>17 236</b>
4-1 : Accueil /animation des réseaux	8 000		8 000	
4-2 : Missions	70 685	52 053	7 759	10 871
4-3 : Vie Associative	7 000	2 849	1 930	2 222
4-4 : Déplacements locaux	26 950	17 649	5 157	4 143
5 - TRADUCTIONS, INTERPRETARIAT	7 970		2 500	5 470
6 - POSTE ET TELECOMMUNICATIONS	19 367	8 291	5 728	5 347
7 - COTISATIONS DIVERSES	430	175	119	136
8 - DOCUMENTATION, BASES DE DONNEES	15 000		15 000	
9 - INVESTISSEMENTS	20 000	8 139	5 513	6 348
<b>TOTAL</b>	<b>2 107 900</b>	<b>857 870</b>	<b>581 030</b>	<b>669 000</b>

A la demande du CSO :

- la ventilation du poste 1-1-2 «Marketing - Communication» se ventile de la façon suivante : création vidéo (40 000 €), création graphique (30 000 €), création cartographique (10 000 €).
- le poste 1-2 « Manifestations - Evènementiels » constitue une réserve de 25 000 € qui seront attribués à des actions évènementielles ou médias.

### Répartition des dépenses prévisionnelles 2013



### 3. Plan d'action Marketing / Communication 2013

#### >> Objectifs

- « **Colonne vertébrale** » : Fournir - dans le cadre d'une « plateforme ressources » - des éléments de discours économiques et de preuves communs aux acteurs économiques et partenaires locaux, des outils de communication modernes, efficaces et clairs que chaque partenaire puisse utiliser.
- « **Communication par la preuve** » : Positionner le territoire dans les filières stratégiques, mettant en avant les sites dédiés et les arguments remarquables du territoire.
- Réaliser les **supports nécessaires aux actions de prospection** sur les filières stratégiques et prioritaires.

#### A - Fournir des éléments de discours économiques et de preuves communs aux acteurs économiques et partenaires locaux par la mise en place d'une « plateforme ressources »

**Objectif** : avoir un discours partagé pour la promotion économique du territoire.

**Principe** : fournir un « kit » de documents, argumentaires, informations, chiffres clés aux partenaires de BGI. Un comité de pilotage constitué des directions économiques des partenaires auxquels, au fur et à mesure des besoins, pourraient s'ajouter des représentants de l'Université..., sera mis en place dans le courant de la première quinzaine de janvier 2013. Le comité de pilotage aura pour mission de définir les priorités thématiques et les types d'éléments constitutifs de la plateforme.

Les outils et éléments seront hébergés sur la plateforme gérée par BGI. On y retrouvera l'ensemble des informations non « travaillées » (informations objectives mises en forme) mais également des supports de promotion finalisés (intégration d'un discours promotionnel).

Chaque **institution partenaire** pourra ainsi construire, sur mesure, ses propres outils de communication sur la base d'une matière commune ou utiliser les supports promotionnels déjà réalisés (**présentation générale de l'économie, présentations sectorielles, ...**).

Dans le cadre des éléments d'une promotion économique globale :

- Constitution d'une médiathèque (interview de personnes clés de l'économie du territoire).
- Réalisation d'un film de 3<sup>mn</sup> et de sa version synthétique 1<sup>mn</sup> à 1.30 (développement multilingue).
- Réalisation d'une présentation sur l'économie du territoire.
- Mise en place d'une fonction « Alerte » sur des thématiques prioritaires au profit des partenaires de B.G.I. Le comité de pilotage de la plateforme définira les éléments et les thématiques de cette fonction de veille qui comportera un volet prospective. En fonction de l'orientation donnée, un groupe « vigie » incluant les partenaires tels que A'URBA, CRCI, ADI, .... sera constitué autour de BGI qui en assurera l'animation.

## Calendrier

Au cours du 1<sup>er</sup> semestre, la plateforme sera mise en fonction avec accès possible par Smartphone, et PC.

- Janvier/février : mise en place de la plateforme, réunions du groupe de pilotage et intégration des premiers éléments.
- Mars /avril : premiers éléments de la médiathèque intégrés et lancement de la fonction vigie.
- Mai/juin : les éléments promotionnels (film + présentation de l'économie en versions F et GB) seront mis à disposition sur la plateforme.

## B - Positionner le territoire dans les filières stratégiques, mettant en valeur les sites dédiés et les arguments remarquables

Sur les secteurs clés tels **qu'ASD, Croissance verte – Energies renouvelables, Sciences de la Vie, Photonique, activités tertiaires, économie numérique**,... constitution d'un groupe spécifique par filière afin de définir un positionnement cohérent pour le territoire et constituer les éléments communs de langage pour tous les acteurs concernés.

Un plan d'action « Communication par filière » sera réalisé en concertation avec chaque groupe.

- Réalisation d'une ligne graphique « **commune** » sur les filières stratégiques.
- Site Web BGI : renforcer les rubriques des filières prioritaires, voire créer des « dossiers » spécifiques – Travail sur le référencement **en langue anglaise**.
- Tenir compte de l'évolution des supports de communication : Avoir une stratégie digitale/réseaux en créant des communautés LinkedIn et des comptes Twitter pour certaines en lien avec le site web et une page globale « Invest in Bordeaux » (**nom à trouver**) Facebook, LinkedIn et un compte Twitter. Les actions engagées au titre de la **Bordeaux ConneXion** seront intégrées dans ces différentes communautés.
- Réalisation de présentations type PowerPoint (**éventuellement sur des progiciels plus récents tels que PRESI ou SLIDE EFFECT**) dans un premier temps, sur les secteurs prioritaires (intégrées à la plateforme) et, dans un second temps, sur les filières émergentes et secondaires.

## Calendrier

- Toutes les filières ne pourront être, pour des raisons liées aux effectifs disponibles, traitées au même moment. Il sera donc nécessaire de définir avec les partenaires (ou le groupe de pilotage de la plateforme) les priorités.
- Au cours du 1<sup>er</sup> semestre, en fonction de l'état d'avancement des groupes de pilotages « Communication » des filières, les premiers éléments de langage pourront être rédigés et les présentations réalisées au fur et à mesure.

## C - Réaliser des supports aux actions de prospection sur les filières stratégiques et prioritaires.

- Réalisation d'une chemise plastifiée avec une carte « agglomération et département » mettant en valeur les infrastructures nécessaires à toute prise de décision d'implantation (*réactualisation d'un document existant*) – Juillet 2013.
- Mise à jour du dépliant « BGI » : présentation de la structure et des services offerts – 2<sup>ème</sup> semestre 2013.
- Réédition de l'abécédaire des grands projets (avec un volet plus économique et en réservant une part moins importante à la partie « immobilier ») - Janvier 2013. Pour les éditions ultérieures, un volet plus économique sera renforcé et une part moins importante sera affectée à la partie sur l'immobilier.
- Mise en forme « promotionnelle » du document « Bordeaux Gironde – Profil économique 2013 » - 2<sup>ème</sup> semestre 2013.
- Réalisation d'un masque pour invitation et/ou e-mailing.

## 4. Fiches sectorielles

### >> FILIERES STRATEGIQUES

1. Aéronautique – Espace – Défense
2. Tertiaire supérieure dont Banque assurances et informatique
3. Chimie verte
4. Construction durable
5. Energies marines renouvelables
6. Eolien
7. Informatique dont informatique de santé
8. Numérique (économie du WEB - Jeux vidéo - Imagerie)
9. Photonique
10. Santé - Dispositifs médicaux
11. Santé – Pharmacie – Biotechnologies

### >> FILIERES EMERGENTES OU SECONDAIRES

12. Nautisme – Refit yacht
13. Secteur Viti-Vinicole

# AERONAUTIQUE SPATIAL DEFENSE (ASD)

Taille du marché :

\*\*\* (note sur 3)

Potentiel projets :

\*\*\* (note sur 3)

## CONTEXTE

CA mondial du secteur (2011) : 418 milliards d'euros / CA France : 48,3 milliards d'euros. - 32 millions de salariés à travers le monde / 135 000 salariés en France.

Dans son dernier GLOBAL MARKET FORECAST (GMF), Airbus continue à anticiper une forte demande pour les avions de transports de passagers, soit quelque 26 900 avions civils (de plus de 100 sièges) et plus de 900 avions cargo neufs d'ici 2030.

**1<sup>er</sup> secteur exportateur français** (77% du chiffre d'affaires avec 70% des effectifs localisés en France), 1<sup>er</sup> aussi en terme d'excédent commercial avec près de 18 Md€. Investisseur massif sur le territoire français en production et R&D (17% du chiffre d'affaires).

**Le carnet de commandes des industriels français est équivalent à quatre années de production.**

Augmentation rapide de l'équipement aéronautique dans les pays émergents. La demande pour les 20 prochaines années est élevée mais les deux avionneurs historiques vont devoir faire face à une nouvelle concurrence, notamment celle des constructeurs en provenance des pays des BRICS (Embraer, Irkut, COMAC) et du Canada (Bombardier) sur le segment des monocouloirs (type A-320) qui représente 70% de la demande prévisionnelle.

## ELEMENTS STRATEGIQUES

- Filière d'activité stratégique pour l'Aquitaine et l'agglomération bordelaise.
- Dynamique d'un pôle de compétitivité de dimension mondiale
- Des sous-secteurs d'excellence (MCO-MRO civil et militaire, drones, matériaux composites, applications satellitaires, systèmes embarqués, aménagement cabine, services à l'aviation civile ...).
- Multiplicité d'acteurs impliqués dans l'animation de la filière avec un rôle pilote de la région et de ADI.

## OBJECTIFS SUIVIS PAR BGI SUR LE VOLET ATTRACTIVITE

**Enjeu :** donner une direction commune à l'action de prospection ASD menée par les différentes entités du territoire.

Le périmètre d'action pour BGI est celui du département de la Gironde avec des sites dédiés et spécialisés : Aéroparc, Aérocampus, AIA.

**Un modèle à suivre :** capitaliser sur l'expérience des groupes de travail montés dans d'autres filières (éolien, nautisme, chimie du végétal).

## GROUPE PROJET & PARTENAIRES ASSOCIES

**A constituer avec :**

1. Conseil Régional d'Aquitaine	5. Bordeaux Technowest / Bordeaux Aéroparc
2. Aquitaine Développement Innovation (ADI)	6. AEROCAMPUS Aquitaine
3. AEROSPACE VALLEY	7. Bordeaux Gironde investissement (BGI)
4. Communauté Urbaine de Bordeaux (CUB)	

Dans une logique de promotion et de « prospection », BGI sera un partenaire actif du travail effectué par ce groupe. En bout de chaîne, BGI sera l'outil permettant, pour le groupe projet, de rentrer en contact avec les cibles qui auront été identifiées.

**Méthode de travail proposée par BGI :**

- Identifier les sous-filières dynamiques et porteuses dans lesquelles notre territoire peut légitimement se positionner (groupe de travail ASD).
- Déterminer l'offre remarquable proposée par la région bordelaise, volet prospection et communication (groupe de travail ASD).
- Pousser une offre sur-mesure d'implantation à des entreprises finement ciblées (BGI).
- Mise en contact au niveau pertinent.

