



EXTRAIT DU REGISTRE DES DELIBERATIONS DU CONSEIL MUNICIPAL

Conseillers en exercice : 61

Date de Publicité : 29/09/15

Reçu en Préfecture le : 29/09/15
CERTIFIÉ EXACT,

Séance du lundi 28 septembre 2015
D-2015/377

Aujourd'hui 28 septembre 2015, 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

Interruption de séance de 16h35 à 16h40

Etaient Présents :

Monsieur Alain JUPPE, Madame Virginie CALMELS, Monsieur Nicolas FLORIAN, Madame Alexandra SIARRI, Monsieur Didier CAZABONNE, Madame Anne BREZILLON, Monsieur Fabien ROBERT, Mme Anne-Marie CAZALET, Monsieur Nicolas BRUGERE, Madame Brigitte COLLET, Monsieur Jean-Louis DAVID, Madame Emmanuelle CUNY, Monsieur Stephan DELAUX, Madame Nathalie DELATTRE, Monsieur Marik FETOUH, Madame Laurence DESSERTINE, Monsieur Jean-Michel GAUTE, Madame Magali FRONZES, Monsieur Pierre LOTHAIRE, Madame Emilie KUZIEW, Monsieur Pierre De Gaétan NJIKAM MOULIOM, Madame Arielle PIAZZA, Monsieur Jérôme SIRI, Madame Elizabeth TOUTON, Monsieur Joël SOLARI, Madame Ana maria TORRES, Monsieur Jean-Pierre GUYOMARC'H, Monsieur Michel DUCHENE, Madame Mariette LABORDE, Madame Marie-Françoise LIRE, Monsieur Erick AOUIZERATE, Monsieur Philippe FRAILE MARTIN, Monsieur Gérald CARMONA, Madame Anne WALRYCK, Madame Marie-Hélène VILLANOVE, Madame Florence FORZY-RAFFARD, Madame Constance MOLLAT, Monsieur Alain SILVESTRE, Madame Marie-José DEL REY, Madame Maribel BERNARD, Monsieur Guy ACCOCEBERRY, Monsieur Yohan DAVID, Monsieur Edouard du PARC, Madame Estelle GENTILLEAU, Monsieur Marc LAFOSSSE, Monsieur Yassine LOUIMI, Madame Stéphanie GIVERNAUD, Madame Solène COUCAUD-CHAZAL, Madame Cécile MIGLIORE, Madame Michèle DELAUNAY, Monsieur Pierre HURMIC, Monsieur Vincent FELTESSE, Madame Emmanuelle AJON, Monsieur Nicolas GUENRO, Madame Delphine JAMET, Monsieur Matthieu ROUVEYRE, Madame Catherine BOUILHET,

Excusés :

Monsieur Benoit MARTIN, Madame Sandrine RENOUE, Mme Laetitia JARTY ROY, Monsieur Jacques COLOMBIER

Convention annuelle 2015 entre la Ville de Bordeaux et l'Association BGI - Bordeaux Gironde Investissement. Autorisation. Signature

Madame Virginie CALMELS, Adjoint au Maire, présente le rapport suivant :

Mesdames, Messieurs,

Bordeaux Gironde Investissement, agence de développement économique 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 2015 :

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

La mission de promotion économique et de marketing territorial a pour objectifs, d'une part, d'accroître la visibilité du territoire et, d'autre part, de fournir des éléments d'argumentaires économiques, de concevoir des supports de communication disponibles pour les partenaires. La deuxième mission de BGI consiste dans la mise en œuvre du plan d'actions de prospection d'entreprises et l'accompagnement à l'implantation sur le territoire. Enfin, un système de veille économique et de communication sur les réseaux sociaux est également mis en place.

Dans le domaine de la détection et prospection des projets, BGI met en place une équipe dédiée et organisée selon des filières stratégiques :

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

Enfin, concernant 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 financier : subventions, fiscalité et exonérations fiscales, financement de la formation...

En 2015, Bordeaux Gironde Investissement animera une nouvelle action pour le compte du territoire : la Mission Bordeaux Attractivité dont l'objectif est de construire le plan stratégique d'attractivité de Bordeaux en s'inspirant des bonnes pratiques et en intégrant les tendances actuelles du marketing territorial, en particulier l'exigence d'une dynamique transversale et partagée par tous les acteurs, ou l'engagement nécessaire des entreprises, mais aussi l'implication des citoyens. Cette mission, à l'initiative de la Ville de Bordeaux et pilotée par Bordeaux Gironde Investissement, associe l'Office du Tourisme, l'Aéroport de Bordeaux-Mérignac, la Chambre de Commerce et d'Industrie, Bordeaux Euratlantique, Congrès et Expositions de Bordeaux, la Cité des Civilisations du Vin, l'Université de Bordeaux et sera prochainement élargie aux acteurs de la culture, de l'international et du sport, avec un enjeu prioritaire sur les entreprises qui seront étroitement associées au travail de conception de cette nouvelle stratégie d'attractivité pour Bordeaux.

Résultats 2014 :

En 2014, les missions de BGI ont donné lieu à 24 décisions d'implantation, dont 20% concernent des entreprises à capitaux d'origine étrangère.

En matière d'emplois, les décisions d'implantations correspondent à un prévisionnel de création de plus de 900 emplois à 3 ans.

Vous trouverez en annexes le détail du plan d'actions, le budget prévisionnel et un projet de convention annuelle 2015 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 2015 de l'association BGI.

Cette convention s'inscrit dans le droit fil des décisions prises en Conseil d'Administration de BGI en date du 16 décembre 2014.

