



# EXTRAIT DU REGISTRE DES DELIBERATIONS DU CONSEIL MUNICIPAL

---

Conseillers en exercice : 61

Date de Publicité : 02/05/12

Reçu en Préfecture le : 07/05/12  
CERTIFIÉ EXACT,

**Séance du lundi 30 avril 2012**  
**D-2012/207**

***Aujourd'hui 30 avril 2012, 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, Monsieur Didier CAZABONNE, 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, Madame Mariette LABORDE, Madame Marie-Françoise LIRE, 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, Madame Paola PLANTIER, Mlle Laetitia JARTY, Monsieur Jacques RESPAUD, Monsieur Jean-Michel PEREZ, Madame Martine DIEZ, Madame Emmanuelle AJON, Monsieur Matthieu ROUYEYRE, Monsieur Pierre HURMIC, Madame Marie-Claude NOEL, Monsieur Patrick PAPADATO, Monsieur Vincent MAURIN, Madame Natalie VICTOR-RETALI,

**Excusés :**

Monsieur Pierre LOTHAIRE, Monsieur Jean-Michel GAUTE, Monsieur Jean-François BERTHOU, Madame Béatrice DESAIGUES

## **Convention annuelle 2012 entre la Ville de Bordeaux et l'Association BGI. Bordeaux Gironde Investissement. Signature. Autorisation.**

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

Mesdames, Messieurs,

BGI, Bordeaux Gironde Investissement est née en 1996 d'un consensus entre les principales organisations publiques girondines en charge du développement économique. BGI accompagne les entreprises dans leur projet d'implantation, d'extension ou de relocalisation sur Bordeaux et en Gironde.

### **Plan d'actions 2012 :**

BGI intervient sur deux domaines principaux : le marketing territorial et la détection / prospection des projets et mènent des actions spécifiques (sur la base de budgets spécifiques) :

En matière de marketing territorial et de promotion économique, BGI a pour objectifs :

- L'élaboration de l'offre territoriale :
  - o en identifiant les constituants de l'offre Bordeaux-Gironde ainsi que pour chacun des territoires girondins
  - o en déterminant ses avantages comparatifs dans une approche «demande» et en structurant la politique d'accueil d'activités économiques
  
- La stratégie de communication :
  - o en optimisant la mise en valeur du territoire et en créant une identité forte, une marque territoriale qui incarne les valeurs qui fédère l'ensemble des acteurs locaux
  - o en valorisant les avantages comparatifs identifiés
  - o en jouant la différence pour se démarquer

Dans le domaine de la détection, prospection et traitements de projets, BGI a pour mission de :

- La promotion du territoire :
  - o en agissant sur les réseaux locaux, nationaux et internationaux avec pour objectif global, l'amélioration du référencement de Bordeaux et de la Gironde
  - o en consolidant la dimension transversale de l'action BORDEAUX CONNEXION.
- La promotion sectorielle :
  - o en soutenant les actions de prospection
  - o en articulant le discours « filière » avec le discours promotionnel du territoire
- La veille économique et le traitement d'informations économique :
  - o en collectant les informations économiques et les données statistiques sur le territoire et les entreprises correspondant aux besoins de l'équipe et aux attentes des partenaires financeurs de BGI.
  - o en éditant et diffusant des produits d'information et de promotion économique du territoire
  - o en assurant une veille concurrentielle secteurs/territoires et disposer d'éléments de prospective
- La prospection des projets tertiaires :
  - o en identifiant les activités appartenant à des secteurs en croissance, pourvoyeurs de projets et d'emplois pérennes
  - o en identifiant les secteurs en émergence susceptibles de contribuer au renforcement du tissu girondin
  - o en renforçant les fonctions décisionnelles sur l'agglomération bordelaise
  - o en contribuant à référencer Bordeaux Gironde comme une alternative pertinente, en termes de localisation, à la région parisienne.
- La prospection des projets industriels :
  - o en agissant pour le renforcement des pôles de compétitivité, des pôles d'excellence et des clusters
  - o en identifiant les activités appartenant à des secteurs en croissance, pourvoyeurs de projets et d'emplois pérennes.
  - o en identifiant les secteurs en émergence susceptibles de contribuer au renforcement

Les actions spécifiques :

- Mise en œuvre du plan d'actions communication :
  - o en créant le réflexe Bordeaux-Gironde par un discours démarqué pour être visible, par la reconnaissance de Bordeaux comme site d'implantation et de développement d'activités économiques
- Action World Trade Center :
  - o en étudiant la faisabilité d'une création d'un World trade Center à Bordeaux
- Action Cluster Informatique de Santé :
  - o en contribuant à la consolidation du cluster par la prospection d'activités complémentaires à celles présentes en Aquitaine

#### **Résultats 2011 :**

En 2011, BGI a traité 85 nouveaux dossiers de prospection ayant donné lieu à 31 décisions d'implantation, dont 13 concernent des entreprises à capitaux d'origine étrangère.

En matière d'emplois, les 31 décisions d'implantations correspondent un prévisionnel de création de 1450 emplois à 3 ans (dont 722 emplois privés).

Pour la Ville de Bordeaux, ce sont 5 décisions d'implantation ou déploiement représentant une perspective de création de 99 emplois à 3 ans.

Vous trouverez en annexe le détail du plan d'actions, le budget prévisionnel et un projet de convention annuelle 2012 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 2012 de l'association BGI.

Cette convention s'inscrit dans le droit fil des décisions prises en Conseil d'Administration de BGI en date du 27 janvier 2012.

La participation demandée pour 2012 à la Ville de Bordeaux est de 435 350 euros pour le plan d'actions 2012, se répartissant comme suit : 76 225 euros en cotisation et 359 125 euros en subvention dont 150 000 euros pour l'action spécifique de mise en œuvre du plan de communication.

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

- signer la convention annuelle 2012,
- verser la participation prévue au budget primitif 2012, soit 435 350 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 359 125 euros pour le plan d'actions 2012 et le plan de communication 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 30 avril 2012

P/EXPEDITION CONFORME,

**Monsieur Josy REIFFERS**

**CONVENTION DE PARTENARIAT 2012  
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 Jean-Marie CHADRONNIER, Président – 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 1<sup>er</sup> janvier 2012 au 31 décembre 2012, la réalisation des activités de :

- ⇒ Marketing territorial et de promotion économique :
- L'élaboration de l'offre territoriale :
  - o en identifiant les constituants de l'offre Bordeaux-Gironde ainsi que pour chacun des territoires girondins
  - o en déterminant ses avantages comparatifs dans une approche «demande» et en structurant la politique d'accueil d'activités économiques

- La stratégie de communication :
  - o en optimisant la mise en valeur du territoire et en créant une identité forte, une marque territoriale qui incarne les valeurs qui fédèrent l'ensemble des acteurs locaux
  - o en valorisant les avantages comparatifs identifiés
  - o en jouant la différence pour se démarquer
- ⇒ Détection, prospection et traitements de projets :
- La promotion du territoire :
  - o en agissant sur les réseaux locaux, nationaux et internationaux avec pour objectif global, l'amélioration du référencement de Bordeaux et de la Gironde
  - o en consolidant la dimension transversale de l'action BORDEAUX CONNEXION.
- La promotion sectorielle :
  - o en soutenant les actions de prospection
  - o en articulant le discours « filière » avec le discours promotionnel du territoire
- La veille économique et le traitement d'informations économique :
  - o en collectant les informations économiques et les données statistiques sur le territoire et les entreprises correspondant aux besoins de l'équipe et aux attentes des partenaires financeurs de BGI.
  - o en éditant et diffusant des produits d'information et de promotion économique du territoire
  - o en assurant une veille concurrentielle secteurs/territoires et disposer d'éléments de prospective
- La prospection des projets tertiaires :
  - o en identifiant les activités appartenant à des secteurs en croissance, pourvoyeurs de projets et d'emplois pérennes
  - o en identifiant les secteurs en émergence susceptibles de contribuer au renforcement du tissu girondin
  - o en renforçant les fonctions décisionnelles sur l'agglomération bordelaise
  - o en contribuant à référencer Bordeaux Gironde comme une alternative pertinente, en termes de localisation, à la région parisienne.
- La prospection des projets industriels :
  - o en agissant pour le renforcement des pôles de compétitivité, des pôles d'excellence et des clusters
  - o en identifiant les activités appartenant à des secteurs en croissance, pourvoyeurs de projets et d'emplois pérennes.
  - o en identifiant les secteurs en émergence susceptibles de contribuer au renforcement

Les actions spécifiques (sur la base de budgets spécifiques) :

- Mise en œuvre du plan d'actions communication :
  - o en créant le réflexe Bordeaux-Gironde par un discours démarqué pour être visible, par la reconnaissance de Bordeaux comme site d'implantation et de développement d'activités économiques
- Action World Trade Center :
  - o en étudiant la faisabilité d'une création d'un World trade Center à Bordeaux
- Action Cluster Informatique de Santé :
  - o en contribuant à la consolidation du cluster par la prospection d'activités complémentaires à celles présentes en Aquitaine

## **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 435 350 € (QUATRE CENT TRENTE CINQ MILLE TROIS CENT CINQUANTE EUROS) pour l'année civile 2012 répartie de la façon suivante :
  - 76 225 € (SOIXANTE SEIZE MILLE DEUX CENT VINGT CINQ EUROS) de cotisation,
  - 359 125 € (TROIS CENT CINQUANTE NEUF MILLE CENT VINGT CINQ EUROS) en subvention dont 150 000 € pour l'action spécifique de mise en œuvre du plan de communication.

## **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 2012 et l'action spécifique de mise en œuvre du plan de communication.

Au regard du budget prévisionnel en annexe, la réalisation des activités s'élève à 3 352 793 euros (se répartissant en 2 116 910 euros pour le plan d'actions 2012 et 1 235 883 euros pour les actions spécifiques) et la subvention municipale à 435 350 euros (se répartissant en 285 350 euros pour le plan d'actions 2012 et 150 000 euros pour l'action spécifique de mise en œuvre du plan de communication).

## **Article 4 – Mode de règlement**

Pour 2012, la subvention de la Ville de Bordeaux, à la réalisation des activités de BGI, s'élève à 359 125 € (TROIS CENT CINQUANTE NEUF MILLE CENT VINGT CINQ EUROS) se répartissant en 209 125 € (DEUX CENT NEUF MILLE CENT VINGT CINQ EUROS) pour le plan d'actions 2012 et 150 000 € (CENT CINQUANTE MILLE EUROS) pour l'action spécifique de mise en œuvre du plan de communication.