**SEGMENTS CIBLES**

• Maintenance Aéronautique (MRO-MCO)	• Drones et technologies liées
• Applications satellitaires	• Matériaux composites
• Systèmes embarqués	• Aménagement cabines
• Services liés à l'aviation civile	

**ARGUMENTS DIFFERENCIANTS**

**Présence de grands donneurs d'ordres :** EADS ASTRIUM, HERAKLES, DASSAULT AVIATION, THALES, SABENA TECHNICS, MESSIER DOWTY, CEA, AIA ,.....

**AEROSPACE VALLEY** - Pôle de compétitivité mondial porté par deux régions (Aquitaine et Midi-Pyrénées)

**Bordeaux : capitale nationale de l'industrie aéronautique de défense**

**Montée en puissance de l'Aéroparc et de l'Aérocampus Aquitaine**

FILIERE ASD	Plan d'action 2013			
	JANVIER FEVRIER MARS	AVRIL MAI JUIN	JUILLET AOUT SEPTEMBRE	OCTOBRE NOVEMBRE DECEMBRE
Groupe projet (réunion mensuelle ou trimestrielle)	<b>15 janvier</b> : validation des secteurs, des sous-secteurs et des entreprises cibles <b>1<sup>er</sup> mars</b> : Validation de définition de l'offre « remarquable territoriale	<b>Mai</b> : retour et échange d'informations <b>30 juin</b> : point d'étape 1 <sup>er</sup> semestre	<b>Septembre</b> : Point d'étape du second semestre et préparation du plan d'action 2014	<b>Novembre</b> : point sur les actions 2013 <b>Novembre</b> : validation du plan d'action 2014
Présence sur salons, conventions d'affaires et/ou missions de prospection		<b>AEROMART MONTREAL</b> – 22 au 26 avril 2013 (5 jours de mission) <b>EBACE Genève</b> – 21 au 23 mai 2013 (2 jours de mission) <b>SIAE Le Bourget</b> – semaine du 17 juin 2013 (2 jours de mission)	<b>AIRCRAFT INTERIORS EXPO AMERICAS</b> - 25 au 27 septembre Seattle (5 jours de mission)	<b>CONGRES ITS TOKYO</b> - 14 au 18 octobre 2013 (5 jours de mission) <b>DUBAI AIRSHOW</b> - 17 / 21 <b>NOVEMBRE</b> (4 jours de mission)
Nombre d'entreprises cibles contactées	6	8	3	5
Comptes clés du territoire	2	2	2	1

## TERTIAIRE SUPERIEUR dont Banque, assurance, informatique

Taille du marché :  
\*\*\* (note sur 3)

Potentiel projets :  
\*\*\* (note sur 3)

### CONTEXTE

La France occupe le 4<sup>ème</sup> rang mondial dans le secteur des assurances et le 2<sup>ème</sup> rang en Europe. Quant à la banque, c'est le 3<sup>ème</sup> employeur privé français. Mesuré par le nombre des emplois, le secteur bancaire français se classe en 3<sup>ème</sup> position en Europe, derrière l'Allemagne et le Royaume-Uni. Frappées par la crise, les banques françaises ont dû restructurer leur activité et se préparent au projet de réforme bancaire. Banquiers et assureurs doivent composer avec des conditions de marché qui se durcissent, notamment du point de vue réglementaire et prudentiel (Solvabilité II et Bâle III), mais aussi du fait de l'intensité concurrentielle. Les mutuelles, qui ne sont pas épargnées, accélèrent leur processus de concentration. Face à ces nombreux enjeux, les grands chantiers informatiques sont au centre de toutes les préoccupations.

### SEGMENTATION DU MARCHE

1. Banques (banques de réseau, banques d'affaires, banques d'investissement et de marché)
2. Les services financiers spécialisés : affacturage, crédit-bail, crédit à la consommation...
3. Compagnies d'assurances (assurances de personnes, de dommages, de transport)
4. Réassureurs
5. Courtiers
6. Mutuelles de santé
7. Groupes de protection sociale
8. Caisses de retraites

### SEGMENTS CIBLES

- Segments prioritaires : 2, 3, 5, 6, 7
- Types d'implantation :
  - Directions (inter)régionales
  - Centres de gestion
  - Back-office
  - Projets informatiques (GIE, DSI, Datacenter...)
  - Centres d'appel
  - Centres de formation

### ARGUMENTS DIFFERENCIANTS

- **Impulsion donnée par le démarrage de l'OIN Bordeaux Euratlantique.**
- Perspective de la mise en service de la LGV.
- Remise sur le marché du Centre d'Appel Relais de Ravezies, du fait de la libération des locaux par FREE.
- Homogénéité de l'offre globale (attractivité résidentielle, culture tertiaire, montant des loyers, niveau des salaires, climat social, bassin d'emploi, sécurité...).
- Place forte de la finance en France.
- Implantations probantes ces dernières années.

### GRUPE PROJET (à constituer) & PARTENAIRES ASSOCIES

- Groupe de travail : Mairie de Bordeaux - CUB
- Association en cours de constitution : « Bordeaux Place Tertiaire et financière» qui devrait regrouper les principaux pourvoyeurs de services tertiaires de l'agglomération.
- EPA Bordeaux Euratlantique
- Pôle Emploi

### OBJECTIFS SUIVIS PAR BGI SUR LE VOLET ATTRACTIVITE

- Tirer parti de la mise en service programmée de la LGV.
- Renforcer le rayonnement national de l'agglomération.
- Conforter le poids du tertiaire supérieur.
- Attirer des projets massivement créateurs d'emplois.
- Participer à la vitalité du marché de l'immobilier de bureaux.
- Participer au succès des grandes opérations tertiaires de l'agglomération : BORDEAUX EURATLANTIQUE – BASTIDE - RAVEZIES – MERIGNAC, ....

TERTIAIRE SUPERIEUR	Plan d'action 2013			
	JANVIER FEVRIER MARS	AVRIL MAI JUIN	JUILLET AOUT SEPTEMBRE	OCTOBRE NOVEMBRE DECEMBRE
Groupe projet (réunion mensuelle ou trimestrielle)	Création de l'association Bordeaux Place Tertiaire	Réflexion engagée sur le volet prospection	Déclinaison opérationnelle	Adaptation progressive du plan d'action et préparation du pan d'action 2014
Présence sur salons, conventions d'affaires et/ou missions de prospection		Mars 2013 – MIPIM (immobilier d'entreprises) - Cannes		Participation au <b>Congrès Réavie</b> , octobre 2013 à Cannes SIMI (Paris)
Nombre d'entreprises cibles contactées	5	5	2	5
Comptes clés du territoire	3	3	1	3

# CHIMIE VERTE

Taille du marché :

\*\* (note sur 3)

Potentiel projets :

\*\* (note sur 3)

## CONTEXTE

La chimie verte est un concept qui repose sur un ensemble de 12 principes qui définissent les bases d'une chimie respectueuse de l'environnement. C'est un secteur en plein essor, qui recouvre différents domaines, notamment la chimie du végétal, la pétrochimie propre et durable et les biocarburants. Outre les nouvelles réglementations et les enjeux environnementaux (objectifs d'incorporation de biocarburants et de substitution des agro ressources et molécules biosourcées aux intermédiaires issus de la pétrochimie...), d'autres moteurs de croissance viennent doper le développement de la chimie verte : les progrès constatés dans le domaine du génie des procédés, le développement des circuits courts, la sécurisation des approvisionnements, les politiques de stabilisation des cours des matières premières agricoles (et sylvicoles), les efforts de fixation des activités industrielles sur le territoire...

1<sup>er</sup> pays agricole de l'UE et 1<sup>er</sup> producteur de céréales et d'oléagineux, la France a une belle carte à jouer dans ce secteur. Elle lui a d'ailleurs accordé une part belle en labellisant notamment 4 IEED (GREENSTARS, IFMAS, PIVERT et INDEED) dans le domaine de la chimie du futur. A noter que les biotechnologies dites « blanches » font partie des 85 « Technologies clés 2015 » identifiées par le Ministère de l'Industrie.

Et que dire de la situation de l'Aquitaine, 2<sup>ème</sup> région agricole française, qui exploite la 1<sup>ère</sup> forêt cultivée d'Europe et compte plusieurs pôles de compétitivité concernés par ces thématiques, sinon que les enjeux sont manifestes. D'ailleurs, notre région compte déjà de solides références en la matière : TEMBEC, DRT, FERMENTALG, SAIPOL-DIESTER, BERKEM...

## SEGMENTATION DU MARCHÉ

Segmentation en 9 filières agro-industrielles réalisée par le cabinet ALCIMED en avril 2007 pour le compte de l'ADEME sur le marché actuel des bioproduits industriels et des biocarburants, et les évolutions prévisibles à échéance 2015-2030 :

1. Intermédiaires chimiques (molécules obtenues par procédés physicochimiques classiques, de fermentations et de conversions enzymatiques) issus de matières de base (amidon, cellulose, fibres, sucres, huiles et protéines),
2. Biocarburants 1<sup>ère</sup> et 2<sup>ème</sup> génération (voie thermochimique et voie biochimique)
3. Biolubrifiants,
4. Bio tensioactifs,
5. Biomatériaux (bio polymères et bio composites),
6. Bio solvants,
7. Pigments, encres, peintures et vernis,
8. Papier-cartons (pâtes neuves et recyclage),
9. Cosmétiques.

## SEGMENTS CIBLES

Segments prioritaires : 1, 2, 5, 7, 8, 9 - (A PRECISER PAR LE GROUPE PROJET)

## ARGUMENTS DIFFERENCIANTS

- Valorisation du potentiel régional de biomasse : bois, céréales, oléagineux, plantes à fibre, vigne, algues...
- 3 pôles (dont 2 pôles de compétitivité) directement concernés par la chimie verte : Xylofutur, AgriMip Sud-Ouest et Avenia.
- LIGNOCELLMARKET : action collective autour de la chimie du bois (Xylofutur/ACD).
- Des projets attenants dans d'autres pôles de compétitivité ou clusters (par exemple, Aerospace Valley avec le biokérosène).
- Des outils de développement de l'innovation au service des industriels :
  - o l'ITERG, Centre Technique Industriel des professions de corps gras et la plate-forme CEDOP, Centre Européen de Développement des Oléo-Produits.
  - o CANOE, plateforme d'innovation, de prototypage et de valorisation technologique et industrielle dans le domaine des matériaux nanostructurés et de l'électronique organique
  - o l'Equipex Xyloforest, composé de 2 plateformes, XyloChem et XyloMat.
  - o le Pôle Biotechnologie, Sylviculture de l'Institut Technologique FCBA

- Développement de complexes industriels (ex : SAIPOL-Diester à Bassens) et de projets d'économie circulaire
- Capitalisation sur les procédés développés par les start-up régionales (ex : Fermentalg)

### GRUPE PROJET & PARTENAIRES ASSOCIES

Différents acteurs impliqués dans une réflexion stratégique :

- ACD (Aquitaine Chimie Durable) 6 Association Aquitaine Croissance Verte
- Conseil Régional d'Aquitaine : groupe de travail « Chimie du Végétal et Biocarburants »
- CUB : étude Chimie / Chimie verte confiée en 2012 au cabinet CMN Partners - Conseil général de la Gironde
- CCIB : réunion d'échanges Chimie-Matériaux CCIB
- mais aussi les pôles de compétitivité Xylofutur et AgriMIP, le FCBA...
- Bordeaux Gironde Investissement

### OBJECTIFS SUIVIS PAR BGI SUR LE VOLET ATTRACTIVITE

- Valoriser le potentiel de biomasse.
- Fixer les activités industrielles existantes, en particulier dans les domaines de la chimie traditionnelle et de l'industrie papetière.
- Favoriser la diversification industrielle aval des groupes coopératifs agroalimentaires.
- Favoriser l'accueil de start up technologiques.
- Cibler comme axe de prospection, la mutation des chaînes d'approvisionnement : développement des agro matériaux et incorporation grandissante des substituts bio sourcés.
- Renforcer l'image « verte » du territoire.
- Favoriser le rapprochement des stratégies dans ce domaine des grands acteurs nationaux et internationaux avec la stratégie régionale pour ce secteur.
- Promouvoir le potentiel de développement régional dans des domaines tels que les biocarburants, la chimie ligno-cellulosique, la chimie de l'amidon, l'extraction végétale...
- Par une prospection adaptée, favoriser les projets de « mécano » industriel, associant notamment start-ups, PMI et grands groupes.
- Par une prospection adaptée, favoriser la diversification des industries papetières régionales vers la chimie ligno-cellulosique.