La participation demandée pour 2015 à la Ville de Bordeaux est de 290 000 euros pour le plan d'actions 2015, 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 2015,
- verser la participation prévue au budget primitif 2015, 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 2015 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 28 septembre 2015

P/EXPEDITION CONFORME,

Madame Virginie CALMELS

**CONVENTION DE PARTENARIAT 2015
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 15 Quai Louis XVIII à Bordeaux, dont les statuts ont été modifiés et approuvés le 11 janvier 2013 et dont la déclaration de modification a été reçue en Préfecture de la Gironde le 12 avril 2013, 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

Bordeaux Gironde Investissement 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 ...

Le plan d'actions pour 2015 est annexé à la présente.

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 2015 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)

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 pour l'année 2015.

Au regard du budget prévisionnel en annexe, la réalisation des activités s'élève à 2 363 240 euros et la subvention municipale à 290 000 euros.

Article 4 – Mode de règlement

Pour 2015, la subvention de la Ville de Bordeaux, à la réalisation des activités de BGI – Bordeaux Gironde Investissement, s'élève à 213 775€ (deux cent treize mille sept cent soixante quinze euros).

La subvention de 213 775 € pour le plan d'actions 2015 sera versée suivant le calendrier ci-après :

- Tranche n° 1 : 60% à la signature de la présente convention soit
- Tranche n° 2 : 20% au mois de juin 2015
- Tranche n° 3 : le solde, 20%, au mois de septembre 2015

Le versement sera effectué au compte de l'association dont les références bancaires sont stipulées ci-dessous à la confirmation des dates de l'escale à Bordeaux :

RELEVÉ D'IDENTITÉ BANCAIRE

Domiciliation : Caisse d'Épargne Aquitaine Poitou Charentes - Bordeaux
Titulaire du compte : Bordeaux Gironde Investissement
Adresse : 15 Quai Louis XVIII à Bordeaux

Code banque	Code guichet	Numéro de compte	Clé RIB
13335	00301	08085084685	71

La cotisation 2015 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 du 1^{er} janvier au 31 décembre 2015. 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 – Bordeaux Gironde Investissement prévoient une réunion de suivi des opérations entre le 1^o 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, 15 Quai Louis XVIII à Bordeaux.

Fait à Bordeaux en 4 exemplaires, le

Pour la Ville de Bordeaux,

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

**Virginie CALMELS
Adjoint au Maire**

**Alain COUGRAND
Président**

Présentation au Conseil d'administration
Mardi 16 décembre 2014 à 9 h



PROJET
Plan d'action et budget prévisionnel 2015

Ce document intègre les modifications retenues et adoptées lors de la réunion du Conseil d'administration du 26 septembre 2014 et les remarques du CSO du 4 décembre 2014.

SMART INSIDE
BORDEAUX

1. L'environnement économique	3
2. Les atouts du territoire (attractivité)	4
3. Les objectifs et leur mesure	5
4. Le plan d'action	7
a. Rappel des missions-----	7
b. Marketing territorial – Promotion de l'image économique de BORDEAUX - GIRONDE	8
c. Programme spécifique Bordeaux Alumni -----	16
d. Détection - prospection -----	17
e. Traitement, accueil et suivi des projets -----	18
5. Projet de budget	19
a. Recettes prévisionnelles -----	19
b. Présentation analytique des dépenses -----	20
Annexes	21
1. Programme « Bordeaux Alumni » -----	22
2. Action auprès des prescripteurs en France et à l'étranger -----	23
3. Organigramme Bordeaux Gironde Investissement -----	24
4. Fiches sectorielles -----(document séparé)	

Des faiblesses

- ✓ Une attractivité de la France en repli.
- ✓ 3^{ème} destination européenne pour les IDE (décisions) derrière la Grande-Bretagne et l'Allemagne
- ✓ 5^{ème} position pour le nombre d'emplois annoncés.
- ✓ Difficulté confirmée à attirer les investissements en provenance des pays émergents.

Des atouts

- ✓ **Une capacité à entreprendre, une créativité reconnue et une stabilité politique.**
- ✓ **Un maintien du nombre de décisions d'implantations industrielles, notamment américaines.**
- ✓ **« Un dynamisme des grandes agglomérations dont les stratégies de développement économique et de promotion des territoires témoignent de l'efficacité des solutions locales au service d'une attractivité nationale » (EY – Baromètre de l'attractivité - France 2013)**
- ✓ **Une attractivité réelle qui peut s'appuyer sur les entreprises à capitaux étrangers déjà implantées, celles qui sont implantées en Gironde sont donc une catégorie de comptes clés à rencontrer régulièrement**
- ✓ Un crédit d'impôt recherche, un crédit d'impôt innovation et la fiscalité des impatriés qui sont des éléments d'attractivité reconnus.

Mais aussi

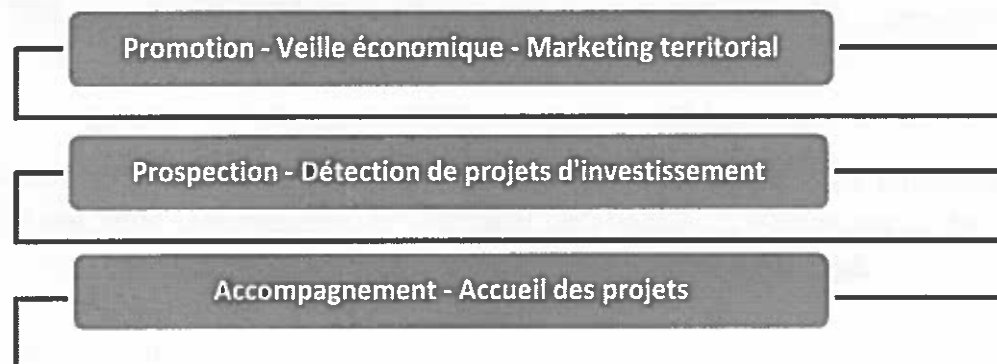
- ✓ Une concurrence toujours vive entre les métropoles et les régions européennes.
- ✓ Une coopération et un échange de bonnes pratiques dans le cadre du réseau « Invest in Aquitaine ».
- ✓ Une situation économique Aquitaine globalement moins impactée par la crise que de nombreuses régions (résistance sur les emplois industriels notamment) qui devrait permettre un rebond plus rapide en cas de reprise économique confirmée.