La subvention de 209 125 € pour le plan d'actions 2012 sera versée suivant le calendrier ci-après :

- Tranche n° 1 : 60% à la signature de la présente convention soit 125 475 €,
- Tranche n° 2 : 20% au mois de juin 2012 soit 41 825 €,
- Tranche n° 3 : le solde, 20%, au mois de septembre 2012 soit 41 825 €.

La subvention de 150 000 € pour l'action spécifique de mise en œuvre du plan de communication sera versée suivant les modalités ci-après :

- Tranche n° 1 : 60% à la signature de la présente convention soit 90 000 €,
- Tranche n° 2 : 40% après validation de la mise en œuvre du plan de communication soit 60 000 €.

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

La cotisation 2012 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>er</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**

**Jean-Marie CHADRONNIER  
Président**



**PLAN D'ACTION  
ET BUDGET PREVISIONNEL 2012**

**Conseil d'administration  
Vendredi 27 janvier 2012**

# PLAN D'ACTION 2012

Sommaire .....	2
Rappel et bilan sommaire de l'année 2011 .....	3
Plan d'action 2012 - Lignes directrices .....	5
1. Ingénierie de l'implantation : Prospection et traitement de projets.....	8
1.1 - Mode opératoire	
1.2 - Fiche Promotion sectorielle - Appui à la prospection	(page 12)
1.3 - Fiche Veille économique - Production et traitement d'informations économiques	(page 13)
1.4 - Fiche Prospection des projets tertiaires	(page 15)
1.5 - Fiche Prospection des projets industriels	(page 17)
2. Marketing territorial .....	19
2.1 - Elaboration de l'offre	(page 20)
2.2 - Stratégie de communication	(page 23)
3. Actions spécifiques .....	24
3.1 - Communication : Mise en œuvre du plan d'action	(page 25)
3.2 - Action « World Trade Center »	(page 26)
3.3 - Action « Cluster Informatique de Santé »	(page 27)
4. Budget 2012 – Recettes prévisionnelles .....	29
5. Budget 2012 – Dépenses prévisionnelles .....	32
Annexe - Organigramme fonctionnel.....	37

# Rappel et bilan sommaire de l'année 2011

Bordeaux Gironde Investissement, sur ses deux métiers : MARKETING TERRITORIAL/ PROMOTION et IDENTIFICATION DE PROJETS (détection, prospection) / ACCUEIL a pour mission la structuration (le marketing) de l'offre commerciale d'attractivité et l'accompagnement des activités exogènes (identification et prospection des projets nationalement ou internationalement mobiles) au profit du territoire de Bordeaux et de la Gironde.

Pour Bordeaux Gironde Investissement, **2011 est une année en rupture par rapport aux trois années précédentes**. 2008 – 2009 – 2010 s'étaient soldées par des résultats – en termes d'implantations et d'emplois prévisionnels annoncés – qui allaient bien au-delà des objectifs fixés et des résultats habituellement enregistrés.

Le nombre de projets traités en 2011 s'est très fortement ralenti et la taille des décisions d'implantation enregistrées sur notre territoire a sensiblement diminué. Bordeaux Gironde Investissement a accompagné 31 décisions d'implantation générant près de 600 emplois. Un chiffre qu'il faut rapprocher des 32 décisions d'investissement représentant la création à trois ans de 1 424 emplois pour l'année précédente.

Parallèlement, certains des projets qui avaient fait l'objet de décisions d'implantation officiellement annoncées et médiatisées, ont été soit suspendus (First SOLAR), soit ralentis (EADS Astrium) ou abandonnés (SUNNCO). Ce mouvement, qui a impacté très durement le secteur des énergies renouvelables, n'est pas spécifique à la Gironde, mais a touché nombre de régions concernées par le développement de ces activités. Toutefois, certains dossiers, tel celui de la SIMMAD, se traduisent par des créations de postes beaucoup plus importantes qu'initialement annoncé (850 pour 500 transferts prévus initialement).

**La conjonction d'une crise financière extrêmement dure, qui s'étend aux grandes puissances, deux élections majeures ont conduit un très grand nombre de sociétés à annuler (au pire), ou à différer (au mieux) leurs projets d'implantation ou leurs projets de développement.**

Parallèlement à ce contexte déjà tendu, les prises de position des nouveaux acteurs et de nouvelles puissances (Brésil, Russie, Inde et Chine) se concrétisent et modifient profondément les critères et les mouvements des investissements internationalement mobiles. Et il y a en Europe, toujours autant d'agences qui se disputent un nombre de projets en nette diminution pour 2011.

Au-delà de ces constats, et tout en maintenant nos efforts en matière de prospection et de traitement de projets d'investissement, Bordeaux Gironde Investissement a œuvré pour répondre aux attentes de ses partenaires :

- **La structuration progressive de la fonction de centre de services partagés** (lieu de coordination et d'animation de l'action qui lui a été confiée en matière de marketing territorial) **s'est poursuivie, et la mise en œuvre de la stratégie effective de communication relancée, pour des premiers résultats attendus début 2012**. Cette relance a trouvé sa concrétisation dans la mise en œuvre d'une action spécifique pour laquelle la CUB a octroyé une subvention complémentaire de 304 000 euros (**Cf. décision du Conseil d'administration du 21 octobre 2011**).

- **Capacité de réponse et d'adaptation aux sollicitations des partenaires financeurs :**

- Implication dans les actions de lancement, développement et promotion des pôles technologiques : ECOPARC – AEROPARC.
- Participation à la réflexion et aux actions engagées :
  - par la Communauté Urbaine de Bordeaux dans le cadre de la démarche METROPOLE 3.0 et du projet de la Fabrique métropolitaine ainsi que sur la concrétisation des actions du Schéma Métropolitain de Développement Economique (SMDE). Début 2012, la CUB et Bordeaux Gironde Investissement signeront une convention d'objectifs triennale. Une convention dans laquelle, au-delà du soutien des activités globales de BGI, la CUB souhaite associer l'agence à un certain nombre d'actions spécifiques découlant de la mise en œuvre du SMDE.
  - par le Conseil Régional d'Aquitaine et la Communauté Urbaine de Bordeaux pour la constitution d'un cluster Eolien aux côtés d'Innovalis Aquitaine et de 2ADI, et la conduite d'actions liées : organisation de la participation au Salon EWEA de Bruxelles en mars et d'Amsterdam, début décembre.
  - par le Conseil Régional d'Aquitaine, en coopération avec Innovalis Aquitaine, pour promouvoir et renforcer le pôle aquitain d'informatique de santé (présence aquitaine au rendez-vous annuel de l'informatique hospitalière, le Salon HIT – Health Information Technologies).
  - par la Chambre de Commerce et d'Industrie de Bordeaux et BEM pour l'organisation notamment dans le cadre de VINEXPO ASIE PACIFIQUE et l'accueil de délégations étrangères en provenance des pays suivants : Australie, Chine, Japon, Russie, et UK.
  - par la Mairie de Bordeaux : la participation à des rencontres économiques (Shanghai – Hong Kong – Londres) : accueil de délégations d'affaires, programmes personnalisés pour des Ambassades ou Consulats ... (USA – Allemagne – Belgique – Russie ...)
  - par le Conseil Général de la Gironde en matière de marketing territorial des Pays Girondins.

- Tout cela s'est traduit par la gestion d'opérations nouvelles et donc, de budgets spécifiques, qui ont pris progressivement de l'importance avec une évolution significative attendue pour 2012. Le tableau, ci-dessous, présente les données agrégées de cette évolution.

<b>ANNEES</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012*</b>
Budgets globaux	2 180 000	2 431 000	2 570 000	2 910 000	3360 000
Masse salariale	56.5	57.9	55.2	49.8	45.0

\*Prévisionnel

# Plan d'action 2012 - Lignes directrices

Dans une situation économique que les prévisionnistes annoncent difficile, le projet de Plan d'Action 2012 pour B.G.I. propose un certain nombre d'inflexions destinées à optimiser collectivement l'utilisation des moyens accordés par nos partenaires et à mieux positionner Bordeaux et la Gironde comme destination pertinente des décisions d'investissement.

Dans le contexte actuel de prudence budgétaire, nous proposons à travers le plan d'action, détaillé ci-après, de concentrer (i.e. consacrer majoritairement) nos moyens à des prises de contact direct avec les entreprises (les prospects).

Parallèlement, BGI assurera une présence forte sur un nombre limité de salons professionnels (en tant qu'exposant) ; essentiellement sur des opérations faisant l'objet de budgets spécifiques comme cela est le cas depuis deux ou trois exercices sur les thématiques *Energie Eolienne* et *Informatique de Santé*, et afin de nous positionner en accompagnement d'opérations réalisées sous maîtrise d'ouvrage par nos partenaires (*SIMI* et *MIPIM* - salons sur l'immobilier d'entreprise - avec *la Métropole*, *FARNBOROUGH* – *aéronautique* - avec *la Région*, *Salon Lasers*, *Salon matériaux* ou encore *VINEXPO ASIA* avec d'autres partenaires).

**Ancrer les actions engagées en matière de MARKETING TERRITORIAL avec pour objectifs :**

- L'actualisation continue de l'analyse et du plan stratégique du territoire (plan marketing).
- La mise en œuvre concrète, en 2012, de la stratégie de communication retenue pour le territoire afin de renforcer le positionnement économique national et international de Bordeaux et de la Gironde.
- Promouvoir la « signature » qui aura été retenue. Valoriser les atouts qui permettront à l'agglomération bordelaise de passer de son statut actuel de capitale régionale à celui de métropole européenne d'équilibre, dans le système urbain qui se met progressivement en place au niveau de l'Union Européenne.

**L'adoption d'une identité fédératrice, la détermination d'une stratégie de communication commune et la définition de budgets adéquats sont les conditions nécessaires et préalables.** La mise en œuvre d'une stratégie de marketing territorial devrait pouvoir s'appuyer sur un schéma de gouvernance associant l'ensemble des acteurs économiques de l'agglomération, chacun intervenant en fonction de ses ambitions et de ses moyens.

**Conforter nos actions en matière de DETECTION ET DE TRAITEMENT DES PROJETS :**

- Participer, par des actions ciblées, à la consolidation du système productif girondin avec pour objectif la réduction de ses deux faiblesses identifiées :
  - la sous-représentation relative des activités industrielles,
  - le retard relatif en matière d'emplois métropolitains supérieurs.