Une fois la réflexion engagée par les différents partenaires sur la définition d'une feuille de route, le rôle de Bordeaux Gironde Investissement consistera à assurer la promotion du territoire et à prospecter les « cibles identifiées dans les domaines d'activité cibles retenus.

FILIERE Chimie Verte	Plan d'action 2013			
	JANVIER FEVRIER MARS	AVRIL MAI JUIN	JUILLET AOUT SEPTEMBRE	OCTOBRE NOVEMBRE DECEMBRE
Groupe projet (réunion mensuelle ou trimestrielle)	Remise de la feuille de route régionale	Déclinaison en propositions de plan d'action	Validation du plan d'action	Lancement du plan d'action
Présence sur salons, conventions d'affaires et/ou missions de prospection	<b>Journée de la Chimie Durable</b> en Aquitaine, 22 mars 2013, Bordeaux		<b>Plant Based Summit</b> , 25-26 septembre 2013, Grande Halle de la Villette, Paris	<b>Innov'Eco Chimie verte</b> - Promising growth for biotech and bio-based chemicals, 12 décembre 2013
Nombre d'entreprises cibles Contactées	5	5	2	5
Comptes clés du territoire	3	3	1	3

# CONSTRUCTION DURABLE

Taille du marché :

\*\*\* (note sur 3)

Potentiel projets :

\* (note sur 3)

## CONTEXTE

La construction durable est un enjeu de taille. Le secteur de la construction, parfois surnommé « industrie des 40 % » - car il représente 40 % de la consommation des ressources énergétiques, 40 % des émissions de CO2 et 40 % du total des déchets rejetés - est au cœur des problématiques du développement durable.

Dans ce secteur, l'évolution de la réglementation donne le La. Une nouvelle Directive relative à l'efficacité énergétique (dans la droite ligne de l'engagement des « 3x20 ») a été adoptée par le Parlement Européen le 11 septembre dernier et entérinée par le Conseil Européen le 4 octobre. En France, la finalisation prochaine des nouveaux labels de performance énergétique des bâtiments est annoncée. La nouvelle réglementation thermique RT 2012 fait disparaître les précédents labels et, à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2013, l'exigence BBC devient la norme minimale.

Deux nouveaux labels devraient aboutir rapidement : « Haute Performance Energétique » (HPE) et « Très Haute Performance Energétique » (THPE). Ils prévoient respectivement une réduction supplémentaire de la consommation d'énergie primaire de 10% et 20%. Dans le même temps, le Président de la République a annoncé lors de la conférence ministérielle sur l'Environnement (14 septembre 2012) un plan qui prévoit un global de 1 000 000 de logements rénovés par an et remis aux normes dit thermiques.

Cette course à marche forcée génère des appels d'air très importants, notamment en termes d'innovation, de certification et de formation, mais aussi en matière d'emploi, qui a progressé de 7,4 % entre 2010 et 2012 dans le seul domaine de l'efficacité énergétique dans le bâtiment.

## SEGMENTATION DU MARCHÉ

1. Bureaux d'études (AMO, BEPOS, ingénierie thermique et énergétique, diagnostics, DPE, ACV, fluides, qualité de l'air intérieur...)
2. Acteurs de l' « enveloppe » : fabricants de matériaux (bois, composites, biosourcés et recyclés), fabricants/installateurs de systèmes constructifs, isolation, étanchéité, couverture, fermetures
3. Equipements : accessibilité, acoustique, chauffage, climatisation, ventilation, gestion de l'eau
4. Technologies d'intégration et de mutualisation des ENR dans le bâtiment
5. Editeurs de logiciels : CAO, maquette numérique ou « BIM » (Building Information Modeling), gestion de projet, PLM...
6. Nouvelles technologies de l'énergie (NTE) dans le bâtiment : compteurs intelligents, domotique...
7. Centres techniques (test, qualification, certification...)

## SEGMENTS CIBLES

Σ

## ARGUMENTS DIFFERENCIANTS

- Attractivité résidentielle et dynamisme du marché local de la construction de maisons individuelles.
- 300 M€ engagés en faveur des entreprises par la BEI et la Région pour l'efficacité énergétique.
- Appels à projets « Bâtiments Aquitains Basse Energie », « Chaleurs Renouvelables », éco-innovation, « 50 000 logements »...
- Création de la SPL « La Fab ».
- Schéma Régional Climat Air Energie Aquitaine.
- Grands chantiers : Euratlantique, Opération Campus, ZAC Bastide-Niel, PAE des Bassins à flot...
- Parc technologique Coparc à Blanquefort, dédié exclusivement aux éco-industries et à l'écoconstruction. Disponibilités foncières (plusieurs dizaines d'ha de terrains nus en zonage AFR) et immobilières (parc locatif, pépinière, hôtel d'entreprises).
- Projet ECOPOLE de CAPTIEUX, zone SYLVA 21, positionnement de la CALI sur la transition énergétique

- CIF de Floirac.
- Pôle de l'Intelligence Environnementale à Bègles.
- Projet d'IEED INEF 4
- Institut technologique FCBA (Forêt Cellulose Bois-Construction Ameublement).
- Pôle de compétitivité XYLOFUTUR
- Pôle CREAHD
- IFPEB, coordinateur européen de Construction21.eu et membre fondateur de « France Green Building Council »
- Association CDPEA, labellisée « Pôle d'innovation de l'artisanat et des entreprises » sur l'enveloppe du bâtiment
- Centre de ressources technologiques NOBATEK
- Club Aquitaine Croissance Verte
- Projet CERTIPOS
- Equipe « Aquitaine Bordeaux Campus », qui a concouru au SOLAR DECATHLON 2012 avec son prototype SUMBIOSI
- ...

#### GRUPE PROJET & PARTENAIRES ASSOCIES

Comité technique Ecoparc – Communauté Urbaine de Bordeaux – Ville de BORDEAUX - Conseil général de la Gironde

#### OBJECTIFS SUIVIS PAR BGI SUR LE VOLET ATTRACTIVITE

- Donner une direction commune à l'action de prospection menée par les différents partenaires.
- Tirer bénéfice de l' « écosystème d'innovation » local dans le secteur de la construction durable.
- Inscrire nos actions dans le sillage des politiques publiques de développement durable.
- Maintenir les résultats de l'Aquitaine dans le domaine de la création d'emplois verts.
- Conforter l'image « verte » du territoire.

FILIERE Construction durable	Plan d'action 2013					
	JANVIER	FEVRIER	MARS	AVRIL MAI JUIN	JUILLET AOUT SEPTEMBRE	OCTOBRE NOVEMBRE DECEMBRE
Groupe projet (réunion mensuelle ou trimestrielle)	Définition des nouvelles orientations en matière de prospection			Validation	Expérimentation	Expérimentation // réflexion sur le plan d'action 2014
Présence sur salons, conventions d'affaires et/ou missions de prospection	be+ à Lyon, 19-22 février, Eurexpo Lyon				Intelligent Building Systems (IBS), 25-26 septembre 2013, CNIT Paris	
Nombre d'entreprises cibles Contactées	5			5	2	5
Comptes clés du territoire	3			3	1	3

# ENERGIES MARINES RENOUVELABLES

Taille du marché :

\*\*\* (note sur 3)

Potentiel projets :

\* (note sur 3)

## CONTEXTE

Le secteur englobe les technologies de l'éolien offshore, de l'hydrolien, du houlomoteur, de l'énergie thermique des mers (ETM), ...

C'est aujourd'hui au même titre que l'éolien terrestre, ou que la biomasse, un des axes de développement fort de l'Etat pour atteindre les objectifs de diversification du bouquet énergétique permettant de réduire les émissions de gaz à effet de serre, mais aussi pour développer et consolider de nouvelles filières industrielles en France à l'export.

L'éolien offshore est aujourd'hui au cœur de l'actualité, avec une première vague d'appels d'offres attribués, une seconde en préparation pour la fin 2012, et des perspectives de marché à l'export intéressantes. L'enjeu des énergéticiens et des industriels sur ce secteur est de faire descendre le coût du MW produit le plus proche possible de la parité réseau.

La seconde source d'énergie arrivant à maturité est l'hydrolien. Les technologies existent, les zones de test et d'implantation également. Reste à valider le modèle économique.

Les autres technologies (houlomoteur, ETM, ...) sont aujourd'hui moins matures et sont donc considérées comme expérimentales (stade de la R&D démonstrateurs) par les énergéticiens et les industriels.

## SEGMENTATION DU MARCHÉ

Le marché se décompose en plusieurs filières :

- Eolien offshore (que BGI traite dans la fiche "Eolien") : AREVA, ALSTOM, SIEMENS, REPOWER
- Hydrolien estuarien : SIEMENS, ALSTOM, HYDROQUEST, SABELLA, KSB, DCNS...
- Houlomoteur
- Energie Thermique des Mers (ETM)

## SEGMENTS CIBLES

Les cibles de rang 1 sont les énergéticiens impliqués dans les EMR qui poursuivent les objectifs suivants :

- Eolien offshore : identifier des solutions (industrielles, technologiques, logistiques, marché) leur permettant de réduire le coût du MW installé
- Hydrolien et houlomoteur : valider les modèles économiques de ces technologies plus ou moins matures en testant les différentes technologies (fermes pilotes, sites de test, ...)

Il convient donc d'avoir avec ces acteurs des discussions transversales sur leurs différentes sources énergétique (y compris éolien onshore d'ailleurs) pour valoriser nos atouts différenciants leur permettant d'atteindre leurs objectifs.

Ces énergéticiens sont : EDF, GDF SUEZ, EOLE-RES, IBERDROLA, WPD, E-ON,

Les cibles de rang 1bis sont les turbiniers (éolien et hydrolien) qui sont chargés de porter et de mettre en œuvre les enjeux technologiques et industriels de la réduction ou de la validation du coût de MW installé. Ces industriels sont toujours à l'écoute de nouvelles solutions. Il est à noter que le jeu d'acteurs se ferme de plus en plus et que la fenêtre de tir se resserre avant que tout le système industriel ne soit en place (ceci est particulièrement vrai dans l'éolien offshore).