- **Une métropole dynamique**, en croissance, une offre de services comparable à la région parisienne associés à une croissance démographique remarquable : tous les éléments pour que Bordeaux devienne une métropole d'équilibre du Sud-Ouest européen.
- **Un territoire de projets :**
 - En **Recherche & Développement** : Plan Campus – université d'excellence, laboratoires et initiatives d'excellence, une R&D reconnue internationalement dans des domaines clés : mathématiques, neurosciences, cardiologie et oncologie, nouveaux matériaux, optique photonique, interface homme-machine, ...
 - **Dynamique urbaine** : projet BORDEAUX EURATLANTIQUE (Opération d'intérêt national), projet 50 000 logements pour accueillir un million d'habitants en 2030.
 - **Amélioration des infrastructures** : autoroutières - Ligne à Grande Vitesse Bordeaux Paris (2h en 2017) - troisième phase du tramway.
- **Une économie diversifiée** reposant sur des filières dynamiques, intégrées dans la mondialisation :
 - Aéronautique - Espace - Industrie de défense.
 - Optique - Photonique - Technologies Lasers.
 - Economie Numérique (label FRENCH TECH en 2014).
 - Activités liées à l'économie et l'industrie de la santé.
 - Activités tertiaires au standard international (Banques, Assurance, Conseil, Audit, ...).
- **Un climat « industrial friendly »** entretenu tant au niveau de la grande agglomération que de la région, qu'il sera nécessaire de développer auprès des activités tertiaires.
- **Un cadre de vie d'une qualité exceptionnelle**, de plus en plus recherché notamment par les activités technologiques et tertiaires.
- **Une présence remarquée dans de nombreux classements** dont :
 - Ville préférée des salariés pour travailler (Great Place to Work in 2014)
 - 3^{ème} métropole française où il fait bon entreprendre pour créer son entreprise (Institut de sondage Think) – 2014)
 - Dans le TOP TEN des CITIES ou the future 2014 -2015 dans la catégorie de 1 à 2 millions d'habitants (FDI Magazine)

Projet BGI 2015 - 3 - Les objectifs et leur mesure (1)

Rappel des 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

- 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).
- Une approche par filière (filières stratégiques et filières émergentes ou secondaires) : entretien de l'expertise sectorielle sur les cibles retenues par l'intermédiaire de relations régulières avec les partenaires concernés et en rencontrant les personnes en capacité à identifier les entreprises cibles.
- 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

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

Projet BGI 2015 - 3 - Les objectifs et leur mesure (2)

OBJECTIFS PROPOSÉS	
FILIERES STRATEGIQUES 25 à 30 décisions - 750 emplois	AUTRES FILIERES 10 à 12 décisions - 350 emplois
dont 2 à 3 centres de Recherche / Développement et 1 signature d'envergure internationale	
TENIR LES OBJECTIFS DU PLAN D'ACTION EN MATIERE DE PROMOTION ECONOMIQUE 7 rencontres presses – 2 voyages de presse – 3 évènements avec les ECHOS Accroître la visibilité économique du territoire	

Le travail effectué depuis de nombreuses années au sein de BGI permet aujourd'hui de disposer d'indicateurs de mise en œuvre des moyens :

Prises de contact « prescripteurs » (1)
 Entreprises rencontrées
 Comptes clés visités

Dossiers ouverts (projets identifiés)
 Décisions obtenues
 Emplois annoncés

Cette action de prise de contact prescripteurs qui a pris une nouvelle dimension en 2014 par la mise en œuvre de rencontres avec la représentation française dans les villes où l'AFII est implantée et à Paris auprès des ambassades des principaux pays de l'OCDE (voir détail en annexe), sera renforcée en 2015 auprès des consulats de France, des chambres de commerces binationales, l'organisations professionnelles étrangères ...

Passer d'une STRATEGIE de CONTACT à une réelle STRATÉGIE du LIEN

4 a - Projet BGI 2015 - Plan d'action : rappel des missions

Marketing territorial et Promotion économique

- Etre le lieu d'élaboration et d'exécution du plan global d'actions marketing territorial destiné à exprimer/communiquer le positionnement économique international de Bordeaux et de la Gironde.
- Assurer une veille économique et concurrentielle permanente.



Traitement de projets

- Accueillir et accompagner les différents projets d'investissements en favorisant - à leur profit - la mobilisation locale des partenaires publics et privés concernés par ces projets d'investissement.
- Organiser et coordonner la réception des entreprises et des investisseurs désireux de s'implanter en liaison avec les structures appropriées.
- Favoriser l'insertion optimale des nouveaux investisseurs au sein du tissu économique bordelais et girondin.

Détection, prospection de projets d'investissement

- Détecter et prospecter, tant en France qu'à l'étranger, les acteurs et les opérateurs susceptibles de prendre des décisions d'investissement au bénéfice de Bordeaux et de la Gironde. A ce titre, définir et mettre en œuvre une stratégie permettant d'attirer les investisseurs.
- Favoriser les programmes de développement émanant de sociétés déjà implantées en Gironde, mais dont les centres de décisions et de commandement sont extérieurs à ce territoire.
- Détecter et accompagner les projets de délocalisation de services publics et positionner l'agglomération bordelaise comme l'une des destinations pertinentes du redéploiement de l'emploi supérieur public.

Ambition : Accroître la visibilité du territoire Bordeaux-Gironde pour devenir un lieu majeur d'implantation et de développement de nouvelles activités économiques.

Positionnement : Bordeaux, le territoire où se bâtit votre futur.