- Action sur les réseaux locaux, nationaux et internationaux avec pour objectif global, l'amélioration du référencement de Bordeaux et de la Gironde.
  - Au vu des résultats observés, consolider la dimension transversale de l'action BORDEAUX CONNEXION.
  - Par rapport aux années précédentes, nous proposons une inflexion méthodologique reposant sur un constat et une volonté de coopération :
    - **Constat** : Au cours de ces dernières années, ce territoire a fait l'objet d'approches structurées de la part des pouvoirs publics en partenariat avec les acteurs économiques et certaines des actions engagées sont aujourd'hui opérationnelles : pôles de compétitivité - clusters - grappes d'activité - montée en puissance de structures d'animation transversales ; d'autres sont en voie de mise en œuvre plus ou moins avancées (Grappes d'activités accolées aux Pays girondins avec une première approche de structuration autour des composites froids et des énergies renouvelables en Médoc), d'autres enfin, restent à mettre en œuvre telle la grappe des activités du tertiaire supérieur à Bordeaux et son animation.
    - Une **volonté de rapprochement et de coopération** avec les différentes organisations ayant en responsabilité l'animation économique des territoires ou des filières : Pôles de Compétitivité, Clusters, Agences régionales ou locales de développement (TECHNOWEST – UNITEC – Hauts de Garonne Développement – Arc Sud développement) ou structures dédiées de communautés de communes pour l'ensemble du territoire girardin.
- Les objectifs poursuivis dans cette volonté de coopération :
- Optimiser la dépense publique en évitant le développement d'activités redondantes.
  - Proposer aux structures d'identifier ensemble les cibles (domaines d'intérêt stratégique et entreprises).
  - Améliorer les argumentaires de présentation aux investisseurs.
  - **Engager l'action de prospection de Bordeaux Gironde Investissement sur les cibles identifiées.**
  - Mettre à disposition de nos partenaires financeurs qui en feraient la demande les différentes bases « prospects » constituées au cours de ces dernières années.
- L'agglomération et son territoire d'influence sont aujourd'hui en position d'outsiders. Il faut donc dans un contexte de globalisation / mondialisation et de concurrence accrue, redoubler d'effort et, si possible, renforcer nos actions pour espérer voir le territoire Bordeaux Gironde enfin apparaître sur les « radars » des investisseurs et des prescripteurs nationaux et internationaux.
  - Pour l'année à venir, nous proposons à nos partenaires, dans l'esprit de collaboration décrit, ci-dessus :
    - de maintenir les actions en direction des secteurs d'activités industrielles suivants : Energies renouvelables, activités de pharma et biotechnologies, Matériel médical, (dé) construction navale, optique/laser/photonique, ainsi qu'en direction d'activités qui relèvent du tertiaire avec pour objectif principal, de renforcer les fonctions de décisions sur la métropole.

- d'intensifier nos actions dans le domaine de l'AESE et notamment dans les activités de maintenance aéronautique de défense,
- d'élargir nos actions aux domaines tels que les systèmes de transport intelligent, les Smart Grids, la filière nautique ...

**Les objectifs qui avaient été fixés sur la période 2007-2013, avaient été sensiblement revus à la hausse, en réponse à l'augmentation des moyens accordés. Sur les années 2007 – 2008 – 2009 – 2010, ces objectifs ont été atteints et largement dépassés. L'année 2011 est difficile non seulement pour Bordeaux Gironde Investissement mais aussi pour les différentes agences que nous avons consultées.**

**Pour une année 2012 marquée par un contexte de crise économique et financière sans précédent, mais aussi par un contexte préélectoral, habituellement peu propice aux décisions d'investissement, nous vous proposons de considérer ce prochain exercice comme un exercice transitoire qui devra nous permettre de réajuster les objectifs quantitatifs pour la période 2013 -2015.**

Le projet de budget 2012 avait été initialement bâti sur une hypothèse de quasi maintien des moyens accordés, pour les actions récurrentes menées par BGI essentiellement liées à la promotion économie globale du territoire, la détection et le traitement de projets, c'est-à-dire hors actions spécifiques qui, en 2012, intègrent deux actions significatives : la mise en œuvre du plan communication et le lancement de la phase de préfiguration du centre de commerce international Bordeaux Aquitaine.

**Une décision, communiquée à l'ensemble de financeurs à la mi-novembre, nous conduit à restreindre le champ de nos actions pour un montant de 110 000 euros, (réduction de 100 000 euros de l'apport de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Bordeaux, réduction de 3 % de la participation du Conseil Régional d'Aquitaine), ce qui représente une part significative de nos crédits d'actions, hors actions spécifiques.**

Dans ce contexte, et compte tenu des ambitions de l'Agence vis-à-vis du territoire Bordeaux Gironde :

- Etre acteur de la future métropole Millionnaire,
- Participer au développement équilibré du territoire,
- Faire de Bordeaux et de la Gironde, une destination crédible pour les investissements nationalement et internationalement mobiles,

il est non seulement proposé aux membres du Conseil de considérer le plan d'action et le budget prévisionnel récurrents 2012 comme un plan d'action et un budget a minima, mais aussi d'engager une réflexion sur l'évolution et le renforcement de l'agence de promotion des investissements par le recours éventuel à des expertises extérieures reconnues en ce domaine.

Les propositions faites aux membres du Comité de Suivi et d'Orientation de BGI, validées par lui le 4 janvier dernier, ont été intégrées dans le plan d'action 2012 et le projet de budget qui le soutient. Ces propositions ont notamment permis de dégager une marge de manœuvre de 74.00 euros permettant de réintégrer des actions nouvelles par rapport à celles qui avaient été proposées dans le document diffusé début décembre 2011. Ces actions sont détaillées pages 33 à 35.

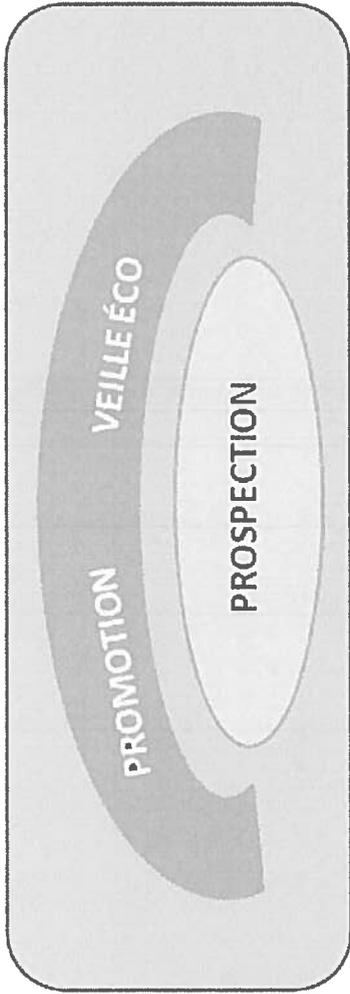
# — 1 — INGENIERIE DE L'IMPLANTATION Prospection et Traitement de projets

Le mode opératoire utilisé pour l'ensemble de la chaîne : Promotion sectorielle et territoriale - Veille économique - Identification puis traitement de projets, est présenté dans les trois pages suivantes afin de répondre aux attentes des services des organismes financeurs qui ont souhaité que nous distinguions bien ce qui relève de la « prospection » de ce qui recouvre le traitement des projets.

Une fois ce point « méthodologique » exposé, quatre fiches sont proposées :

- Les deux premières décrivent :
  - Tout d'abord, l'activité de veille économique et de production d'informations servant « d'input » à l'activité de détection de projets,
  - Ensuite, les actions concrètes de promotion (production d'outils ou présence sur des salons).
- Les deux suivantes présentent, comme cela avait été souhaité lors des exercices précédents, l'approche de détection et de traitement des projets en distinguant les activités industrielles des activités tertiaires.

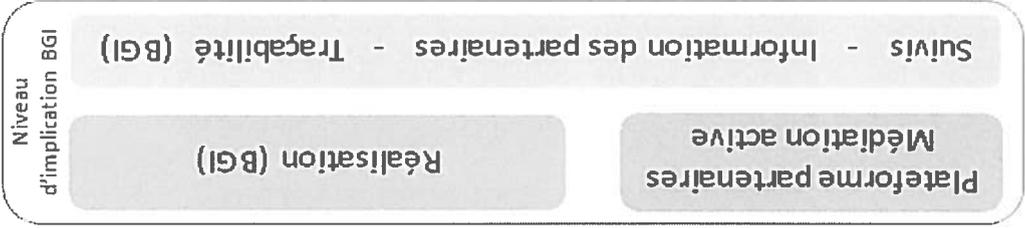
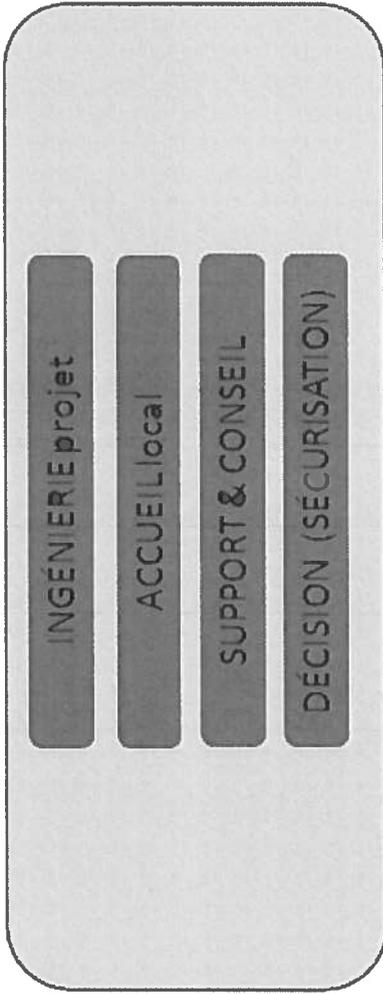
**IDENTIFICATION**



Sur projet identifié

- adapter le traitement
- évaluer la mobilisation

**TRAITEMENT**



Niveau d'implication BGI

Suivis - Information des partenaires - Tragabilité (BGI)

## IDENTIFICATION DE PROJETS EXOGENES

Unités  
d'œuvre  
7,4 ETP

- Salons professionnels
- Conférences
- Accueils délégations étrangères
- Voyages de presse
- Bordeaux ConneXion
- Site Internet
- Supports graphiques
- Evénements / manifestations

### PROMOTION

2,5 ETP

- Acteurs en croissance
- Veille technologique : Green Univers, Green News Techno, Air & Cosmos, ..
- Suivi des nominations : AGEFI, Les Echos, ..
- Levées de fonds et modifications des capitaux : CF News, Capital Finance, ..
- Exploitation classements : Deloitte Technology Fast 50 France, OSEO Excellence, top 100 des SSLI, ...
- Exploitation fichiers d'entreprises (associations professionnelles, CCI, ..)
- Entreprises multirégionales sans implantations dans le Sud Ouest

### VEILLE ÉCONOMIQUE

1,1 ETP

- Exploitation des réseaux
- Suivi des comptes clés du territoire
- Bordeaux-ConneXion
- Opérations récurrentes de type "Osez Bordeaux" et "Bordeaux réflexe"
- Missions de prospection à l'étranger
- Présences salons en tant que visiteur ou en tant qu'exposant
- Consultants spécialisés

### PROSPECTION : RECHERCHE INFOS & CONTACTS

3,8 ETP

AIDIA / Collectivités locales & associations DÉVÉCO / partenaires / ...  
Chainons manquant dans pôles de compétitivité et technologiques  
AFII & IFA(s) / Agence Québec International / ...  
Orientation par les partenaires  
Animations réseaux prescripteurs (promoteurs, cabinets de conseil, Ambassades, ..