Ces industriels sont : ALSTOM, AREVA, SIEMENS, NORDEX, REPOWER, BARD, GAMESA, DCNS, SABELLA, HYDROQUEST, KSB.

## ARGUMENTS DIFFERENCIANTS

- Potentialités de marché (éolien offshore + hydrolien + houlomoteur) via l'étude GIP littoral
- Présence de zones de test (hydrolien estuarien)
- Réseau de sous-traitance industrielle locale
- Savoir-faire technologiques permettant de développer des projets de R&D
- Possibilité d'exportation via le Port de Bordeaux
- Disponibilités foncières adaptées

## GROUPE PROJET & PARTENAIRES ASSOCIES

- **Eolien offshore** : Conseil Régional d'Aquitaine, Conseil général de la Gironde, Communauté Urbaine de Bordeaux, CdC Pointe du Médoc, ADI, Cluster Eolien Aquitain, Port de Bordeaux, GIP Littoral
- **Hydrolien estuarien** : Conseil Régional d'Aquitaine, Conseil général de la Gironde, Communauté Urbaine de Bordeaux, Mairie de Bordeaux, Site de test SENEHO, France Energie Marine, ADI, Port de Bordeaux (ateliers), GIP Littoral
- **Houlomoteur** : à déterminer

## OBJECTIFS SUIVIS PAR BGI SUR LE VOLET ATTRACTIVITE

L'objectif ultime est d'arriver à attirer les unités d'assemblage des turbinières ou des fabricants d'hydroliennes ou de machines houlomoteur. Des objectifs intermédiaires peuvent être le développement de projets de R&D (matériaux, test machines et composants) et de la pré-série.

FILIERE EMR	Plan d'action 2013			
	JANVIER FEVRIER MARS	AVRIL MAI JUIN	JUILLET AOUT SEPTEMBRE	OCTOBRE NOVEMBRE DECEMBRE
Groupe projet (réunion mensuelle ou trimestrielle)	1 (trimestrielle)	1	1	1
Présence sur salons, conventions d'affaires et/ou missions de prospection		Thétis (10-11 avril) à Brest		1 ( <b>UK Tidal Submit</b> – <i>date non communiquée</i> )
Nombre d'entreprises cibles Contactées	3	3	2	3
Comptes clés du territoire	Sans objet	Sans objet	Sans objet	Sans objet

## EOLIEN (ON ET OFFSHORE)

Taille du marché :

\*\*\* (note sur 3)

Potentiel projets :

\* (note sur 3)

### CONTEXTE

Parmi les énergies renouvelables, l'éolien est la technologie la plus mature et la plus proche du coût de parité réseau avec le nucléaire. Les objectifs pour l'éolien dans le grenelle de l'environnement sont de 25 000MW d'éolien installé à l'horizon 2020, avec 6 000MW offshore et 19 000MW ONSHORE. En 2012, 7 100MW sont installés en onshore, et un premier appel d'offre portant sur 3 000MW d'éolien offshore a été attribué par l'Etat à deux consortiums (EDF ET IBERDROLA/EOLERES). Un second appel d'offre offshore est en cours de préparation au niveau de l'Etat français (sortie prévue pour fin 2012).

Concernant l'onshore, cette filière est constamment agitée par une réglementation mouvante : loi littoral, ZDE/Schéma régionaux, interrogation sur la validité du tarif de rachat ... Ces interrogations ont pour conséquence de ralentir le rythme de développement de l'installation de parc (rythme annuel de 1 000MW/an, 2012 sera à 800MW, mais 2013 sera une année vraisemblablement faible en termes d'installation).

2013 sera donc une année de transition pour la filière éolienne en France, notamment pour l'ONSHORE.

- **Au niveau industriel**, la tendance est au redéploiement des unités de production, et à l'optimisation des technologies pour arriver à réduire encore le coût du MW produit et se rapprocher le plus possible de la parité réseau.
- **Au niveau Aquitain :**
  - Les potentiels de marché sont identifiés : Schéma Régional Eolien validé, étude GIP pour identifier les gisements éoliens offshore
  - Présence du cluster éolien aquitain AWIC
  - 4 dossiers de R&D à l'AMI Ademe sur le Grand Eolien
  - Contact avec les industriels depuis 3 ans

### SEGMENTATION DU MARCHÉ

EOLIEN ONSHORE : ACCIONA, GAMESA, VESTAS, REPOWER, ALSTOM/ECCOTECNIA, NORDEX, SIEMENS

EOLIEN OFFSHORE: ALSTOM, AREVA, SIEMENS, REPOWER, ...

### SEGMENTS CIBLES

**Les cibles de rang 1** sont les énergéticiens impliqués dans le développement de l'énergie éolienne : identifier des solutions (industrielles, technologiques, logistiques, marché) leur permettant de réduire le coût du MW installé.

Ces énergéticiens étant par ailleurs également impliqués dans d'autres filières énergétiques, il convient donc **d'avoir avec ces acteurs, des discussions transversales sur leurs différentes sources énergétiques** (y compris éolien onshore d'ailleurs) pour valoriser nos atouts différenciants leur permettant d'atteindre leurs objectifs.

Ces énergéticiens sont : EDF, GDF SUEZ, EOLE-RES, IBERDROLA, WPD, E-ON.

**Les cibles de rang 1bis** sont les turbiniers qui sont chargés de porter et de mettre en œuvre les enjeux technologiques et industriels de la réduction ou de la validation du coût de MW installé. Ces industriels sont toujours à l'écoute de nouvelles solutions. Il est à noter que le jeu d'acteurs se ferme de plus en plus et que la fenêtre de tir se resserre avant que tout le système industriel ne soit en place (ceci est particulièrement vrai dans l'éolien offshore). Ces industriels sont : ALSTOM, AREVA, SIEMENS, NORDEX, REPOWER, GAMESA, ...

#### ARGUMENTS DIFFERENCIANTS

- Potentialités de marché (éolien offshore + onshore) via l'étude GIP littoral et SRE
- Présence de zones de test (Pauillac)
- Réseau de sous-traitance industrielle locale
- Savoir-faire technologiques permettant de développer des projets de R&D
- Possibilité d'exportation via le Port de Bordeaux
- Disponibilités foncières

#### GROUPE PROJET & PARTENAIRES ASSOCIES

Conseil Régional d'Aquitaine, Communauté Urbaine de Bordeaux, CdC Pointe du Médoc, ADI, Cluster Eolien Aquitain, Port de Bordeaux, GIP Littoral

#### OBJECTIFS SUIVIS PAR BGI SUR LE VOLET ATTRACTIVITE

L'objectif ultime est d'arriver à attirer les unités d'assemblage des turbiniers.

Des objectifs intermédiaires peuvent être le développement de projets de R&D (matériaux, test machines et composants) et de la pré-série.

FILIERE EOLIEN	Plan d'action 2013			
	JANVIER FEVRIER MARS	AVRIL MAI JUIN	JUILLET AOUT SEPTEMBRE	OCTOBRE NOVEMBRE DECEMBRE
Groupe projet (réunion mensuelle ou trimestrielle)	3 (1/mois)	3 (1/mois)	1	
Présence sur salons, conventions d'affaires et/ou missions de prospection	<b>EWEA Vienne</b> (4-7 février 2013) 1 <b>Mission</b> de prospection Paris, dont <b>lobbying</b> (DGEC + Syndicat)	1 <b>mission prospection Paris</b>		<b>EWEA Offshore</b> Hambourg (19-21 novembre 2013) <b>Colloque</b> France Energie Eolienne
Nombre d'entreprises cibles contactées	7 Energéticiens : GDF + EOLERES + WPD Turbiniers : SIEMENS + REPOWER + ACCIONA + GAMESA	6 Energéticiens : EDP + EON + IBERDROLA Turbiniers : VESTAS + SINOVEL + ECCOTECNIA	3	4
Comptes clés du territoire	Sans objet	Sans objet	Sans objet	Sans objet

## CONTEXTE

Le secteur des Logiciels et Services a vu sa taille multipliée par 5 depuis 20 ans avec une croissance annuelle moyenne 3 fois supérieure au PIB sur la période. En 2012, le secteur a enregistré un chiffre d'affaires de 48 Mds d'euros et procédé à 35 000 recrutements. Globalement, le secteur de l'informatique s'attend à une stagnation de son activité en 2013, d'après les prévisions du Syntec Numérique. Toutefois, l'édition de logiciels et le conseil en technologies devraient encore afficher une croissance positive.

En outre, l'Aquitaine peut s'enorgueillir de sa position de leader national dans le domaine de l'Informatique de Santé, un secteur en plein développement avec le déploiement du « Plan Santé » dans différentes régions et notamment la montée en puissance de l'« e-santé » au niveau national.

## SEGMENTATION DU MARCHÉ

1. SSII
2. Editeurs de logiciels
3. Sociétés de conseil en technologie (SCT)

## SEGMENTS CIBLES

Sous-segments cibles :

- Editeurs de logiciels santé (hôpitaux, clinique, médecins libéraux...)
- e-santé : éditeurs de solutions logicielles – plateformes de traitement à distance des données – terminaux communicants
- Autres éditeurs : ERP, CRM, BPM...
- Cloud
- Sécurité informatique
- Systèmes embarqués
- SSII (centres de services informatiques « onshore »)
- Directions informatiques de grands groupes
- SCT
- Datacenters

## ARGUMENTS DIFFERENCIANTS

- Impulsion donnée par le démarrage de l'OIN Bordeaux Euratlantique et perspective de la mise en service de la LGV.
- Homogénéité de l'offre globale (attractivité résidentielle, culture tertiaire, montant des loyers, niveaux des salaires, climat social, bassin d'emploi, sécurité...).
- Grands donneurs d'ordre locaux : directions informatiques (La Poste, Atlantica, EDF, CDiscount, Pôle Emploi, Unedic, Orange, Sanofi ...), administrations, grandes entreprises industrielles.
- Implantations probantes ces dernières années.
- Potentiel RH et attractivité de potentiels : les SCT connaissent notamment des difficultés à recruter des profils qualifiés en ce moment.
- Vivier de compétences R&D et technologiques.

- « Plan Santé » porté par le Conseil Régional avec développement de l'e-santé.
- Cluster TIC Santé.
- Campus universitaire / écoles d'ingénieurs.

#### GRUPE PROJET & PARTENAIRES ASSOCIES

- Informatique de santé et e-santé : Cluster TIC Santé, Conseil Régional d'Aquitaine, ADI
- SSII – éditeurs – SCT - groupe-projet « Bordeaux Place Tertiaire » - CUB – CRA – Mairies - EPA Bordeaux Euratlantique
- Pôle Emploi

#### OBJECTIFS SUIVIS PAR BGI SUR LE VOLET ATTRACTIVITE

- Donner une direction commune à l'action de prospection menée par les différents partenaires.
- Promouvoir la région bordelaise comme terre d'accueil de projets « onshore ».
- Participer au succès de l'OIN Bordeaux Euratlantique.
- Favoriser les ponts entre l'informatique et les filières industrielles d'intérêt stratégique.
- Conforter la position de leadership de l'Aquitaine dans les TIC Santé.
- Développer une offre d'implantation e-santé en lien avec le développement du « Plan Santé » régional.