Enjeux : Démontrer que c'est ici que se construit l'avenir en développant l'association intelligence / Bordeaux / métropole / territoire (Gironde)

- Affirmer la position de métropole économique européenne
- Plébisciter le territoire du Futur (technologique, scientifique, économique et urbain)
- Argumenter le discours
- Attirer de nouveaux investisseurs et talents

Cibles :

- Principales : investisseurs et prescripteurs économiques
- Cœur de cible : dirigeants, cadre sup ⁺⁺⁺, créateurs d'entreprise non aquitains dans des secteurs innovants ou relevant du tertiaire supérieur
- Cibles intermédiaires : cadres, salariés, investisseurs financiers, scientifiques, créateurs, intellectuels, ...

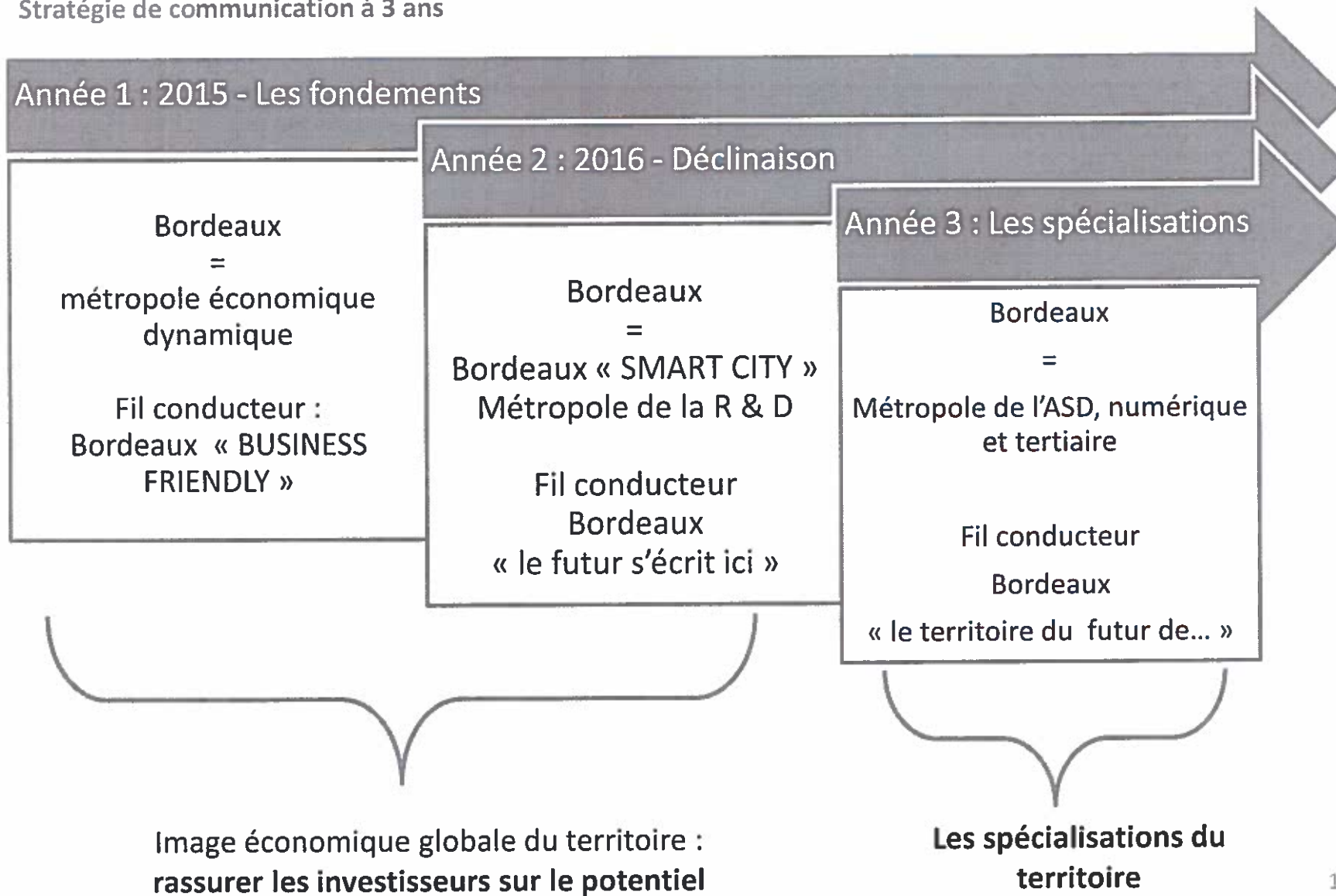
Partis pris (moyens/ principes) :

- Capitaliser sur la notoriété et la dynamique actuelle de Bordeaux
- Convaincre de la réalité économique du territoire et de ses savoir-faire
- Communiquer par la preuve en s'appuyant sur les entreprises innovantes du territoire
- Fédérer les acteurs économiques
- Bâtir un marketing territorial partagé
- Présenter des éléments graphiques identifiables aux plans national et international
- Avoir une communication globale et ne pas s'enfermer sur une spécialisation
- Utiliser l'image « préconstruite » de qualité de vie du territoire

Méthode :

- Développer une stratégie sur 3 ans en coordination avec les partenaires concernés
- Développer le « label » Smart Inside
- Amplifier la visibilité économique de Bordeaux-Gironde dans les médias nationaux et internationaux (papiers et numériques)
- S'associer avec un(des) partenaire(s) crédible(s) et reconnu(s) en résonance avec nos objectifs.
- Organiser les actions de communication autour d'un « mix » d'outils : relations presse, événementiel, supports papier et numérique, réseaux sociaux, publicité,...