## TRAITEMENT DE PROJETS EXOGÈNES

Unités  
d'œuvre  
4,8 ETP

### APPROFONDISSEMENT CAHIER DES CHARGES, INGÉNIERIE DE LA PROPOSITION, VALIDATION DES PARTENAIRES

Analyse des enjeux  
Rapport aux partenaires  
Foncier / immobilier  
Financement / soutiens financiers  
Mobilité / RH  
Information économique et réglementaire  
Comité Technique, échanges, « COPILS », ...  
Formulation proposition collective, Communication au porteur

20 %

### ACCUEIL DU PORTEUR SUR TERRITOIRE

- Action commerciale « de terrain »
- Montage rencontres entre porteur du projet et décideurs locaux ou régionaux

20 %

### SUPPORT & CONSEIL GESTION CONFIDENTIALITÉ ACCOMPAGNEMENT RH

- Conseil stratégique au porteur : "déménagement", présentation partenaires, R&D, services divers, ..
- Accompagnement à consultation fournisseurs d'utilité / coordination réponses aux questionnaires techniques du porteur / "globalisation réactive" pour renseigner le porteur / gestion du multilinguisme éventuel
- Mobilisation services qualifiés / médiation avec autorités administratives / gestion du "fil rouge" / animation COPILS et management de "plateformes" diverses
- Rencontres au siège du porteur
- Montage de voyages de séduction (mobilité RH) et accueils des personnels
- Mobilisation Pôle Emploi / APEC / ..

55 %

### DÉCISIONS - SÉCURISATION

- Coordination des annonces de décisions
- Accompagnement / coordination éventuels événements associés annonces

5 %

## 1.2 - Promotion sectorielle - Appui à la prospection

<b>Objectifs</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Soutenir les actions de prospection tant au national qu'à l'international</li><li>• Articuler le discours filière/technologie avec le discours promotionnel généraliste</li></ul>
<b>Domaines et secteurs cibles prioritaires</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Investisseurs : entreprises nationales et internationales mobiles</li><li>▪ Cadres</li><li>▪ Scientifiques ou leaders « de branche »</li><li>▪ Prescripteurs-relais, consultants... plus particulièrement dans les secteurs innovants et à forte valeur ajoutée, tertiaires ou industriels</li></ul>
<b>Modes opératoires</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Adaptation des supports et outils BGI au discours général du territoire et à sa nouvelle identité (marque)</li><li>• Réalisation de supports spécifiques en fonctions des cibles et pays définis dans le plan d'action prospection BGI</li><li>• Diffuser les messages et les arguments clés génériques</li><li>• Assurer la présence du territoire lors d'événements professionnels</li></ul>
<b>Actions</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Réalisation de plaquettes et argumentaires sectoriels (à minima en versions anglaise et française)</li><li>• Organisation de stand collectif ou non sur les salons professionnels ciblés</li><li>• Site internet</li><li>• E-mailings</li><li>• Supports présentation PowerPoint</li><li>• Réalisation de plaquettes « transversales »</li></ul>
<b>Critères d'évaluation</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Perception des outils par les cibles concernées</li><li>• Impact des stands lors d'un salon et évaluation auprès des entreprises participantes lors d'actions collectives</li></ul>

## 1.3 – VEILLE ECONOMIQUE ET TRAITEMENT D'INFORMATIONS ECONOMIQUES

### Objectifs

- Collecter les informations économiques et les données statistiques sur le territoire et les entreprises correspondant aux besoins de l'équipe et aux attentes des partenaires financeurs de BGI.
- Editer et diffuser des produits d'information et de promotion économique du territoire.
- Assurer une veille concurrentielle secteurs/territoires et disposer d'éléments de prospective.

### Contexte

- L'information économique est stratégique pour BGI et ses partenaires
- Ces informations sont multiples et difficiles d'accès : pour être pertinentes et fiables, elles supposent une expertise de recherche, de sélection, de maintenance (actualisation permanente), de traduction pour une mise à disposition spécifique et efficace.
- Demande croissante des partenaires pour des produits « clé en main », fiables et pertinents.

### Cibles prioritaires

- L'équipe permanente de Bordeaux Gironde Investissement
- Les investisseurs potentiels et leurs collaborateurs
- Les prescripteurs relais (journalistes, consultants, consulats...)
- Les partenaires institutionnels locaux
- Les adhérents (entreprises, formations professionnelles...)

### Modes opératoires Actions

- **Site internet « bordeaux-invest.fr »** : Actualisation permanente (actualités Bordeaux-Gironde, documents téléchargeables...). Mise en ligne d'une nouvelle version « modernisée » courant janvier 2012.
- **Fiches sectorielles** : état des lieux d'une quinzaine de secteurs industriels et tertiaires caractéristiques des compétences du territoire (ASD, Energies renouvelables, Logistique, Biotechnologies, Laser, TIC, Tertiaire, Santé ...). Actualisation annuelle.
- **Fiches « Pays »** : état des lieux des relations économiques et commerciales entre l'Aquitaine et les principaux pays partenaires (OCDE – BRIC's).
- **Abécédaire des grands projets Bordeaux-Gironde** (répertoire des équipements structurants -scientifiques, culturels, et d'aménagement- en cours sur Bordeaux-Gironde) : une cinquantaine de projets sont régulièrement suivis. 3 actualisations par an, mises en ligne en français et en anglais sur le site internet de BGI.

## PRODUCTION ET TRAITEMENT D'INFORMATIONS ECONOMIQUES (SUITE)

- **Base de données « Entreprises et savoir-faire »** : 450 sociétés girondines enquêtées tous les 2 ans (enquête réalisée en 2010) et actualisée par une veille quotidienne de la presse économique. Une approche qui recouvre en partie la volonté de la Communauté Urbaine de Bordeaux de suivre les 300 « comptes clés » de son territoire.
  - Edition d'un **ouvrage sur les Initiatives scientifiques et technologiques du territoire** de Bordeaux Gironde : dans le même état d'esprit que l'Abécédaire des grands projets, mettre à la disposition des élus, de nos adhérents, de nos prospects et des prescripteurs, un répertoire des décisions récentes qui témoignent de la puissance et de la vitalité de la recherche bordelaise.
  - **Agenda de BGI** diffusé à 1500 exemplaires, intégrant une présentation synthétique de l'économie girondine (chiffres clefs, faits marquants, performances) et un atlas de cartes.
  - Un panorama économique girondin synthétique (chiffres clefs, conjoncture, Performances) disponible en anglais.
  - Benchmark des agences de développement des principales villes concurrentes françaises : *mesures de la performance des agences*.
  - Veille économique à développer en réponse aux besoins de la prospection et aux attentes du marketing.
  - Réponses aux Palmarès des magazines économiques sur les classements des villes (FDI magazine, L'Entreprise....).
- 
- **Respect du planning d'actualisation des documents.**
  - **Suivi de l'utilisation des documents par les partenaires.**
  - **Trafic du site internet (nombre de visiteurs, rubriques, retours projets - contacts investisseurs...).**
  - **Groupe interne sur les besoins en information et veille économique.**

### Modes opératoires Actions

### Critères d'évaluation

## 1.4 - PROSPECTION DES PROJETS TERTIAIRES

<b>Objectifs</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Identifier et implanter des activités appartenant à des secteurs en croissance, pourvoyeurs de projets et d'emplois pérennes, identifier les secteurs en émergence susceptibles de contribuer au renforcement du tissu girondin.</li><li>▪ Renforcer les fonctions décisionnelles sur l'agglomération bordelaise.</li><li>▪ Référencer Bordeaux Gironde comme une alternative pertinente, en termes de localisation, à la région parisienne.</li></ul>
<b>Contexte</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Les projets d'investissement relevant d'activités tertiaires représentent les deux tiers des projets internationalement mobiles.</li><li>▪ S'appuyer sur une offre immobilière locale dynamisée par les grands projets d'infrastructures de communication : franchissements fluviaux, LGV, A65, réseaux haut débit, ...</li><li>▪ Capitaliser sur l'offre immobilière et foncière existante : LA BASTIDE – RAVEZIES – PELUS - CADERA – BERSOL, ainsi que la future offre des Bassins à flots et la prochaine mise en marché d'un centre d'affaires à vocation internationale : OIN Bordeaux Euratlantique.</li></ul>
<b>DETECTION Domaines et secteurs cibles prioritaires</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Centres de services partagés des entreprises industrielles et tertiaires, centres de relation clientèle</li><li>▪ Directions régionales ou interrégionales</li><li>▪ Centres de services informatiques (SSII). (services informatiques, édition de logiciels, Datacenter, numérique)</li><li>▪ Informatique de santé</li><li>▪ Bureau d'études techniques et sociétés d'ingénierie</li><li>▪ Technologies de l'information et de la communication (activités logiciels, e mobilité, sécurité informatique ...)</li><li>▪ Activités de « banque-assurance », de « prévoyance » et de « retraite », activités de conseil</li><li>▪ Organisations publiques, ONG, OIG...</li><li>▪ Activités relevant du secteur de l'économie créative : design, édition, jeux vidéo.</li></ul>
<b>Modes opératoires Actions</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>MISE EN ŒUVRE EFFECTIVE DE LA COOPERATION AVEC LES CLUSTERS TERTIAIRES ET LES STRUCTURES INTERFACES POUR DETERMINER LES CIBLES DE PROSPECTION ET CONFORTER NOS ARGUMENTAIRES</b></li><li>▪ Accentuation des actions ciblées sur les « grands comptes » présents dans les capitales tertiaires et financières européennes : LONDRES, BRUXELLES, PARIS ...</li><li>▪ Missions de prospection et de promotion par la présence sur des salons professionnels sélectionnés : en tant qu'exposant ou co-exposant : MIPIM (Marché international de la promotion immobilière), HIT (Health Information Technologies), ou en tant que visiteur (SIMI -Salon de l'immobilier d'entreprise), ...</li><li>▪ Actions sur les réseaux :<ul style="list-style-type: none"><li>- Internationaux et nationaux : Bordeaux ConneXion (cf. fiche 3.3), Osez Bordeaux, Agence Française des Investissements Internationaux, Agence Québec International, organisation d'événements, animation des réseaux de prescripteurs, ...</li><li>- Locaux : coopération avec les pôles technologiques et les pôles de compétitivité</li></ul></li><li>▪ Organisation de voyages de presse en fonction de l'actualité</li></ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Suivi des comptes clés locaux de l'économie tertiaire</li> <li>▪ Actions d'intelligence économique : veille active via Internet et via les réseaux ad hoc</li> <li>▪ Recours ciblé à des cabinets de consultants spécialisés : Fukuoka, Québec, VINEXPO, Londres</li> <li>▪ Intégrer une action d'accueil de la SIMMAD au printemps 2012.</li> </ul>
<b>Critères d'évaluation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Indicateur de moyens</b> : Traitement de 50 à 60 projets dont plus du tiers identifié par BGI</li> <li>- <b>Indicateur de résultats</b> :</li> </ul>