FILIERE Informatique / Informatique de santé	Plan d'action 2013			
	JANVIER FEVRIER MARS	AVRIL MAI JUIN	JUILLET AOUT SEPTEMBRE	OCTOBRE NOVEMBRE DECEMBRE
Groupe projet (réunion mensuelle ou trimestrielle)	Constitution du groupe-projet tertiaire 2 sur TIC Santé	Définition des grandes caractéristiques de l'offre territoriale 2 sur TIC Santé	Elargissement aux autres acteurs (Euratlantique, Mairie de Mérignac, ...) 2 sur TIC Santé	Définition du plan d'action 2 sur TIC Santé
Présence sur salons, conventions d'affaires et/ou missions de prospection		28-30 mai 2013 : <b>salon HIT</b> (porté par ADI, BGI s'appuyant sur le salon pour prospecter)		
Nombre d'entreprises cibles Contactées	10	10	7	10
Comptes clés du territoire	3	3	1	5

# NUMERIQUE (économie du web et technologies de l'image)

Taille du marché :

\*\*\* (note sur 3)

Potentiel projets :

\* (note sur 3)

## CONTEXTE

**Définition** : ensemble des activités liées à la création et l'exploitation des réseaux d'accès à internet de même que les services proposés sur internet.

La filière numérique, au sens industriel du terme, comprend :

- ▶ services informatiques (dont agences web) + édition logicielle + jeux vidéo + télécoms + électronique numérique
- ▶ e-commerce + services et contenus en ligne (publicité, médias et autres diffusions en ligne...)

170 milliards d'investissements en France (2011)

CA global : 150 milliards d'euros - Plus de 1 million d'emplois (2010).

Il représente près de 43 % des levées de fonds

Envolée du chiffre d'affaires global du e-commerce (40 milliards d'euros)

**Aquitaine : 3 720 entreprises et 23 000 emplois (2012)**

Le poids du numérique ne cesse d'augmenter dans tous les secteurs de l'économie française (santé, aéronautique, automobile). En 2010, Internet devrait générer 72 milliards d'euros, en hausse de 20 % par rapport à 2009, pour former 3,7 % du PIB. Désormais, la filière contribuerait à un quart de la croissance française, cependant elle subit les contrecoups de la crise. Selon le SYNTEC Numérique, elle devrait terminer l'année 2012 avec une croissance de 0,7%, contre 1,2% prévu au départ.

## SEGMENTS CIBLES

- Applications mobiles : une quarantaine d'entreprises développe des applications pour le mobile et dispose de savoir-faire pointus dans le paiement, la fidélisation client, la cartographie, le marketing (SNAPP, BETOMORROW, LIBCAST, WOPATA).
- Numérisation et valorisation du patrimoine (e-tourisme) : avec l'ARKHOPOLE, un pôle de compétences « industrielles » autour du patrimoine numérique se développe dans la région bordelaise avec de nombreux projets tels que la Plateforme collaborative de Recherche sur le livre numérique POLINUM initié par I2S.
- Technologies Internet – Analyse du Web – mesure d'audience : E-DEVICE, @T INTERNET – XITI, DOLIST, SIDERION TECHNOLOGIES.
- e-commerce : la filière s'organise autour du leader français CDISCOUNT et d'acteurs de la formation telle que la 1<sup>ère</sup> école de e-commerce en France (ESCEN) ou l'Université de Bordeaux et sa licence e-commerce.
- Jeux vidéo /Imagerie (réalité virtuelle, image de synthèse) : télécommunications, l'audiovisuel, le logiciel, les réseaux informatiques, les services informatiques, services et contenu en ligne.  
Marchés privilégiés : Serious Games et Gamification (ou ludification).  
Profil entreprise privilégié : éditeur.  
Marchés géographiques : USA (San Francisco), Japon (Tokyo) et Canada (Québec).
- Géolocalisation : filière organisée autour du cluster régional Topos.
- E-éducation.

## ARGUMENTS DIFFERENCIANTS

### Génériques

- Bordeaux Cité Digitale, impulsion de la mairie de Bordeaux pour structurer et valoriser la filière.
- Pépinières & incubateurs : NODE, pépinière éco créative des Chartrons.
- Formations & potentiel RH : EPITECH (l'école d'expertise informatique) et E-ARTSUP BORDEAUX (l'école de création numérique). Faible turn-over (capacité à fidéliser les employés).
- Laboratoires performants : LABRI, Institut de recherche en science du Numérique, Institut AUSONIUS, INRIA.
- Savoir-faire technologiques permettant de développer des projets de R&D.

### Jeux vidéo /technologies de l'image / réalité virtuelle

- La présence de Bordeaux Games (les jeux vidéo/applications mobile) : Structure associative d'animation et de promotion de la filière, de soutien au recrutement et d'aide au montage de dossiers de financement.

- Un environnement à taille humaine : 3<sup>ème</sup> ville après Paris et Lyon.
- Une place de leader avec une trentaine de PME, soit plus de 400 salariés (+une quarantaine d'entreprises pour les applications mobiles).
- La cité numérique : impulsion des collectivités locales (Conseil régional d'Aquitaine, CUB et ville de Bordeaux) pour structurer et valoriser la filière.
- Forte proportion de développeurs et 6<sup>ème</sup> département français pour les offres d'emplois.
- Des métiers variés : studios de création, éditeurs, middleware, prestataires, auteurs.... Et une activité multisectorielle : jeux consoles et PC, jeux web/online, jeux mobiles.
- Un potentiel formation et R&D.
- 1 000 scientifiques impliqués dans la recherche TIC en lien avec le jeu vidéo à Bordeaux.
- Des laboratoires de pointe : INRIA Bordeaux Sud-ouest, le LaBRI... / e-art sup Bordeaux (l'école de création numérique), ENSEIRB-MATMECA, EPITECH, SUPINFO...
- *Principaux domaines de recherche* : réalité virtuelle, modélisation et synthèse d'images, interaction 3D, analyse d'image, indexation vidéo.
- Une « success story » : ASOBO.
- Le CIR « France » : un produit attractif.

#### GRUPE PROJET ET PARTENAIRES ASSOCIES

- ADEISO
- AEC
- AQUINUM
- AQUINETIC
- Collectivités locales : Mairie de Bordeaux, Communauté Urbaine de Bordeaux, Conseil régional d'Aquitaine, Ville de Los Angeles, Québec International
- Groupe de travail «Jeux Vidéo/imagerie » : Bordeaux Games, Mairie de Bordeaux, Conseil régional d'Aquitaine, CUB, AEC

#### OBJECTIFS POURSUIVIS PAR BGI SUR LE VOLET ATTRACTIVITE

- Structurer l'offre territoriale (notamment avec Bordeaux Games) et la pousser auprès des entreprises cibles.
- Attirer des start-ups ou PME des secteurs cibles (jeux vidéo, e-commerce, e-marketing, e-éducation, e-tourisme).
- Délocaliser une partie des activités des grands groupes français et étrangers du secteur.
- Favoriser le positionnement de la filière Jeux Vidéo/imagerie auprès des acteurs technologiques, scientifiques et industriels de la filière

FILIERE Numérique	Plan d'action 2013			
	JANVIER FEVRIER MARS	AVRIL MAI JUIN	JUILLET AOUT SEPTEMBRE	OCTOBRE NOVEMBRE DECEMBRE
Groupe projet (réunion mensuelle ou trimestrielle)	<b>1<sup>er</sup> mars</b> : validation des secteurs, des sous-secteurs et des entreprises cibles <b>Février</b> : validation des secteurs cibles et définition de l'offre territoriale	Validation de l'offre « remarquable » territoriale	<b>Septembre</b> : préparation plan d'action 2014	<b>Novembre</b> : Validation plan d'action 2014
Présence sur salons, conventions d'affaires et/ou missions de prospection	Partenariat avec le City Hall of Los Angeles: 7 & 8 février <b>e-marketing</b> Paris, 29 et 30 janvier 2013 (1 jour de mission) <b>e-learning expo</b> Paris, 26, 27 & 28 mars 2013 (1 jour de mission) <b>Missions USA</b> (4-8 février)	<b>Mission</b> : Canada (22-26 avril), partenariat avec Québec International		<b>CONGRES ITS TOKYO</b> – 14 au 18 octobre 2013 (5 jours de mission) (également prospection ASD) Novembre : <b>Game Connexion</b> *
Nombre d'entreprises cibles Contactées	8	9	6	7
Comptes clés du territoire	6	6	4	4

\* La feuille de route de Bordeaux Games est en cours de rédaction. Il est envisagé néanmoins une participation à des actions internationales : San Francisco, Asie.

# PHOTONIQUE

Taille du marché :

\* (note sur 3)

Potentiel projets :

\*\*\* (note sur 3)

## CONTEXTE

La **photonique** est reconnue comme une Technologie Clef (KET / Key Enabling Technology) par l'Europe et la France. Elle fait partie des 5 technologies majeures retenues comme prioritaires et hautement stratégiques pour le XXI<sup>ème</sup> siècle avec la nanotechnologie, la micro et la nanoélectronique (y compris les semi-conducteurs), les matériaux avancés et les biotechnologies.

Quelques chiffres clés de la Photonique :

- Un taux de croissance du marché de la photonique de 10% / an sur la période 2005-2008.
- Un marché de 300 milliards € dans le monde (7 milliards € en France), 25 000 entreprises et 1.5 million d'emplois directs.
- 40 000 emplois à créer à court/moyen terme en Europe.

La photonique est une technologie diffusante essentielle à de très nombreux secteurs d'activités (médical, énergie, transports, télécommunications, défense, imagerie, métrologie, industrie, TIC...). Une filière transversale avec des effets de levier de x6 à x10 sur l'activité et les emplois industriels.

## SEGMENTATION DU MARCHÉ

Une compréhension du marché qui s'est affinée à partir de 2009, à toutes les échelles géographiques (ALPHA Route des Lasers):

- *Monde* : identification de 10 secteurs économiques totalisant un CA de 291 Mds €, avec une vision de la répartition par pays.
- *Europe* : identification des segments de marché où l'Europe est compétitive (vision industrielle et traitement d'image, lasers industriels, éclairage, santé et sciences de la vie, énergie solaire) ; vision du CA, des segments du marché, des emplois générés, et des tendances.
- *France* : cartographie des pôles et clusters de la photonique ; identification des leaders par secteur.
- *Aquitaine* : cartographie des entreprises présentes sur le territoire, et des emplois générés ; distinction entre les entreprises de l'optique « structurante » et de l'optique « diffusante ».

Positionnement d'une filière transversale: Composants lasers, photonique, et procédés avec une expertise amenée à élargir son champ d'action dans les **domaines applicatifs suivants** :

**Photonique et Santé - Instrumentation scientifique et équipements industriels - Energies d'avenir et Développement durable - Aéronautique**

## SEGMENTS CIBLES

**Déclinaison « Marchés » Applications photoniques dans les domaines suivants :**

1. Ophtalmologie, Biomédical, Imagerie, Dermatologie, Neurosciences, Cardiologie, Oncologie, Odontologie
2. Contrôle industriel, Bois, Vin, Agronomie, Environnement
3. Photovoltaïque / Photo thermique, Eclairage intelligent, LED / OLED

**Profil prospects :**

- Intégrateurs de systèmes photoniques (ISP)

## ARGUMENTS DIFFERENCIANTS

Une offre territoriale unique en France :

- Un pôle de compétitivité national « Route des Lasers®, Lasers, Photonique et Applications » à vocation à devenir International (ambition affichée).