Stratégie de communication à 3 ans



4 b - Projet BGI 2015 - Marketing territorial
Promotion de l'image économique de BORDEAUX-GIRONDE (4)

	2015	2016	2017
Objectif	Créer le réflexe Bordeaux-Gironde = dynamisme économique	Préciser Bordeaux-Gironde = Futur	Thématiser Bordeaux-Gironde : ses filières
Cibles	Principales : fonctions dirigeantes, investisseurs, prescripteurs éco, CSP ++ Cœur de cible : immobilier, banque, assurance, finances = tertiaire supérieur Intermédiaires : cadres, salariés	Principales : cadres sup.++, dirigeants, investisseurs, prescripteurs Cœur de cible : entreprises et startup innovantes, scientifiques, R&D Intermédiaires : cadres, salariés, étudiants	Principales : cadres sup.++, dirigeants, investisseurs, prescripteurs filières Cœur de cible : dirigeants entreprises des filières visées Intermédiaires : cadres, salariés, étudiants
Fil rouge	Territoire et métropole « BUSINESS FRIENDLY »	Territoire innovant où s'invente votre futur	Ici s'invente le futur des filières et technologies (ASD, Numérique, Photonique, santé)
Association avec marque	Groupe les Echos 5 ^{ème} quotidien national, 1 ^{er} dans la catégorie économique, lectorat quotidien > 500 000)	Groupe Les Echos (Conférence économique) Evènement international avec l'agence australienne de l'innovation 2THINKNOW	Usine nouvelle Magazine de référence du monde industriel - 245 000 lecteurs. 1,6 million de visiteurs uniques mensuels sur le WEB
Support	Agence de relations Presse sur Paris	Agence de relations Presse sur Paris	Agence de relations Presse sur Paris

- **EVÉNEMENTIELS**

Avec le **Groupe Les Echos** :

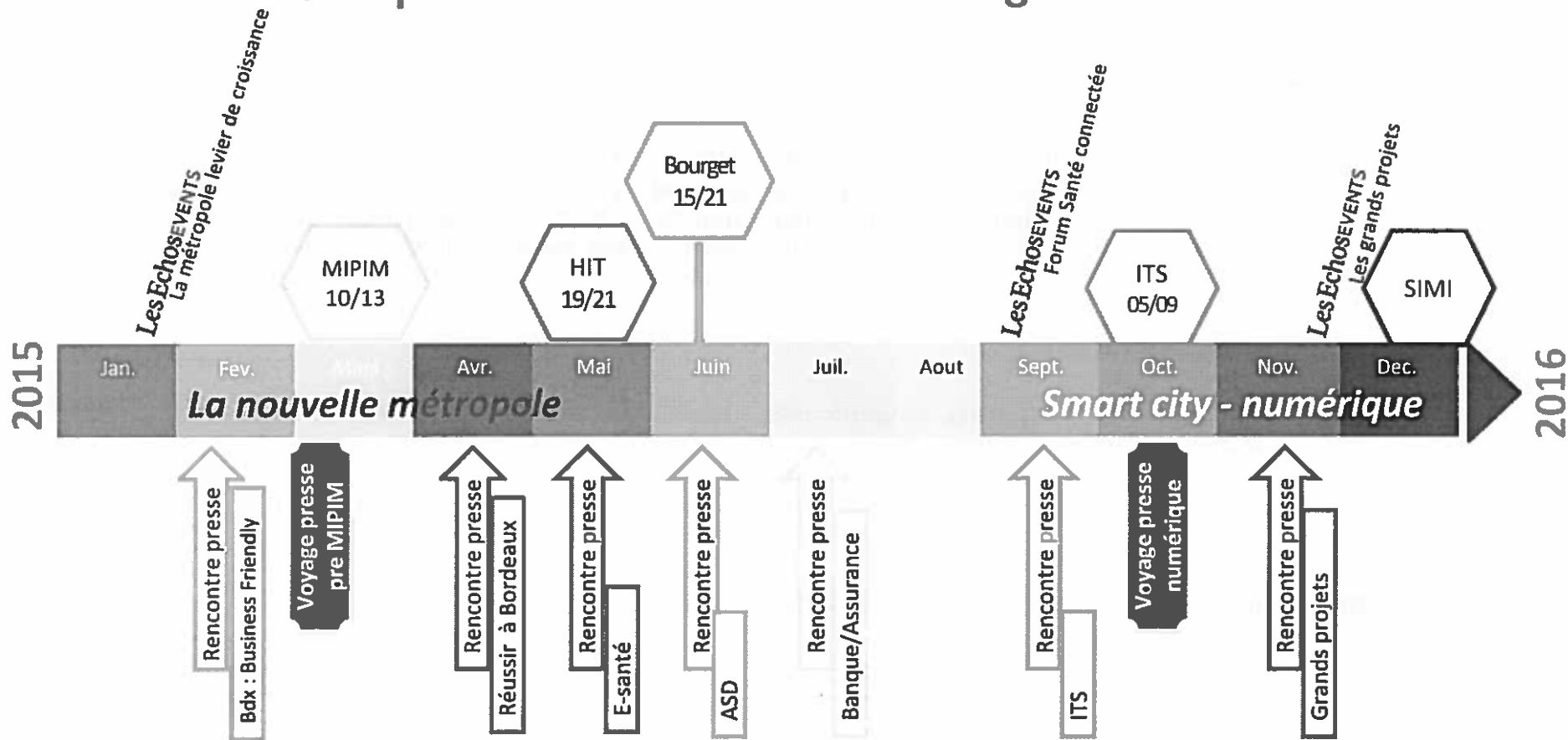
- 2 petits déjeuners Les Echos : fin janvier « **La métropole, un levier de croissance pour les entreprises** » et 4^{ème} trimestre 2015 « **Les grands projets du territoire** ».
- Partenariat avec la Conférence annuelle « **La Santé connectée** », organisée par les Echos, en coordination avec les acteurs locaux concernés.
- En complément, réalisation de vidéos de 3 minutes diffusées dans l'espace partenaire Les Echos.fr, 2 x ¼ page de publicité dans Les Echos Business et 2 x 1 page de publi-rédactionnel dans Enjeux Les Echos.