## A NOTER

Les agences de six métropoles ou départements sièges de métropoles régionales (*Nantes Métropole Développement – APIM Lille – ADERLY Lyon – PROVENCE PROMOTION Marseille – TEAM CÔTE D'AZUR Nice et BGI Bordeaux*) se sont regroupées dans un groupe informel « INVEST IN FRENCH METROPOLIS » visant à faire prendre en compte par les agences nationales que sont la DATAR et l'Agence Française pour les Investissements Internationaux (AFII), les attentes spécifiques des métropoles « millionnaires françaises » :

- Disposer d'un discours « France » sur le système métropolitain qui fasse l'objet d'une promotion dans les grands salons internationaux de notre profession (MIPIM, SIMI, ...).
- Se constituer en interlocuteur crédible et organisé pour exposer les attentes de ces métropoles en termes d'accueil d'investissements internationalement mobiles.
- Un premier sujet est en cours de traitement : un objectif commun entre la DATAR (et l'AFII) avec le groupe « INVEST IN FRENCH METROPOLIS » pourrait concerner la réalisation d'une « revue métropolitaine », concernant l'apport des six ou sept grandes métropoles françaises au système urbain national. Le MIPIM - salon sur lequel exposent de nombreuses métropoles et aires urbaines fonctionnelles françaises - pourrait être le premier lieu d'application de ce « Discours France » auprès des investisseurs ou des utilisateurs finaux.

## A NOTER

L'Etablissement Public d'Aménagement « Bordeaux Euratlantique » et Bordeaux Gironde Investissement envisagent de signer un protocole de partenariat en vue de mener à bien des opérations d'intérêt commun. Outre l'adhésion de l'EPA à Bordeaux Gironde Investissement, ce protocole prévoit de susciter une offre pertinente d'accueil aux entreprises et à leur salariés, de procéder à un échange mutuel et régulier d'information sur les projets, plus globalement d'intégrer l'opération Bordeaux Euratlantique dans les actions de promotion de Bordeaux Gironde Investissement, enfin de coopérer étroitement sur l'étude de faisabilité, puis si les conclusions sont positives, sur le projet de création du WORLD TRADE CENTER (cf. fiche 4.3 – Action spécifique WORLD TRADE CENTER).

## 1.5 PROSPECTION DES PROJETS INDUSTRIELS

<p><b>Objectifs</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Agir pour le renforcement des pôles de compétitivité, des pôles d'excellence et des clusters.</li> <li>▪ Identifier et implanter des activités appartenant à des secteurs en croissance, pourvoyeurs de projets et d'emplois pérennes.</li> <li>▪ Identifier les secteurs en émergence susceptibles de contribuer au renforcement du tissu girondin.</li> <li>▪ Référencer Bordeaux-Gironde comme un site pertinent d'implantation.</li> </ul>
<p><b>Contexte</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ S'appuyer sur l'offre territoriale (logistique, foncière, infrastructures industrielles portuaires, ressources naturelles, ressources humaines, activités de production industrielle, recherche scientifique,...) pour obtenir des décisions d'implantations industrielles en Gironde (création, extension ou relocalisation d'unités de production).</li> <li>▪ Une concurrence forte de l'Europe de l'Est et des pays émergents sur les secteurs industriels banalisés.</li> <li>▪ Des opportunités sur des activités à forte valeur ajoutée et à fort contenu technologique s'appuyant sur :             <ul style="list-style-type: none"> <li>- la présence des quatre pôles de compétitivité labellisés,</li> <li>- la disponibilité de parcs technologiques entrant ou étant déjà en phase de commercialisation (ECOPARC – BIOPARC – Technopole de Montesquieu – AEROPARC – Route des lasers – Cité de la photonique – AEROCAMPUS Aquitaine),</li> <li>- la structuration des zones d'activités de la Gironde (Zones d'équilibre) permettant une relative spécialisation de l'offre territoriale périurbaine et rurale (émergence de systèmes de production localisés, constitution de grappes d'entreprises).</li> </ul> </li> <li>▪ Présence de « gros » donneurs d'ordre justifiant l'étude d'une localisation Bordeaux-Gironde.</li> <li>▪ Une différenciation positive par les coûts de Bordeaux - Gironde : coûts d'implantation et qualité de vie.</li> </ul>
<p><b>DETECTION</b> <b>Domaines et secteurs cibles prioritaires</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Domaine des éco-industries : écoconstruction, technologies propres (CLEANTECHS), chimie verte et green technologies (notamment la chimie du végétal), énergies renouvelables (Eolien – photovoltaïque – biomasse)</li> <li>▪ Matériaux et applications : ASD, nautisme, biomatériaux, BTP, ...</li> <li>▪ Filière Biotechnologies, pharma, nutrition – santé - matériel médical, micro et nanotechnologies</li> <li>▪ Laser, Optique, Photonique</li> <li>▪ Logistique</li> <li>▪ Secteur viticole</li> </ul>
<p><b>Modes opératoires</b> <b>Actions</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>MISE EN ŒUVRE EFFECTIVE DE LA COOPERATION AVEC LES POLES DE COMPETITIVITE, LES CLUSTERS ET LES STRUCTURES INTERFACES POUR DETERMINER LES CIBLES DE PROSPECTION ET CONFORTER NOS ARGUMENTAIRES</b></li> <li>▪ Missions de prospection et promotion par une présence sur des salons professionnels sélectionnés : JEC, NAVAL MEETINGS, EWEC, PHOTONICS WEST, OPTO, SITL, AEROMART, FARNBOROUGH, ITS, MCO-DRONES ...</li> <li>▪ Actions sur les réseaux de prescripteurs : organisations professionnelles, ambassades françaises et étrangères, Bordeaux ConneXion, Québec International, Agence Française des Investissements Internationaux ...</li> <li>▪ Suivi des comptes clés nationaux et régionaux</li> <li>▪ Acquérir une meilleure connaissance des marchés : acquisition d'études de marché, veille économique</li> <li>▪ Actions de marketing direct</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Recours ciblés à des cabinets de consultants spécialisés</li> <li>▪ Veille économique : ouverture de nouveaux domaines de veille (Chimie verte, nanotechnologies ...)</li> <li>▪ <b>Indicateurs de mise en œuvre de moyens</b> : traitement de 35 à 40 nouveaux projets dont plus du tiers identifié par Bordeaux Gironde Investissement</li> <li>▪ <b>Indicateurs de résultats</b></li> </ul>
--	---

## Critères d'évaluation

### A NOTER

A titre d'exemple, BGI et BORDEAUX TECHNOWEST, pour l'action menée dans le cadre de l'ECOPARC, se sont rapprochés pour mettre en œuvre concrètement cette coopération et se proposent d'appliquer cette stratégie renforcée aux secteurs suivants : Energie Renouvelables : énergie éolienne et photovoltaïque - Smart grids - Nouveaux matériaux pour l'éco construction - Energie (stockage, nouvelles sources de production) - Gestion de l'eau - INEF 4.

### A NOTER

Une action spécifique d'identification d'un investisseur de taille internationale, dans le domaine de la construction bois, a été initiée à la demande du Conseil Général de la Gironde : une approche originale de marketing direct – marketing viral a été imaginée et lancée fin novembre. Les sociétés Nord-américaines et Européennes (une soixantaine) qui auront manifesté un intérêt pour les messages qu'elles auront reçus seront systématiquement contactées et si possible rencontrées début 2012.

### A NOTER

Dans le cadre d'un appel d'offre, Bordeaux Gironde Investissement a été retenu dans une équipe projet avec deux cabinets de consultants spécialisés par le Grand Port Maritime de Bordeaux, pour une mission d'assistance à maîtrise d'ouvrage visant pour l'organisation d'un appel à manifestation d'intérêt auprès de chantiers de réparation de yachts. Cette action, qui vise à valoriser les formes de radoub des bassins à flots, pourrait conduire Bordeaux Gironde Investissement à développer une action forte de prospection auprès des entreprises qui auront marqué leur intérêt.

# — 2 — Marketing territorial Communication

## MARKETING TERRITORIAL « BORDEAUX-GIRONDE »

Cette mission a été récemment confiée à BGI et fait suite à une enquête réalisée en 2008 auprès des partenaires et du monde économique local reconnaissant que le territoire n'avait pas une offre territoriale définie et que ses résultats en termes de notoriété économique n'étaient pas à la hauteur des réalités.

Une première étape, menée dans le cadre du groupe CSO Marketing territorial et réunissant les représentants des services économiques de tous les partenaires de BGI, avait abouti à un diagnostic partagé du territoire, des propositions d'actions, de cibles et d'un positionnement. De ce résultat, un groupe communication s'est alors mis en place pour travailler sur l'association entre la recherche d'une identité de marque et le plan d'action lié à la stratégie marketing. L'objectif étant d'apporter la notion « économique/business » à la notoriété du territoire, de rendre visible l'offre territoriale aux yeux du monde économique et d'attirer ainsi de nouveaux développements d'activités.