- 8 850 emplois répartis dans 70 entreprises.
- Leaderships : Instrumentation, sources lasers, applications médico-chirurgicales, Bio-imagerie, technologies laser, Bio photonique, composants pour l'optique.
- Un équipement unique : le Laser Mégajoule et des outils scientifiques ouverts à la communauté internationale : PETAL (Petawatt Aquitaine), Ligne d'Intégration Laser (LIL).
- Laboratoires de recherche leaders: CEA, CELIA, LOMA, et LP2N (Laboratoire Photonique, Numérique et Nanosciences).
- ALPhANOV: Centre technologique Optique et Laser plateforme de transfert de technologie
- Plateforme de formation PYLA spécialisée en optique laser / l'Institut d'Optique Graduate School (IOGS), au sein du « Centre Optique Aquitaine»
- Des sites dédiés aux activités lasers/photonique : LASERIS 1 et 2, la Cité de la photonique, futur site de l'IOGS
- Une convention d'affaires : « Invest in Photonics »

#### GRUPE PROJET & PARTENAIRES ASSOCIES

- Groupe de travail « Prospection photonique » : ALPhA, SEML Route des Lasers, ALPhANOV, Conseil régional d'Aquitaine, CUB, CCIB, Conseil Général de la Gironde.
- Les clusters/centre d'excellence : BIPSA (Bio-Imagerie Photonique et Santé en Aquitaine), Sysolia.
- Les plateformes: ALPhAMED (transfert de technologies - interaction laser-tissus vivants), BEPOS (Plate-forme d'essais et de validation de systèmes à énergie positive), Polinum (plateforme collaborative de R&D pour la numérisation et la valorisation des fonds patrimoniaux, industriels et informationnels).
- LaPhia (Consortium autour des sciences de la lumière – l'optique, la photonique, les lasers).

#### OBJECTIFS SUIVIS PAR BGI SUR LE VOLET ATTRACTIVITE

- Identifier des opportunités d'investissements dans la filière photonique/Laser, et obtenir des décisions en faveur de Bordeaux-Gironde.
- Référencer Bordeaux-Gironde en tant que terre d'accueil pour les investissements.
- Favoriser le positionnement du pôle Laser/photonique auprès des acteurs technologiques, scientifiques et industriels de la filière.
- Poursuivre notre action de prospection en capitalisant sur les premières implantations et sur l'image ... à la mise en œuvre du LMJ.

FILIERE Photonique	Plan d'action 2013			
	JANVIER FEVRIER MARS	AVRIL MAI JUIN	JUILLET AOUT SEPTEMBRE	OCTOBRE NOVEMBRE DECEMBRE
Groupe projet (réunion mensuelle ou trimestrielle)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 9 janvier : préparation mission US</li> <li>• Fin février : debriefing Mission US</li> <li>• Mars : préparation Laser Munich</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Juin : validation de la feuille de Route du Pôle de compétitivité photonique</li> <li>• Mi-Juin : debriefing Laser Munich</li> <li>• Fin Juin : préparation Mission Corée/Japon</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Septembre : préparation plan d'action 2014 et validation des axes stratégiques : secteurs cibles, éléments différenciants.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Décembre : debriefing mission Japon/Corée</li> <li>• Décembre : Préparation mission US, Photonics West 2014.</li> </ul>
Présence sur salons, conventions d'affaires et/ou missions de prospection	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>BiOS Expo, USA</b> : 2 &amp; 3 février</li> <li>• <b>Photonics West, USA</b> : 5 &amp; 6 février</li> <li>• Partenariat avec le City Hall of Los Angeles : 7 &amp; 8 février</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mission: Canada, 22-26 Avril, partenariat avec Québec International</li> <li>• <b>Laser Munich, World of Photonics:</b> Allemagne, 13-16 mai</li> </ul>	/	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Opto (veille):</b> Paris, 8 au 10 octobre</li> <li>• Mission Japon/Corée : 14 au 18 octobre</li> <li>• <b>Invest in Photonics ( ? )</b> : Bordeaux</li> </ul>
Nombre d'entreprises cibles Contactées	8	8	/	8
Comptes clés du territoire	2	2	2	2

## CONTEXTE

Un dispositif médical (DM) peut être défini, conformément aux textes européens, comme un instrument, appareil, équipement ou encore un logiciel destiné, par son fabricant, à être utilisé chez l'homme à des fins, notamment, de diagnostic, de prévention, de contrôle, de traitement, d'atténuation d'une maladie ou d'une blessure. Ils incluent donc une vaste gamme de produits allant du pansement aux appareils d'imagerie médicale en passant par les prothèses et le matériel ophtalmique.

L'industrie du dispositif médical apparaît aujourd'hui comme un secteur très dynamique et stratégique, qui améliore année après année l'offre de santé. Elle bénéficie d'un marché tiré à la fois par le vieillissement de la population, qui suppose des besoins médicaux toujours plus importants, et par la complexité croissante des traitements, qui vont bien au-delà de la seule pharmacologie.

**Taille du marché global :** plus de 200 milliards d'euros en 2009, (un peu moins de la moitié du colossal marché du médicament), dominé par des entreprises qui ont pour origine les États-Unis, l'Allemagne, la Suisse, le Japon et le Royaume-Uni (*étude PIPAME*).  
Croissance d'environ 6,2 % de 2009 à 2010

**Marché européen :** 30 % du marché mondial en termes de ventes, 5 % de croissance par an. Principaux facteurs de croissance : vieillissement de la population, développement des marchés émergents et augmentation de certaines pathologies.

**Marché français** estimé à 19 milliards d'euros. La France se place ainsi au 4<sup>ème</sup> rang mondial en termes de ventes, derrière les États-Unis, l'Allemagne et le Japon. La majorité des ventes réalisées sur le territoire français ont pour origine les filiales des groupes internationaux (GE HealthCare, Johnson & Johnson, Becton Dickinson, etc.) : les dix entreprises réalisant les plus gros chiffres d'affaires – dont sept ne sont pas françaises – représentent plus d'un tiers du marché national.

La France a une carte à jouer :

- Entreprises innovantes nombreuses : plus de 1 000 entreprises y sont actives et emploient près de 65 000 salariés pour un chiffre d'affaires de plus de 15 milliards d'euros ; plus de 600 brevets sont déposés chaque année
- Marché à fort potentiel :

(Source Rapport CES octobre 2012)

## SEGMENTATION DU MARCHÉ

Dispositifs médicaux à usage individuel  
Dispositifs médicaux dits d'équipement  
Dispositifs médicaux de diagnostic in vitro  
Dispositifs médicaux inclus dans l'e-santé

## SEGMENTS CIBLES

Entreprises du secteur et associées (services aux hôpitaux)

## ARGUMENTS DIFFERENCIANTS

Santé : 2<sup>ème</sup> pôle industriel girondin (1<sup>er</sup> en terme de CA).

Volonté des collectivités d'accompagner et de développer cette filière : validation du Plan Santé Aquitaine au Conseil régional d'Aquitaine qui sera ensuite décliné pour former le corps de notre action.

Excellence de l'Université et spécialités (spécialité rachis, Neurosciences, Cardiologie, Oncologie, Imagerie, pôle Laser, Labex Trail et réseau d'excellence BIPSA, Cognitive...)

Des entreprises leaders : STRYKER, IMPLANET, ZIMMER, STERIS, ACTEON,...

## GROUPE PROJET & PARTENAIRES ASSOCIES

Différents acteurs impliqués dans une réflexion stratégique, tirée par le Plan Santé Aquitaine : Conseil régional d'Aquitaine, CUB, Mairie de bordeaux, BGI, ADI, et également en fonction des thématiques GIPSO, 2ACBI, Bordeaux Unitec, Hôpitaux, SATT, ...

## OBJECTIFS SUIVIS PAR BGI SUR LE VOLET ATTRACTIVITE

- Décliner la partie Prospection, Promotion économique du Plan Santé Aquitaine en lien étroit avec les partenaires.
- Comprendre la stratégie des grands du secteur : GE HEALTHCARE, J&J (ETHICON+CORDIS+DEPUY), ESSILOR, BECTON DICKINSON, AIR LIQUIDE SANTE, BIOMERIEUX, BAXTER, ROCHE, SIEMENS HEALTH, ABBOTT. Actifs en France : ESSILOR, BIOMERIEUX, ORTHO-CLINICAL DIAGNOSTICS, ETHICON, ROCHE DIAGNOSTICS, MEDTRONIC, B. BRAUN, PAUL HARTMANN, BB GR, ALCON.
- Focus Dispositifs Médicaux Communicants.
- Communication à prévoir pour diffusion en France et à l'international.

FILIERE Santé – Dispositifs Médicaux	2013			
	JANVIER FEVRIER MARS	AVRIL MAI JUIN	JUILLET AOUT SEPTEMBRE	OCTOBRE NOVEMBRE DECEMBRE
Groupe projet (réunion mensuelle ou trimestrielle)	<b>01 février</b> : validation des sous-secteurs et des premières entreprises cibles <b>Fin mars</b> : planning marketing et com ?	Echanges et évolution selon besoin du plan d'action	Echanges et évolution selon besoin du plan d'action.	Préparation et validation du plan d'action 2014
Présence sur salons, conventions d'affaires et/ou missions de prospection	<b>InnovaDM</b> – 26 mars Paris (2 jours de mission Santé)	<b>IMPLANTS</b> Lyon – 3 et 4 avril (3 jours de mission Santé) <b>Salons Santé et Autonomie</b> – 28 au 30 mai Paris (Hôpital expo et HIT)	<b>Mission Europe</b> – Cluster santé, Munich ou Glasgow	(voir RSNA Chicago fin novembre)
Nombre d'entreprises cibles Contactées	7	7	3	5
Comptes clés du territoire	2	2	2	1

## CONTEXTE

Selon la Caisse Régionale d'Assurance maladie, les dépenses de médicaments en médecine de ville ont pesé 1,3 milliard d'euros (en incluant ceux consommés à l'hôpital) en 2010.

Taille du marché global du médicament : plus de 400 milliards d'euros en 2009.

4<sup>ème</sup> pôle industriel d'Aquitaine (après ASD, IAA et Bois). Présence de grands groupes : Sanofi, BMS, Ceva, Meda, Merck et d'un tissu riche de sous-traitants.

Quand un médicament est étudié en France, dans 60% des cas, il passe par la région bordelaise (*source Plan Santé Aquitaine*).

Le CESER vient de finaliser une étude Santé Aquitaine dont la restitution aura lieu le 18 décembre 2012. Combinée au Plan Santé Aquitaine qui est en cours de validation au Conseil régional d'Aquitaine, elle nous donnera les orientations pour notre action sur les 5 prochaines années.

De nombreuses études démontrent les défis qu'aura à surmonter cette industrie habituée à des niveaux de marges confortables (concurrence princeps/génériques, restrictions budgétaires ...).

## SEGMENTATION DU MARCHÉ

- Médicaments traditionnels (issus de la chimie)
- Médicaments issus des biotechnologies
- Cosmétologie
- Nutrition Santé

## SEGMENTS CIBLES

A valider et développer avec le Plan Santé qui devrait sortir en décembre 2012.