- **RELATIONS PRESSE**

Avec l'appui d'une **agence presse sur Paris** :

- Poser les fondamentaux du discours « média » par l'élaboration de dossiers de presse (généralistes ou spécialisés), des angles d'attaques, des arguments par thèmes majeurs..
- Créer les relations acteurs locaux/journalistes, bloggeurs aux niveaux national et international par :
 - l'organisation de **voyages de presse** : un pré MIPIM fin février/début mars et un « digital/ITS » en octobre.
 - l'organisation régulière, à Paris, de **rencontres presse** (petit déjeuner, interview, face à face, conférence...) sur les thèmes majeurs de l'année : 1 toutes les 5/6 semaines en fonction de l'actualité et des événements en cours.
 - la diffusion systématique de **communiqués de presse** sur l'actualité économique du territoire et des entreprises (2 à 3 par mois selon l'actualité a minima).
- Actions de média training pour les personnes devant intervenir dans le cadre d'opération presse.

Une présence média tout au long de l'année



4b - Projet BGI 2015 - Marketing territorial Promotion de l'image économique de BORDEAUX-GIRONDE (6)

- **E-NOTORIÉTÉ**
 - Par les réseaux sociaux (TWITTER, FACEBOOK, LINKEDIN, SITE INTERNET)
En parfaite complémentarité avec l'événementiel et les relations presse, les réseaux sociaux permettent la diffusion de contenus ciblés amplifiée par la reprise de l'information par les « lecteurs », revenir sur une actualité, augmenter le trafic sur le site internet, développer les liens avec les prescripteurs et relais d'opinion, créer et fidéliser une « communauté ».
- **SUPPORTS PROMOTIONNELS**
 - Réalisation de documents promotionnels (brochures, clips vidéo, présentations) en soutien aux actions de prospection
 - Participation au salon mondial ITS – Bordeaux, octobre 2015 : coordination des messages et des outils marketing développés sur le stand territorial commun, pris en charge financièrement par toute ou partie des membres financeurs.
- **MARKETING TERRITORIAL DES PAYS GIRONDINS**
 - Participer à la mise en place d'une stratégie de marketing territorial pour le territoire girondin et accompagner la mise en place des zones d'équilibre départemental en améliorant la lisibilité économique de l'ensemble du territoire. Renforcement des synergies (repérage des complémentarités) entre la stratégie de l'agglomération et les stratégies des pays

Projet BGI 2015 – Marketing territorial - Détail budgétaire (7)

Communication globale : Bordeaux - Gironde « Business Friendly »	280 000 €
Événementiels	90 000 €
<ul style="list-style-type: none"> • En lien avec le Groupe Les Echos : (5^{ème} quotidien national, 1^{er} dans la catégorie économique, lectorat quotidien supérieur à 500.000) <ul style="list-style-type: none"> ▪ Partenariat sur 2 conférences Les Echos : secteurs ASD et TERTIAIRE SUPERIEUR , en coordination avec les acteurs locaux (50 000€) ▪ Organisation d'une conférence « Les Echos - Bordeaux Métropole » sur le thème de la place de Bordeaux parmi les nouvelles métropoles, éléments du développement économique national (40 000€) 	
Relations presse économique France et Europe	90 000 €
<ul style="list-style-type: none"> • Agence parisienne de relations presse (70 000€). Objectif : augmenter la présence de Bordeaux dans les articles de la presse économique (70 000€) □ Mission permanente 5 à 7 jours /mois : conseil stratégique , constitution et gestion des fichiers journalistes / bloggers, gestion et suivi des contacts, suivi des calendriers rédactionnels et conseil stratégique □ Livrables <ul style="list-style-type: none"> ▪ Réalisation d'un dossier de presse générique « Business Friendly » (français, anglais, allemand) et de 2 dossiers de presse thématique par an et diffusion ▪ Rédaction et diffusion a minima de 12 à 15 communiqués de presse dans l'année ▪ 3 organisations de rencontres avec la presse économique sur Paris dans le cadre de déjeuner ou petit déjeuner ▪ Organisation de 2 voyages de presse: pré-MIPIM et octobre dans le cadre du congrès mondial ITS ▪ Organisation de 10 interviews dans l'année (industriels, élus, scientifiques...) • Frais de restauration, location de salle, logistique, transports des journalistes, traduction..(20 000€) (20 000€) 	
PLAN MEDIA : insertion dans la presse économique en soutien aux actions menées (numérique et/ou papier)	100 000 €
<ul style="list-style-type: none"> • 3 parutions dans les Echos (format 272x190) + 2 parutions Enjeux/Les Echos (55 000€) • Création de l'annonce presse et adaptation aux supports (45 000€) 	

Objectifs

- Favoriser la création de liens de qualité et durables entre une communauté d'étudiants répartie sur les 5 continents et la métropole de Bordeaux .
- Contribuer au rayonnement international et à l'attractivité du territoire de Bordeaux-Gironde.
- Renforcer les relations entre l'Université, les écoles d'ingénieurs, les écoles de commerce, et les entreprises du territoire.

1^{ère} promotion Bordeaux Alumni

Cette première promotion, rassemblant 45 étudiants de 25 nationalités différentes, leur parrain ainsi que les représentants des structures d'enseignement supérieur partenaires, se sont réunis pour la soirée de lancement le 13 novembre dernier. Le programme de cette promotion se prolonge jusqu' en mai 2015.

Promotion Bordeaux Alumni 2015 - 2016

La mise en route de cette 2^{ème} promotion s'engagera en début d'année en parallèle de l'action d'animation de la promotion précédente et suivra son programme d'octobre 2015 à mai 2015.