# MARKETING TERRITORIAL

Plus de concurrence  
Moins de projets d'investissements  
Discours relativement identiques des territoires

**Optimiser l'attractivité du territoire par une offre meilleure et différente de celle de la concurrence.**

**Renforcer la visibilité de territoire auprès des investisseurs en multipliant les occasions de « faire savoir ».**

**Etape 1 : révéler l'endogène pour séduire l'exogène**

Elaboration d'une offre meilleure à la concurrence

**Etape 2 : créer une identité forte, partagée, se démarquer**

Optimiser la mise en valeur du territoire pour renforcer son attractivité

**Etape 3 : communiquer pour être positionné sur les radars**

Convaincre  
Passer du savoir faire au faire savoir

## 2.1

# Elaboration de l'offre territoriale

*Selon le Stanford Research Institute, l'attractivité d'un endroit dépend de 4 facteurs communautaires : qualité de vie, image positive et marketing, capacité économique et infrastructures et de 3 facteurs économiques structurels : accès à la technologie ; main-d'œuvre compétente, motivée et adaptée ; possibilité de financements.*

### Objectifs

**Identifier les constituants de l'offre Bordeaux-Gironde ainsi que pour chacun des territoires girondins  
Déterminer ses avantages comparatifs dans une approche « demande »  
Structurer la politique d'accueil d'activités économiques**

### Domaines et secteurs cibles prioritaires

- Investisseurs : entreprises nationales et internationales mobiles
- Scientifiques ou leaders « de branche »
- Prescripteurs-relais, consultants... plus particulièrement dans les secteurs innovants et à forte valeur ajoutée, tertiaires ou industriels
- et localement, les parties prenantes du développement (entreprises, leaders, universités, communes...)

### Modes opératoires

**Révéler l'endogène pour séduire l'exogène en partant de la demande des investisseurs**

- Identifier les constituants de l'offre : diagnostic partagé du/des territoire(s), analyse FFOM, évaluation de la concurrence, identification des atouts et des arguments clés .....
- Déterminer les avantages comparatifs et les domaines stratégiques de l'offre
- Hiérarchisation des cibles

### Actions

**A - Au niveau de l'offre territoriale globale :**

- Animation du CSO Marketing Territorial : organisation, préparation, animation et compte-rendu des réunions
- Participation à l'élaboration de l'offre globale Bordeaux-Gironde
- Proposition d'action sur les domaines d'actions stratégiques retenus
- Organisation d'ateliers de travail intégrant des experts et grands témoins
- Etudes concurrentielles : « bonnes pratiques » de territoires concurrents
- Analyse des cibles et de l'évolution de la demande – « écoute clients »
- Suivi des grandes tendances économiques, sociales et technologiques
- Détermination des axes stratégiques et prioritaires pour le développement du territoire
- Proposition d'action sur les domaines d'actions stratégiques retenus, élaboration de « feuille de route » et suivi
- Etablir une stratégie et un plan d'action afin de développer son tissu économique
- Animation ateliers, brainstorming... avec les acteurs locaux et les partenaires de Bordeaux-gironde investissement.
- Elaboration matrice Forces/faiblesses/opportunités/menaces
- Proposition du scénario pour le territoire

## Actions

### B - Au niveau des territoires (Communauté Urbaine de Bordeaux , MEDOC, communautés d'agglomérations,...):

Déclinaison au niveau de différents territoires (CDC, communauté d'agglomérations, Pays....) de la méthode afin de permettre aux acteurs et décideurs d'être en mesure de faire les choix stratégiques en cohérence avec l'ensemble du territoire girondin (Pays Médoc et Agglomération Nord Libournais en cours)

- Participation et/ou animation de groupes de travail et d'ateliers avec les acteurs locaux
- Diagnostic du territoire
- Participation à la phase d'élaboration de la stratégie de développement.
- Proposition de secteurs et axes stratégiques
- Elaboration d'arguments clés et de sélection des avantages comparatifs
- Participation aux réflexions sur les stratégies de développement économique (SMDE, Fabrique métropolitaine, argumentaires clusters en émergence....)
- Proposition de positionnement cohérent et pertinent, recherche d'un équilibre économique sur tout le département

## A NOTER

Le Pays Médoc a été le premier des Pays girondins à engager sous l'impulsion du Conseil Général de la Gironde, une démarche de Marketing Territorial avec BGI comme coordinateur et animateur de la réflexion.

Pendant plusieurs mois, le Pays, le Conseil Général et BGI ont travaillé avec les forces vives locales, chefs d'entreprises (plus particulièrement le Club des Entrepreneurs du Médoc), membres du conseil de développement, élus locaux afin de dégager de grands axes stratégiques pour le Médoc, définir les premières actions à mettre en place, les arguments et les atouts à mettre en avant, la recherche des complémentarités avec l'ensemble du département et de l'agglomération... et surtout, d'avoir une vision partagée par l'ensemble des acteurs.

Ce travail est fondamental non seulement pour le territoire concerné et le département mais également pour BGI car cela permet de développer un discours ciblé de promotion/vente vis-à-vis d'investisseurs de plus en plus sélectifs. Plus un territoire dispose d'atouts forts et spécifiques à promouvoir, plus il est en mesure de faire la différence et d'être déterminant dans le processus de sélection par les investisseurs.

## 2.2

# Stratégie de communication

- Optimiser la mise en valeur du territoire
- Bâtir une promesse et choisir un positionnement cohérent par rapport à ses caractéristiques économiques
- Créer une identité forte, une marque territoriale qui incarne les valeurs
- Fédérer l'ensemble des acteurs locaux
- Valoriser les avantages comparatifs identifiés
- Jouer la différence pour se démarquer

- Investisseurs : entreprises nationales et internationales mobiles
- Cadres
- Scientifiques ou leaders « de branche »
- Prescripteurs-relais, consultants... plus particulièrement dans les secteurs innovants et à forte valeur ajoutée, tertiaires ou industriels
- Journalistes économiques et spécialisés, « influenceurs », bloggeurs.....

- Bâtir une promesse et un positionnement cohérent, en adéquation avec le territoire, qui interpellent les cibles
- Créer une identité, une marque territoriale au-delà des institutions qui incarne les valeurs discriminantes et rassemble l'ensemble des porte-paroles du territoire.
- Faire le choix des arguments et des discours clés
- Rédiger la plateforme de marque et créer un panel d'outils, de supports et d'argumentaires communs
- Elaborer une stratégie de communication globale en adéquation avec le positionnement retenu
- Mobiliser et fédérer les acteurs locaux

- Coordination et animation du groupe de pilotage technique composé des directeurs communication des parties prenantes
- Assistance à maîtrise d'ouvrage pour la stratégie de communication globale et commune du territoire Bordeaux-Gironde
- Interface entre les prestataires de service et le groupe de pilotage (Directeurs de la communication)
- Activation des réseaux concernés et soutien à l'appropriation des acteurs locaux sur l'ensemble de la Gironde
- Contacts avec les personnalités extérieures ressources
- Organisations d'ateliers de travail et de séminaires
- Elaboration d'arguments d'orientation et de thématiques
- Suivi et mise à jour des éléments de la plateforme de marque et des outils communs
- Constitutions d'argumentaires clés
- Suivi de la concurrence et des classements internationaux sur les thématiques
- Evaluation des discours et des messages clés

## Actions

- 3 -

# Actions spécifiques

## 3.1

# Communication : Mise en œuvre du plan d'action

### Créer le réflexe Bordeaux-Gironde :

- Avoir un discours démarqué des discours ambiants pour être visible sur les radars économiques
- Se faire reconnaître comme site d'implantation et de développement d'activités économiques
- Parler d'une même voix, utiliser les mêmes arguments
- Anticiper et accompagner les actions de prospection

### Objectifs

- Investisseurs : entreprises nationales et internationales mobiles
- Cadres
- Scientifiques ou leaders « de branche »
- Prescripteurs-relais, consultants... plus particulièrement dans les secteurs innovants et à forte valeur ajoutée, tertiaires ou industriels
- Journalistes économiques et spécialisés, « influenceurs », bloggeurs.....
- Amis de Bordeaux-Gironde, dont Bordeaux Connexion

### Domaines et secteurs cibles prioritaires

### Convaincre, passer du savoir-faire au faire-savoir – Créer le réflexe Bordeaux-Gironde

- Mise en œuvre du plan communication adapté à la stratégie définie (événementiel, e-média, relation presse, actions réseau, site internet, blog, publicité, plaquettes promotionnelles.....) – qui seront déterminés au cours du premier trimestre 2012
- Diffuser les messages et les arguments clés
- Assurer la présence du territoire lors d'événements (salons, conférences, .....)
- Multiplier les « prises de paroles » au nom du territoire

### Modes opératoires

- Animation et coordination du groupe com
- Assistance à maîtrise d'ouvrage dans la mise en œuvre du plan d'action de communication
- Gestion du budget spécifique dédié à la démarche sous l'autorité du Comité technique
- Suivi des actions définies dans le cadre de la stratégie commune de communication économique
- Mise à jour des outils et supports de communication communs, des argumentaires, dossiers de presse...
- Préparation des dossiers de réponse aux différentes enquêtes/classements nationaux et internationaux
- Organisation de la présence du territoire sur des salons professionnels.
- Actions d'influences, relations presse, e-média
- Participation à la définition, la mise en place et l'organisation d'un événement international récurrent.

### Actions

### Critères d'évaluation

- Résultats d'enquêtes de notoriété du territoire Bordeaux-Gironde auprès des décideurs nationaux et/ou internationaux.
- Reprise des éléments du discours et de la marque dans les supports et actions de communication des acteurs locaux

## 3.2 - Action « WORLD TRADE CENTER »

<b>Objectif</b>	<b>Création d'un WORLD TRADE CENTER à Bordeaux - Aquitaine</b>
<b>Contexte</b>	Lancement d'une étude de faisabilité concernant la création d'un World Trade Center à Bordeaux permettant de répondre aux problématiques suivantes, de valider les besoins et les attentes et de <b>configurer un projet en fonction du contexte local</b> : quels partenaires ? quels services ? dimensionnement, budgets prévisionnels, portage juridique de la marque et détermination de la structure adéquate de gestion. Si l'étude de faisabilité est positive, lancement de la phase de préfiguration et mobilisation des moyens détaillés, ci-dessous.
<b>Cible</b>	Par une offre mixant Immobilier et Services en offrant une labellisation et une adresse haut de gamme ainsi qu'une image et un réseau international, contribuer à <b>doter la métropole et sa région d'un centre d'affaires aux normes internationales</b> . L'objectif international « tire vers le haut » et motive les talents. Attirer sur le site une offre d'équipements rares et centraux et contribuer ainsi au développement et à l'animation de la place tertiaire bordelaise. Réunir sous un même toit tous les acteurs de l'international.
<b>Pertinence du World Trade Center</b>	La mise en place d'un World Trade Center doterait le projet Bordeaux Euratlantique des atouts suivants : <ul style="list-style-type: none"> <li>• Label international de qualité pour l'immobilier et les services offerts : une marque « business » présente dans 300 villes</li> <li>• Appartenance à un réseau mondial : un réseau d'échanges international pour des milliers d'entreprises (700 000)</li> <li>• Effet d'adresse et de valorisation de l'immobilier</li> <li>• Un lieu de rencontre qui favorise l'implication de la communauté d'affaires dans le projet</li> <li>• Immeuble « intelligent » grâce aux services et au club</li> <li>• Souplesse dans l'adaptation au contexte et aux besoins</li> </ul>