- Travailler à sécuriser l'approvisionnement en principes actifs pour la fabrication de médicaments traditionnels
- Biotechnologies
- Voie personnalisée de médication

## ARGUMENTS DIFFERENCIANTS

Santé : 2<sup>ème</sup> pôle industriel girondin (1<sup>er</sup> en termes de CA)

Volonté des collectivités d'accompagner et de développer cette filière : validation du Plan Santé Aquitaine au Conseil régional d'Aquitaine, qui sera ensuite décliné pour former le corps de notre action.

Excellence de l'Université et spécialités (Neurosciences, Cardiologie, Oncologie, Imagerie, pôle Laser, Cognitive, Accélerance...)

SATT

Présence de majors

CIR (Crédit Impôt Recherche) : argument France

## GRUPE PROJET & PARTENAIRES ASSOCIES

Différents acteurs impliqués dans une réflexion stratégique, tirée par le Plan Santé Aquitaine : Conseil régional d'Aquitaine, CUB, Mairie de Bordeaux, BGI, ADI, et également GIPSO, hôpitaux, ACCELENCE, Université – dont PRES, SATT,...

## OBJECTIFS SUIVIS PAR BGI SUR LE VOLET ATTRACTIVITE

- Décliner la partie – promotion économique, identification et prospection de projets exogènes - nous concernant du Plan Santé Aquitaine en lien étroit avec les partenaires.
- Communication à prévoir pour diffusion en France et à l'international.

FILIERE SANTE – PHARMA-BIOTECHS	2013			
	JANVIER FEVRIER MARS	AVRIL MAI JUIN	JUILLET AOUT SEPTEMBRE	OCTOBRE NOVEMBRE DECEMBRE
Groupe projet (réunion mensuelle ou trimestrielle)	<b>01 février</b> : validation des sous-secteurs et des premières entreprises cibles <b>fin mars</b> : planning marketing et communication	Echanges et évolution selon besoin du plan d'action	Echanges et évolution selon besoin du plan d'action	Préparation et validation du plan d'action 2014
Présence sur salons, conventions d'affaires et/ou missions de prospection	2 jours de mission Santé Paris dont Innova DM, prospects et réseautage	<b>B4BConnection</b> Bio marqueurs Paris - 11 et 12 Avril	<b>Mission Europe</b> – Cluster santé, Munich ou Glasgow	<b>RSNA Chicago</b> – 25 au 29 novembre (5 jours de mission)
Nombre d'entreprises cibles Contactées	7	7	3	5
Comptes clés du territoire	2	2	2	3

# Refit Yacht

Taille du marché :

\*\* (note sur 3)

Potentiel projets :

\*\*\* (note sur 3)

## CONTEXTE

Malgré la crise économique, le secteur du yachting est en plein développement, en particulier celui de la grande plaisance. 60 bateaux de plus de 60m sont en cours de construction, dont 25 de plus de 100m.

Sur ce segment de marché et de taille, les bateaux sont contraints à des « arrêts techniques » comme suit :

- L'entretien annuel : Peintures des œuvres vives (coque), révisions des moteurs (obligatoires pour la garantie constructeur, pour les charters..) et toutes opérations réalisées généralement à flot.
- Même entretien à 36 mois.
- Le maintien de la classe, obligatoire tous les 5 ans : Immobilisation du yacht en cale sèche pour les contrôles techniques. En général ; les propriétaires réalisent de grosses réparations et/ou transformations lors de cet arrêt.
- La refonte totale du Navire : tous les 20 ans en moyenne et/ou lors d'un changement de propriétaire.

L'ensemble de ces activités sont appelés les « activités de refit ».

Devant la croissance du marché et sa densification « mécanique », de plus en plus d'acteurs industriels et de territoires se positionnent sur cette activité de refit de yacht. La région bordelaise est dans cette lignée.

## SEGMENTATION DU MARCHÉ

70 % de la flotte des +60 m appartient à des Charters (loueurs de yachts)

En cas de refit, la gestion complète peut être assurée par trois types de prestataires :

- Chantier naval, en général, le constructeur du navire : Amels, Nobiskrug, Blohm&Voss, Lurssen, Oceanco, ...
- Chantier intégrateur, structure opérationnelle qui agit sur son site : CompositeWorks, DCNS, ITM, Monaco Marine, MB92
- Le manager intégrateur, structure de gestion qui pilote un refit sur un site choisi, non dédié : IMM, Otherangle, Blueocean Project, ...

*N.B : pour les bateaux de taille inférieure à 50m, en général, les opérations de refit se réalisent à proximité du lieu où ces navires naviguent (en méditerranée) ; pour les bateaux de plus grande dimension, le facteur « distance » est moins contraignant.*

Les éléments de décisions :

- La notoriété du chantier, ses équipements, la qualité de la main-d'œuvre,
- Des coûts compétitifs et des délais respectés,
- Le respect de l'environnement,
- La satisfaction de l'équipage dans le choix du lieu.

La décision de la modalité, et de l'endroit du refit, est prise entre le propriétaire, la société de management, et très souvent, le capitaine du yacht.

## SEGMENTS CIBLES

- Chantier naval, en général, le constructeur du navire : AMELS, NOBISKRUG, BLOHM&VOSS, LURSSSEN, OCEANCO, ...
- Chantier intégrateur, structure opérationnelle qui agit sur son site : COMPOSITEWORKS, DCNS, ITM, MONACO MARINE, MB92
- Le manager intégrateur, structure de gestion qui pilote un refit sur un site choisi, non dédié : IMM, OTHERANGLE, BLUEOCEAN PROJECT, ...

## ARGUMENTS DIFFERENCIANTS

- Outillages du Grand Port Maritime de Bordeaux : Formes de radoub de Bassens et bassins à flot + SLIPWAY
- Réseau de sous-traitants industriels locaux structurés au sein d'un cluster
- Site industriel « en centre-ville »
- Attractivité de Bordeaux dans le domaine de luxe et de l'international

## GROUPE PROJET & PARTENAIRES ASSOCIES

Conseil Régional d'Aquitaine, Conseil Général de la Gironde, Communauté Urbaine de Bordeaux, Ville de Bordeaux, Grand Port Maritime de Bordeaux, Aquitaine Refit Superyacht Cluster, ADI, CCIB.

## OBJECTIFS SUIVIS PAR BGI SUR LE VOLET ATTRACTIVITE

- Attirer un 1er bateau sur Bordeaux : attirer non pas de l'investissement et de l'emploi au sens classique du terme mais des volumes significatifs de réparation, de maintenance et d'aménagement, donc du chiffre d'affaires pour des sous-traitants regroupés au sein du cluster, ce qui pourra toujours se traduire en hommes/année » si on veut raisonner en équivalent emploi.
- Identifier des cibles de prospection dans la logique du « chaînon manquant » : attirer des savoir-faire non disponibles localement

FILIERE REFIT	Plan d'action 2013											
	JANVIER	FEVRIER	MARS	AVRIL	MAI	JUIN	JUILLET	AOUT	SEPTEMBRE	OCTOBRE	NOVEMBRE	DECEMBRE
Groupe projet (réunion mensuelle ou trimestrielle)		2			2			1			2	
Présence sur salons, conventions d'affaires et/ou missions de prospection		1 mission prospection (GB) 1 mission prospection Côte Azur		1 accueil des capitaines à Bordeaux 1 mission prospection Allemagne/Hollande			1 salon (Monaco Yacht Show)				1 salon SYRREN Marseille	
Nombre d'entreprises cibles Contactées		4		4			4				4	
Comptes clés du territoire		Sans objet		Sans objet			Sans objet				Sans objet	

# Viti Vinicole

Taille du marché :

\*\* (note sur 3)

Potentiel projets :

\*\* (note sur 3)

## CONTEXTE

- Outre les acquisitions de propriétés viticoles dont le marché est florissant grâce à l'apport de capitaux étrangers essentiellement chinois mais sur lesquelles nous n'avons pas de légitimité en termes de prospection, il y a une volonté locale de rassembler et de fédérer les acteurs de la filière autour des enjeux liés à la recherche et au développement. Les projets d'acquisition de propriétés (par des acheteurs chinois) seront systématiquement adressés au CHINESE DESK de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Bordeaux
- Des enjeux qui génèrent des besoins
  - Commerciaux : Mondialisation => industrialisation et niches. Evolution des modèles économiques.
  - Techniques : Une forte demande d'innovation technologique aussi bien au niveau de la viticulture, l'œnologie et même pour le commerce des vins : lutte contre la contrefaçon, la télédétection, la traçabilité.... Un DAS du pôle Alpha pourrait voir le jour prochainement.
  - Environnementaux : Grenelle de l'environnement => ECOPHYTO 2018 = réduction de 50% de l'usage des pesticides en agriculture.
- Un constat : Il n'y a pas ou peu de fabricants, en particulier étrangers, de matériels implantés en Aquitaine... Certains secteurs sont par contre, bien investis par les sociétés françaises, comme la fabrication de tonneaux.

## SEGMENTATION DU MARCHÉ

- Traditionnel : Tonneliers, pépiniéristes, fabricants de matériels ou de produits œnologiques, matériels pour la vinification, pour l'embouteillage, les machines de culture et de cave, les travaux à façon, le conditionnement, le stockage, l'expédition, les équipements divers, les fertilisants, les équipements de conduite de culture, les produits phytosanitaires...
- **Innovant : Numérique** (logiciel, application IT...), **Photonique/laser** (capteurs, diagnostic...), **Imagerie TéraHertz** : mesure du taux d'hydratation, **Environnement** : traitement des effluents, géolocalisation...

## SEGMENTS CIBLES

Logique de niches, identification des « briques » manquantes localement.

## ARGUMENTS DIFFERENCIANTS

Une offre territoriale de dimension internationale:

- L'existence d'**INNO'VIN** : cluster régional de la filière vitivinicole - reconnu en tant que «Grappe d'Entreprises» (Janvier 2011) avec une légitimité et une identité forte de renommée internationale.
- **Une filière stratégique** et un poids lourd de l'économie locale :
  - 1<sup>er</sup> producteur mondial de vins d'AOC/ 140 000 ha pour près de 8 millions d'hectolitres.
  - Un marché local, une culture et un vivier RH : 66 000 emplois directs et indirects.
  - Près de 25% des exportations françaises de vin.
  - Des effets induits sur le tourisme, sur l'attractivité et l'aménagement du territoire.

- **Une filière structurée**
  - Une filière agricole ET industrielle ET commerciale (services).
  - Une interprofession puissante et reconnue par la loi.
  - Des structures d'appui : R&D (INRA, Université...), formation (EPLEFPA, Université, KEDGE), organismes consulaires (Chambres d'Agriculture et le CCI).
  - ISVV, et le projet d'école de sommellerie.
  - Une opportunité de communication : cité des civilisations du vin.
- **Une formation et une R&D de renommée internationale :**
  - Viticulture et œnologie : 210 chercheurs, 26 centres de formation (œnologie, écophysiologie et génomique de la vigne ; marchés et marketing du vin etc.)