Un effectif de 100 Alumni et de 100 parrains, bien qu'ambitieux, constitue notre objectif, compte tenu des premiers enseignements tirés de la 1^{ère} promotion. Un renforcement de la plateforme développée en interne par B.G.I. nécessite un investissement de 6 000 euros pour répondre aux suggestions et propositions des utilisateurs.



Animation à long terme de la communauté Bordeaux Alumni

A la fin de la promotion, la majorité des Alumni retourneront dans leur pays d'origine ou ailleurs à l'étranger pour terminer leur cursus.

La communauté d'Alumni répartie sur les 5 continents devra restée connectée à Bordeaux et à son territoire si l'on veut que ce réseau soit vivant et pérenne (Les liens avec les Alumni seront maintenus par :

- la plateforme membres.bordeaux-alumni.com : la messagerie de l'extranet et le répertoire « d'amis » que chacun se sera constitué durant les 6 mois de la Promotion ;
- la présence sur les réseaux sociaux que les alumni auront adoptés durant la promotion, les outils étant déjà créés : Compte Twitter : [@BordeauxAlumni](https://twitter.com/BordeauxAlumni), Page Facebook : [Bordeaux-Alumni](https://www.facebook.com/Bordeaux-Alumni), Page Google+ : [Bordeaux Alumni](https://plus.google.com/+BordeauxAlumni).
- une newsletter bimensuelle (le rythme restera à définir) en français (pour maintenir le niveau de langue) adressée à tous les alumni sur leur boîte mail, reprenant une sélection des actualités diffusées sur le site www.bordeaux-alumni.com

Des éléments plus détaillés sur ce programme sont intégrés, en annexe n°1.

Projet BGI 2015 - 5c - Plan d'action « Détection - Prospection »

Identification des cibles de prospection

Concentrer les actions de détection et de prospection des projets sur les domaines (filères ou technologies) identifiés en 2013 et 2014 et qui demeurent en correspondance avec les atouts et les potentiels du territoire Bordeaux-Gironde.

• FILIERES STRATEGIQUES

- ✓ AERONAUTIQUE/ SPATIAL/DEFENSE
- ✓ TERTIAIRE SUPERIEUR
- ✓ ECONOMIE NUMERIQUE
- ✓ SANTE

• AUTRES FILIERES

- ✓ CHIMIE VERTE
- ✓ CONSTRUCTION DURABLE
- ✓ PHOTONIQUE - OPTIQUE – LASER
- ✓ EMR
- ✓ FILIERE VITIVINICOLE

Une méthodologie d'approche qui repose sur une identification des cibles en s'appuyant notamment sur les connaissances et réseaux de nos partenaires et sur une approche des cibles, une prise de contact et une définition des activités de suivi faisant l'objet d'un reporting régulier.

Comme pour 2014, des fiches sectorielles ont été élaborées, en collaboration avec nos partenaires, et sont intégrées en annexe n°4 (document séparé)

Cette activité de Détection / Prospection **produit des résultats multiples** : dossiers d'implantation, de développement ou de relocalisation, contrats de sous-traitance ou de maintenance, informations stratégiques, contrats de Recherche & Développement, développement d'activités logistiques, apports d'affaires pour les sociétés de services... Il s'agira d'exploiter au mieux en relation avec nos financeurs ces informations de façon à déterminer les actions à engager : prise de contact, lobbying, intervention des grands élus, ...

Projet BGI 2015 - 5d - Plan d'action « Traitement, accueil et suivi »

Une fonction « ressources »

Implication dans le traitement des dossiers identifiés par l'équipe prospection , afin de répondre :

- **Aux besoins fonciers et immobiliers** : identification de sites d'implantations en relation avec la profession immobilière et les collectivités territoriales sur cette question.
- **Aux 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).
- **Aux besoins en matière de financement des projets** par la 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 de l'ensemble des projets traités par BGI

Une fonction « traitement »

Prendre en charge les différents projets susceptibles de s'implanter sur le territoire Bordeaux-Girond :

- Projets relevant des filières prioritaires ou émergentes identifiées
- Traitement des sollicitations spontanées ou portées à la connaissance de BGI par les réseaux et les partenaires

..... 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 la fonction « alerte ».

Bordeaux Gironde Investissement a développé Au fil des années, un progiciel informatique permettant de connecter l'ensemble de nos ressources « Information » : gestion des projets, gestion des contacts, suivi des implantations, Reporting, Comité technique et connections avec l'ensemble de nos supports de communication. Il convient cette année de procéder à une mise à jour.

Projet BGI 2015 - 5a - BUDGET PREVISIONNEL - RESSOURCES 2015

Bordeaux Gironde Investissement - RESSOURCES 2015			
FINANCEURS	BUDGET TOTAL	Dont cotisations	Promotion de l'image économique de BORDEAUX - GIRONDE
REGION	282 675	(76 225)	
DEPARTEMENT	188 565	(76 225)	
CCIB	360 000	(76 225)	(80 000)
CUB	622 000	(76 225)	(200 000)
MAIRIE DE BORDEAUX	290 000	(76 225)	
F E D E R	530 000	-	
ADHESIONS	90 000	(90 000)	
TOTAUX	2 363 240	(471 250)	(280 000)