	Ressources prévisionnelles		Dépenses prévisionnelles	
	2012	2013	2012	2013
<b>BUDGET</b>				
<b>Ministère de la Défense sur crédits Plan de revitalisation</b>	220 000	130 000	150 000	
<b>EPA Bordeaux Euratlantique</b>	45 000	30 000	7 500	7 500
<b>BGI</b>	15 000		30 000	
<b>Collectivités territoriales et organisations consulaires</b>	30 000	30 000	85 000	85 000
			37 500	97 500

TOTAL.....	310 000	190 000	TOTAL.....	310 000	190 000
------------	---------	---------	------------	---------	---------

### 3.3 - Action « CLUSTER INFORMATIQUE DE SANTE »

<b>Objectif</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Contribuer à la consolidation du cluster informatique de santé en attirant des activités complémentaires de celles présentes en Aquitaine.</li> </ul>
<b>Contexte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Création officielle en 2011, du CLUSTER INFORMATIQUE DE SANTE.</li> <li>▪ L'Aquitaine est « LA » région leader en France concernant l'informatique médicale et de santé. 50% des emplois et du chiffre d'affaires généré sur ce secteur d'activité sont issus d'entreprises aquitaines.</li> <li>▪ Pour conforter cette situation de leadership, BGI et INNOVALIS AQUITAINE travaillent de concert depuis trois ans pour :             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Structurer les entreprises locales et l'offre territoriale en matière de formation et de projets de R&amp;D (INNOVALIS Aquitaine).</li> <li>- Assurer la promotion de la filière aquitaine au niveau national</li> <li>- Attirer des entreprises extérieures au territoire et assurer leur implantation en synergie avec les compétences locales.</li> <li>- Attirer des projets exogènes des grands groupes présents localement.</li> </ul> </li> <li>▪ <b>La mission particulière de BGI dans le cluster est d'assurer la prospection exogène des projets, et de servir de support du cluster en matière d'opérations ciblées de communication (salon HIT notamment)</b></li> </ul>
<b>Cibles prioritaires</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Entreprises du secteur d'activité</li> <li>▪ Grands groupes présents localement (Agfa, McKesson) capables d'attirer de nouvelles activités</li> </ul>
<b>Modes opératoires Actions</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Exploitation des contacts initiés – prospection directe</li> <li>▪ Présence sur LE salon de référence : HIT 2012</li> <li>▪ Opération presse pour diffusion de l'image de l'Aquitaine</li> <li>▪ Rapprochement avec le collège utilisateurs du cluster pour identifier les possibilités de marché</li> </ul>
<b>Critères d'évaluation</b>	<p>Nouveaux projets implantés</p>
<b>BUDGET</b>	<p>La liste des actions auxquelles BGI doit prendre part au sein du cluster pour 2012 est en cours de discussion avec le cluster.</p>

### 3.3 ACTION « CLUSTER INFORMATIQUE DE SANTE » (SUITE)

Ressources prévisionnelles		Dépenses prévisionnelles	
		2012	2012
<b>Contributeurs</b>			<b>Typologie</b>
Conseil Régional d'Aquitaine	99 883	Location de l'emplacement du stand	70 325
INNOVALIS - temps passé	10 000	Aménagement du stand	50 000
BGI - temps passé	10 000	Frais de personnel – Quotepart BGI/Innovalis 20 000 € + CDD 11 000 €	31 000
<b>Entreprises</b>	56 000	Droit d'inscription au salon	12 558
		Frais de réception	5 000
		Location écrans plasma	4 000
		Documents promotionnels	3 000
<b>TOTAL.....</b>	<b>175 883</b>	<b>TOTAL.....</b>	<b>175 883</b>

BUDGET

— 4 —

# Recettes prévisionnelles 2012

Les recettes prévisionnelles pour l'exercice 2012 reposent sur les éléments suivants :

- Maintien des crédits FEDER au même niveau que ceux obtenus sur la période 2008 – 2009 – 2010 – 2011, finançant le développement d'actions nouvelles, à savoir :
  - Poursuite et développement des actions de marketing direct,
  - Mise en œuvre opérationnelle des actions de marketing territorial, et application de la méthode aux Pays girondins,
  - Conforter l'action Bordeaux Connexion engagée en 2010,
  - Organisation d'événements VIP mobilisant des réseaux nationaux et internationaux.

La subvention FEDER est programmée à la même hauteur, soit 530 000 euros pour les deux exercices 2012 et 2013. Les conditions d'éligibilité au programme des fonds structurels pour la période 2014 - 2020 ne sont pas arrêtées ce jour par la Commission Européenne. Il y a de forte probabilité pour que l'Aquitaine bénéficie d'une enveloppe pour cette période. Le montant et les modalités d'éligibilité à ce nouveau programme ne devraient être connus que fin 2012 / début 2013.

- Participation à ISO BUDGET du Conseil Général de la Gironde à hauteur de 220 500 euros
- Intervention à « ISO BUDGET » de la Communauté Urbaine de Bordeaux, 422 500 euros
- **Diminution de 3 % du montant de la subvention accordée par le Conseil Régional d'Aquitaine soit au total 289 060 euros**
- **Diminution de la subvention octroyée par la Chambre de Commerce et d'Industrie de Bordeaux d'un montant de 100 000 euros**
- Participation à ISO BUDGET de la Mairie de Bordeaux par rapport à l'intervention de l'année précédente
- Stabilisation du niveau des cotisations des membres adhérents à 90 000 euros. Un effort particulier d'approche des grandes entreprises sera poursuivi en 2012. En effet, en cette période de « crise économique », les entreprises ont naturellement tendance à resserrer leurs budgets de cotisation à des structures comme BGI. L'équipe est donc mobilisée pour à la fois conserver les adhérents stratégiques, et intégrer de nouveaux adhérents dans l'optique de compensation des pertes éventuelles.

Par ailleurs, certaines opérations donneront lieu à la mise en place de financements spécifiques permettant de développer de nouvelles actions. A ce jour, certaines actions sont déjà identifiées pour 2012 : les actions spécifiques « **Plan communication Bordeaux Gironde** » et « **Cluster Informatique de Santé** »,

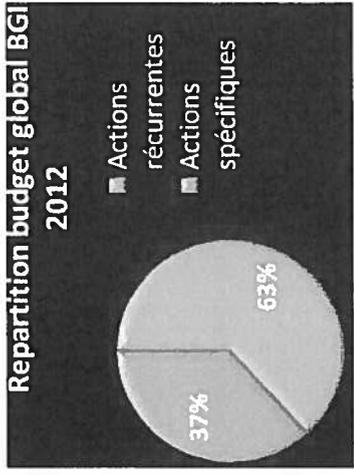
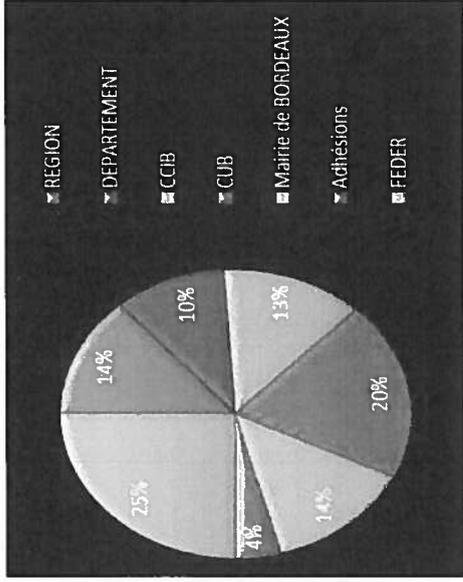
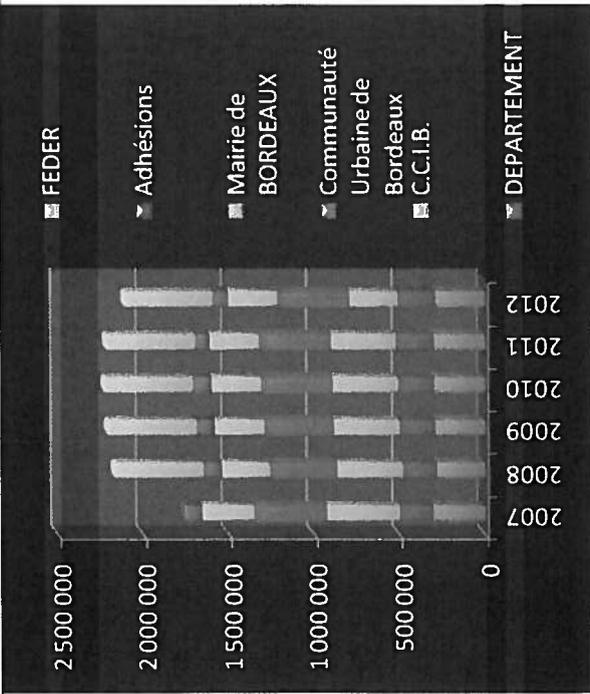
les budgets définitifs de ces actions sont en cours de négociation. Il est proposé au Conseil d'Administration, de réserver au titre de l'autofinancement de Bordeaux Gironde Investissement, un montant de 10 000 € pour l'action « Cluster Informatique de Santé ».

**Plan de reconversion de la Défense** : cette action a été engagée par la signature du Plan de Redynamisation Défense de la base de Bordeaux, le 24 novembre dernier. L'opération de création d'un World Trade Center a été inscrite à ce plan. Les crédits seront sollicités si les conclusions de l'étude de faisabilité menée conjointement par Bordeaux Gironde Investissement et l'EPA « Bordeaux Euratlantique » sont positives, selon la décision du conseil d'administration de Bordeaux Gironde Investissement du 21 octobre dernier.