### GRUPE PROJET & PARTENAIRES ASSOCIES

- Positionnement en cours de réflexion en matière de prospection dans les actions du cluster: objectif de créer un groupe projet « Prospection Viti-vinicole » sur la complémentarité des actions (animation, structuration filière, identification des cibles, prospection, accueil) auquel pourraient être associés : INNOVIN, CCIB, ADI, Conseil Régional Aquitaine, Conseil Général de Gironde, CUB.
- Partenaires locaux : CIVB, ISVV, Chambre d'Agriculture, Conseil général de la Gironde, Mairie de Bordeaux
- Consultant (ACSAN) pour le marché espagnol (Consultant ADI)
- De forts liens à l'étranger : Davis, Adélaïde et en Allemagne ...à exploiter ainsi que le réseau « GREAT WINE CAPITALS GLOBAL NETWORK ».

### OBJECTIFS SUIVIS PAR BGI SUR LE VOLET ATTRACTIVITE

- Identifier des opportunités d'investissements dans la filière Viti-vinicole, et obtenir des décisions en faveur de Bordeaux-Gironde.
- Référencer Bordeaux-Gironde en tant que terre d'accueil pour les investissements.
- Favoriser le positionnement du pôle INNOVIN auprès des acteurs exogènes (technologiques et industriels) de la filière.

FILIERE VITI VINICOLE	Plan d'action 2013			
	JANVIER FEVRIER MARS	AVRIL MAI JUIN	JUILLET AOUT SEPTEMBRE	OCTOBRE NOVEMBRE DECEMBRE
Groupe projet (réunion mensuelle ou trimestrielle)	Mi-janvier :Début de l'étude : « le viti-vinicole en Aquitaine : existant et débouchés »  Validation des secteurs cibles et définition de l'offre territoriale	<b>Avril</b> : Debriefing mission USA Innovin Wineries Unlimited <b>Juin</b> : validation de la feuille de route du Pôle de compétitivité photonique <b>Juin</b> : Premières conclusions de l'étude Viti vinicole	<b>Août</b> : Conclusions de l'étude Viti vinicole <b>Septembre</b> : préparation du plan d'action 2014 et validation des axes stratégiques : secteurs cibles, éléments différenciants. <b>Septembre</b> : Préparation Salon Novembre	<b>NOVEMBRE : SITEVI</b> Salon international des techniques et équipements vitivinicoles et arboricoles
Présence sur salons, conventions d'affaires et/ou missions de prospection	/	/	/	• <b>Novembre</b> : Salon professionnel en Europe*
Nombre d'entreprises cibles Contactées	4	4	1	8
Comptes clés du territoire	2	2	2	2

\* **Salons pressentis** : SIMEI, Salon international du matériel pour l'oenologie et l'emouteillage, Milan (Italie), du 12 au 16 novembre 2013 ou le SITEVI à Montpellier, du 26 au 28 novembre 2013

**CONVENTION DE PARTENARIAT 2013  
ENTRE LA VILLE DE BORDEAUX  
ET BORDEAUX GIRONDE INVESTISSEMENT**

Entre Monsieur Alain JUPPÉ, Maire de Bordeaux, habilité aux fins des présentes par délibération du Conseil Municipal, en date du ....., et reçue à la Préfecture le .....,

Et Monsieur Alain COUGRAND, Président de Bordeaux Gironde Investissement, autorisé par délibération du Conseil d'Administration du .....,

**Exposé**

La politique générale d'aide aux associations de la ville de Bordeaux fait l'objet de conventions de partenariat qui définissent les objectifs et les moyens de l'association, les conditions matérielles et financières de l'aide apportée par la Ville ainsi que les engagements des deux parties.

**Considérant**

Que l'association BGI – Bordeaux Gironde Investissement, domiciliée 2 place de la Bourse – BP 78 à Bordeaux, dont les statuts ont été modifiés et approuvés le 6 novembre 2009 et dont la déclaration de modification a été reçue en Préfecture de la Gironde le 26 novembre 2009, exerce une activité de promotion économique de Bordeaux et de la Gironde, présentant un intérêt communal propre,

***Il a été convenu :***

**Article 1 – Activités et projets de l'association**

L'association BGI – Bordeaux Gironde Investissement s'assigne au cours de la période du 1er janvier 2013 au 31 décembre 2013, la réalisation des activités de :

BGI intervient sur deux domaines principaux : la promotion du territoire, la détection / prospection et l'accompagnement des projets.

La mission de promotion économique du territoire de BGI a pour objectif de fournir des éléments de discours économiques, des outils de communication disponibles pour les partenaires, et la réalisation d'argumentaires ad'hoc pour les actions de prospection. Un système de veille économique est également mis en place.

Dans le domaine de la détection et prospection des projets, BGI met en place une équipe dédiée et organisée dans le domaine de l'industrie et du tertiaire :

- Aéronautique – Espace – Défense
- Tertiaire supérieur dont banque, assurances et informatique
- Chimie verte
- Construction durable
- Energies marines renouvelables
- Eolien
- Informatique dont informatique de santé
- Numérique (économie du WEB - Jeux vidéo - Imagerie)
- Photonique
- Santé - Dispositifs médicaux
- Santé – Pharmacie – Biotechnologies
- Nautisme – Refit yacht
- Secteur Viti-Vinicole

Enfin, sur l'accompagnement des projets, BGI a pour mission :

- d'identification de sites d'implantations en relation avec la profession immobilière et les collectivités territoriales
- d'apporter des réponses concrètes en matière de ressources humaines et de mobilité géographique
- de mettre à disposition une fonction ressources sur les questions liées aux dispositifs d'accompagnement financiers : subventions, fiscalité et exonérations fiscales, financement de la formation, ...

## **Article 2 – Mise à disposition des moyens**

La Ville de Bordeaux s'engage à mettre à disposition de l'association BGI – Bordeaux Gironde Investissement, dans les conditions figurant à l'article 3 :

- ⇒ une participation de 290 000 € (DEUX CENT QUATRE VINGT DIX MILLE EUROS) pour l'année civile 2013 répartie de la façon suivante :
  - 76 225 € (SOIXANTE SEIZE MILLE DEUX CENT VINGT CINQ EUROS) de cotisation,
  - 213 775 € (DEUX CENT TREIZE MILLE SEPT CENT SOIXANTE QUINZE EUROS) en subvention.

## **Article 3 – Conditions d'utilisation de l'aide**

L'association BGI – Bordeaux Gironde Investissement, s'engage à utiliser les moyens mis à disposition par la Ville de Bordeaux, dans les conditions suivantes :

- ⇒ la subvention sera utilisée pour la conduite de son plan d'actions ci-après annexé pour l'année 2013.

Au regard du budget prévisionnel en annexe, la réalisation des activités s'élève à 2 107 900 euros et la subvention municipale à 213 775 euros.

## **Article 4 – Mode de règlement**

Pour 2013, la subvention de la Ville de Bordeaux, à la réalisation des activités de BGI, s'élève à 213 775 € (DEUX CENT TREIZE MILLE SEPT CENT SOIXANTE QUINZE EUROS).

La subvention de 213 775 € pour le plan d'actions 2013 sera versée suivant le calendrier ci-après :

Tranche n° 1 : 60% à la signature de la présente convention soit 128 265 €,

Tranche n° 2 : 20% au mois de juin 2013 soit 42 755 €,

Tranche n° 3 : le solde, 20%, au mois de septembre 2013 soit 42 755 €.

Elle sera créditée au compte de l'association BGI – Bordeaux Gironde Investissement n° 13335 00301 04085084672 33, établissement : Caisse d'Epargne Aquitaine Nord – 61 rue du Château d'Eau – 33076 Bordeaux cedex.

La cotisation 2013 est d'un montant de 76 225 euros (SOIXANTE SEIZE MILLE DEUX CENT VINGT CINQ EUROS).

#### **Article 5 – Conditions générales**

L'association BGI, Bordeaux Gironde Investissement s'engage :

- 1/ à pratiquer une liberté d'adhésion et d'éligibilité de l'ensemble de ses membres à ses instances dirigeantes,
- 2/ à déclarer sous 3 mois, à la Ville, toute modification remettant en cause ses liens avec le territoire de la commune de Bordeaux,
- 3/ à déclarer sous 3 mois, à la Ville, tout changement intervenu dans son conseil d'administration,
- 4/ à ne pas reverser tout ou partie de la subvention à d'autres associations, sociétés, collectivités ou personnes de toute nature,
- 5/ à adopter un cadre budgétaire et comptable conforme au plan comptable général,
- 6/ à restituer à la Ville les sommes éventuellement non utilisées.
- 7/ à rappeler sur l'ensemble de ses outils d'information ou de communication et sur les supports qu'elle estimera les plus adaptés, l'aide que lui apporte la mairie, soit sous la forme de la présence du logo municipal, soit sous la forme du texte suivant : «association soutenue par la Mairie de Bordeaux ».
- 8/ à mettre à disposition de la Ville de Bordeaux les bases de données et les supports de communication produits dans le cadre du plan d'actions (sous forme écrite et numérique, incluant des formats texte, pdf, photos et vidéo)

#### **Article 6 – Condition de renouvellement**

La présente convention est conclue pour la période fixée à l'article 1. Toute reconduction tacite est exclue. Le cas échéant, une nouvelle convention devra intervenir pour une nouvelle période.

#### **Article 7 – Condition de résiliation**

En cas de non respect par l'association BGI – Bordeaux Gironde Investissement, de l'une des quelconques dispositions prévues aux présentes, la convention pourra être résiliée de plein droit par la Ville de Bordeaux, à l'expiration d'un délai de 15 jours suivant l'envoi d'une lettre recommandée avec accusé de réception valant mise en demeure.

La présente convention sera résiliée de plein droit sans préavis, ni indemnité en cas de redressement ou de liquidation judiciaire ou d'insolvabilité notoire de l'association BGI – Bordeaux Gironde Investissement.

## **Article 8 – Contrôle de la Ville sur l'association**

Conformément à l'article L1611-4 du Code général des collectivités territoriales, l'association s'engage à communiquer aux fins de vérification par des délégués mandatés par le Maire :

- une copie certifiée de son budget,
- une copie certifiée de ses comptes (bilans et compte de résultat) pour l'exercice écoulé (la certification doit se conformer aux dispositions légales et réglementaires en vigueur, notamment les décrets du 27/03/1993 et 1/03/1984,
- tout document faisant connaître les résultats de son activité.

La Ville de Bordeaux et BGI prévoient une réunion de suivi des opérations entre le 1<sup>o</sup> juillet et le 31 octobre, dont l'ordre du jour est notamment constitué par :

- la présentation d'un rapport d'activités intermédiaires,
- la présentation d'une situation financière intermédiaire,
- l'ajustement du plan d'activités et du budget prévisionnel pour la fin de l'exercice,
- le mode d'utilisation par l'association BGI – Bordeaux Gironde Investissement (dans le cadre où ceux-ci sont affectés dans la convention à des actions précises).

## **Article 9 – Droits de timbre et d'enregistrement**

Les frais éventuels des présentes seront à la charge de l'association BGI, Bordeaux Gironde Investissement.

## **Article 10 – Election de domicile**

Pour l'exécution des présentes, il est fait élection de domicile à savoir :

- par la Ville de Bordeaux, en l'Hôtel de Ville,
- par l'association BGI, Bordeaux Gironde Investissement, 2 place de la Bourse à Bordeaux.

Fait à Bordeaux en 4 exemplaires, le

**Pour la Ville de Bordeaux,**

**Pour l'association BGI,  
Bordeaux Gironde Investissement**

**Josy REIFFERS  
Adjoint au Maire**

**Alain COUGRAND  
Président**