BUDGET BGI	BUDGET « ACTIONS RECURRENTES »					BUDGET « ACTIONS SPECIFIQUES » 2012			
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	Plan communication	Action WTC	Cluster SANTE
REGION	303 949	280 000	290 000	298 000	298 000	289 060			99 883
DEPARTEMENT	193 310	200 000	210 000	210 000	220 500	220 500	150 000		
C.C.I.B.	427 396	380 000	380 000	380 000	380 000	280 000		30 000	
Communauté Urbaine de Bordeaux	427 396	400 000	410 000	422 000	422 000	422 000	500 000		
Mairie de BORDEAUX	303 949	280 000	290 000	290 000	290 000	285 350	150 000		
Adhésions	112 000	110 000	110 000	110 000	90 000	90 000			
FEDER		530 000	530 000	530 000	530 000	530 000			
Autres partenaires								250 000 (OIN – ETAT)	56 000 (entreprises)

## RECETTES – 2007 / 2012 – Répartition 2012

TOTAL hors FEDER	1 768 000	1 650 000	1 690 000	1 710 000	1 700 500	1 586 910	
BUDGET GLOBAL	1 768 000	2 180 000	2 220 000	2 240 000	2 230 500	2 116 910	800 000
							280 000
							155 883



# Dépenses prévisionnelles 2012

**Au niveau des types de dépenses, les faits marquants pour faire face à la diminution du budget sont :**

- **Diminution du recours à des cabinets de consultants** pour la partie « Marketing Communication », en accentuant les efforts financiers sur l'animation, l'organisation d'opérations ciblées à destination des réseaux
- **Réduction significative des frais liés à la présence sur des salons**
- **Maîtrise de la masse salariale et des frais généraux**

**Les discussions engagées avec l'ensemble de nos partenaires financeurs dans le courant du mois de décembre ont permis de dégager – toujours dans le cadre d'un budget de 2 121 560 € (hors actions spécifiques) – des marges de manœuvre à hauteur de 74 000 € provenant :**

- de l'affectation d'une masse salariale de 60 000 € sur le budget spécifique « Mise en œuvre du plan de communication du territoire Bordeaux Gironde » ;
- de la non-reconduction d'un CDD qui s'achèvera au 30 juin 2012 et donc, de la réaffectation de 14 000 €, poste qui sera – compte tenu du profil du titulaire – rebasculé sur l'opération World Trade Center si la décision de lancer cette opération est prise à l'issue de l'étude de faisabilité menée conjointement par Bordeaux Euratlantique et B.G.I

**Après validation par le Comité de suivi et d'orientation de Bordeaux Gironde Investissement, nous proposons d'inscrire les actions nouvelles suivantes :**

**1. Participation de Bordeaux Gironde Investissement à la semaine de promotion de Bordeaux à Hong Kong 2012, du 21 au 25 mai 2012, dans le cadre de VINEXPO ASIA PACIFIC.**

Organisation de deux séminaires « **INVEST IN BORDEAUX REGION** » - présentation des opportunités d'investissement dans la région bordelaise à Hong Kong et à Shenzhen (ou Canton) pendant la semaine de VINEXPO ASIA PACIFIC. Ces deux séminaires présenteraient les opportunités de développement dans la région bordelaise avec un focus sur les secteurs à fort contenu technologique. Une action qui serait menée en collaboration avec la Chambre de Commerce et d'Industrie de Bordeaux avec une recherche de participants plus qualitative que quantitative : s'exprimer devant des décideurs plutôt que devant leurs collaborateurs ce qui, dans le climat d'affaires chinois, demande une organisation VIP.

**INVEST IN BORDEAUX REGION HONG KONG**

- Lieu : Science Park de Hong Kong
- Format : déjeuner/conférence
- Cible : Sociétés dites technologiques souhaitant développer leur présence en Europe (France) avec un focus sur l'ASD, la photonique/laser, les TIC (géolocalisation, système de transport intelligent...) et les composites.
- Inviter 20 à 25 professionnels et institutionnels spécialisés dans les secteurs ciblés

**INVEST IN BORDEAUX REGION SHENZHEN (OU CANTON)**

- Format : déjeuner/conférence
- Cible : Sociétés en priorité avec un fort contenu technologique (ASD, Photonique/Laser...) souhaitant développer leur présence en Europe (France). Cette opération aura une logique plus industrielle et plus large d'un point de vue sectoriel.

**Coûts :**

- Déplacements : 6 000 € (2 personnes)
- Coûts directs relatifs à l'organisation : max 7 000 € - Sponsors espérés : 5 000 €
- **Coût net pour BGI : 8 000 €**

**2. Organisation d'une manifestation « Accueil VIP » dans le cadre de l'université de l'ANDRH**

Les DRH des 300 plus grandes entreprises de France seront réunis les 18 et 19 octobre 2012 en colloque à Bordeaux. L'ANDRH s'appuie sur BGI pour organiser cette opération sur Bordeaux, ce qui nous permet d'avoir accès à tout ce réseau. Nous proposons de renouveler ce que nous avons fait avec la Fédération Française des Energies Renouvelables : à savoir, inviter un certain nombre de DRH d'entreprises cibles à une soirée VIP, en associant les grands élus et les chefs d'entreprises girondins pertinents par rapport aux personnes invitées.

Une occasion majeure de diffuser un discours dynamique sur Bordeaux et la Gironde. Sur l'expérience acquise par rapport à l'organisation d'une telle manifestation, **un coût prévisionnel de 10 000 €** est à envisager (environ 100 personnes).

### 3. MARKETING

Le suivi du plan marketing Bordeaux-Gironde sera d'autant plus précis grâce à l'achat de données ou d'études nécessaires (EUROSTATS, EUROCOST, MERCER, 2THINKNOW...). Le recours pour animer la réflexion de journées d'experts dans les domaines tels que l'évolution de l'industrie, les stratégies d'entreprises, la relocalisation ou encore les secteurs en émergence pertinents pour le territoire est également prévu dans ce cadre. **Coûts prévisionnel : 16 000 €**

### 4. PROMOTION ECONOMIQUE

L'adoption d'une identité territoriale et de sa plate-forme de marque conduira BGI à revoir une partie de ses supports promotionnels utilisés dans le cadre de la prospection et de ses différentes actions notamment à l'international, à savoir :

- Intégration du discours et des arguments clés du territoire
- Adaptation de la charte graphique sur les documents promotionnels
- Développement de nouveaux outils s'il y a lieu (en fonction de la stratégie définie au plan global)
- Participation à des événements professionnels ou collectifs

Nous proposons pour cela, d'affecter une somme de **25 000 €** et ainsi contribuer au plan global de communication mis en œuvre.

### 5. PROSPECTION

Nous proposons de constituer une réserve de **15 000 €** qui permettra :

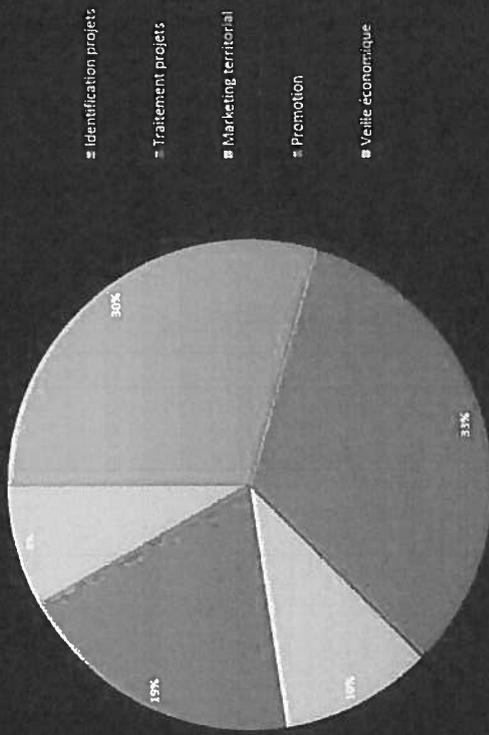
- d'accueillir un certain nombre de délégations (ambassades ou club d'affaires) ;
- de lancer une opération pilote d'identification de projets et de référencement du territoire qui - sur une nationalité donnée – associerait le Consulat présent à Bordeaux, les services économiques de l'Ambassade, permettrait d'inviter les représentants parisiens de grandes organisations bancaires et financières du pays considéré en associant si possible, les représentants de grandes entreprises étrangères déjà implantées en France ayant des sièges franciliens ;
- de capter un certain nombre de projets identifiés par des consultants avec lesquels nous sommes en relation et qui sont rétribués aux résultats.

**Dans le cadre de la réflexion nécessaire sur le FEDER**, proposition d'engager une réflexion balayant deux hypothèses :

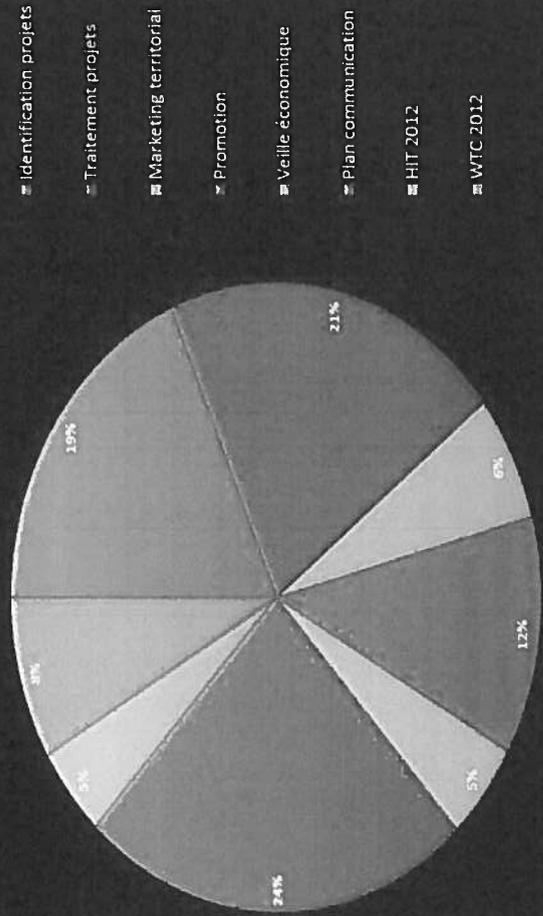
1. Celle de la reconduction totale ou partielle des crédits FEDER : engager dès ce trimestre, une réflexion avec les services de la région concernés et des structures qui, comme BGI, bénéficient de cet apport (Agence régionale – TECHNOWERST, UNITEC, AEC, ...)

2. Celle de non reconduction du FEDER et détermination avec le Président de BGI des mesures à mettre en œuvre pour absorber la disparition de cette ressource en explorant toutes les options possibles de la maîtrise ou la réduction de coûts (nouveaux locaux) jusqu'à l'identification de ressources nouvelles. Dans ce cadre, a été évoqué la possibilité pour l'Agence de répondre à des besoins spécifiques des partenaires, soit en répondant à des appels d'offre, soit en constituant une SPL.
- Proposition d'une réunion régulière avec les membres du CSO une fois tous les deux ou trois mois :
- o Première réunion d'ici mi-mars avec présentation de différentes options et sélection par le CSO des options à creuser en priorité.
  - o Objectif : avoir une stratégie calée quelle que soit la solution FEDER pour fin 2012, de manière à pouvoir appliquer les mesures éventuelles nécessaires dès 2013.

### Répartition budgétaire actions récurrentes 2012



### Repartition budgetaire 2012



# Annexe : Organigramme