Projet BGI 2015 - 5b - BUDGET PREVISIONNEL - DEPENSES 2015

1 - TFSE (Travaux, fournitures, services extérieurs)	120 864	260 000
1-1 : prestations de services (créations, infographiste, prestation AFIL,)	62 600	
1-2 : Sous-traitance plan global de communication + Agence Presse		115 000
1-3 : Manifestations / Evènementiels lié à la communication globale		90 000
1-4 : Manifestations / Evènementiels	41 600	
1-5 : Impression, réalisation documents promotionnels	13 600	
1-6 : Insertion Presse		55 000
1-7 : Site Internet	3 064	
2 - FRAIS GENERAUX DE FONCTIONNEMENT	170 586	
2-1 : Loyer et charges	100 640	
2-2 : Honoraires (comptabilité, banque, informatique)	30 228	
3 - FRAIS DE SALAIRES	1 463 610	
3-1 : Salaires bruts	920 505	
3-2 : Charges sociales patronales	519 655	
3-3 : Autres charges salariales : formations, stagiaires ,...	23 450	
4 - FRAIS DE MISSIONS ET DE RECEPTION	216 025	20 000
4-1 : Bordeaux Alumni	40 000	
4-2 : Accueil d'opérations de mobilité géographique et collective	45 000	
4-3 : Animation des réseaux	5 000	
4-4 : Missions	93 325	
4-5 : Vie Associative	8 000	
4-6 : Déplacements locaux	24 700	
4-7 : Frais de missions et de réceptions locaux liés aux opérations Presse		20 000
5 - TRADUCTIONS, INTERPRETIARIAT	5 200	
6 - POSTE ET TELECOMMUNICATIONS	19 925	
7 - COTISATIONS DIVERSES	1 330	
8 - DOCUMENTATION, BASES DE DONNEES	18 700	
9 - INVESTISSEMENTS	67 000	
TOTAL de 2 363 240 €	2 083 240	280 000

ANNEXES

1. Programme « Jeunes ambassadeurs »
2. Action auprès des prescripteurs en France et à l'étranger
3. Organigramme Bordeaux Gironde Investissement
4. Fiches sectorielles (document séparé)

Projet BGI 2015 – Annexe 1 - Programme « BORDEAUX ALUMNI »

Objectifs

- Favoriser la création de liens de qualité et durables entre une communauté d'étudiants répartie sur les 5 continents et la métropole de Bordeaux
- Contribuer au rayonnement international et à l'attractivité du territoire de Bordeaux-Gironde
- Renforcer les relations entre l'Université, les écoles d'ingénieurs, les écoles de commerce, et les entreprises du territoire.

L'alumni

Les étudiants internationaux inscrits dans les Grandes Ecoles (écoles d'ingénieurs, écoles de commerce), Sciences Po Bordeaux ou l'Université de Bordeaux) peuvent, dans certaines conditions (étudiants en Master 1,2, doctorants ou post doc, avec une réelle motivation démontrée) être parrainés sur une période de 6 mois (novembre à avril). Cette relation privilégiée, basée sur le principe de réciprocité, permet à l'étudiant étranger une meilleure intégration dans la vie économique et socio-culturelle de Bordeaux-Gironde. De retour dans son pays d'origine, il devient porteur de l'image du territoire qui l'a accueilli durant ses études supérieures, et pourra favoriser les contacts et partenariats internationaux.

Le réseau des Alumni de Bordeaux constituera une communauté internationale d'étudiants, qui grandira au fil des promotions.

Le parrain

Le parrain, chef d'entreprise ou cadre dirigeant au sein d'une entreprise, d'une collectivité ou d'une institution établie sur le territoire de Bordeaux et la Gironde s'engage, sur toute la durée du programme (6 mois), à accompagner le jeune étudiant. Sa mission est de faire découvrir le monde de l'entreprise et de lui faire rencontrer les principaux acteurs de son environnement économique.

Par ce biais, le parrain participe à l'image internationale de son entreprise mais aussi au rayonnement de Bordeaux et de la Gironde à l'étranger, il intègre un réseau d'hommes et de femmes ouverts sur le monde, en lien avec les grands acteurs académiques, le monde consulaire et les pouvoirs publics. C'est aussi une façon d'affirmer sa dimension citoyenne et son ancrage territorial.

Concrètement, une rencontre à raison d'une fois par mois permet à l'étudiant d'avoir un échange riche avec un chef d'entreprise ou cadre dirigeant, mais également une approche du monde de l'entreprise, un partage de la culture du travail et des affaires en France.

Le programme

Un programme de rencontres organisé par Bordeaux-Gironde Investissement et mobilisant ses partenaires (acteurs économiques, politiques, institutionnels, diplomatiques, scientifiques, culturels...) anime le réseau durant les 6 mois de la promotion.

Ce programme s'attache à faire connaître la dynamique bordelaise et vient en complément des rencontres initiées par le parrain :

- Présentation de l'économie du territoire par Bordeaux-Gironde Investissement
- Visites d'entreprises emblématiques
- Soirées événementielles



Projet BGI 2015 - Annexe 2 - Action « Prescripteurs »

Prescripteurs en France

- Aller à la rencontre des Ambassades des principaux pays CIBLES de notre prospection
- Réunion annuelle avec les consuls bordelais représentant ces pays à Bordeaux, complétée par des rencontres bilatérales., avec notamment une présence accrue au sein du Club d'affaires Franco – allemand
- Objectifs poursuivis :
 - Sensibilisation aux atouts de Bordeaux -Gironde,
 - Obtention d'informations sur les projets d'investissement,
 - Organisation éventuelle de programmes économiques pour les Ambassadeurs en coopération avec les partenaires locaux,
 - Contribution au maintien des consulats dont la présence pourrait être remise en cause (fonction alerte).

Prescripteurs à l'étranger : passer d'une action de contact à une stratégie du lien

- Dans les villes disposant d'un Bureau AFII : Diffuser un discours Bordeaux Gironde auprès des principaux bureaux correspondant à nos cibles de prospection, rencontrer systématiquement :
 - Responsable AFII
 - Ambassade (Missions économiques) et/ou Consulat
 - CCI bi nationales
 - associations professionnelles
- Une mission Amérique de Nord : New-York, Toronto – Montréal, San Francisco, Chicago,
- 2/3 missions Europe :
 - Madrid (Espagne Portugal) - Milan (Italie)
 - Londres (UK = Irlande) - Bruxelles
 - Düsseldorf (Allemagne - Suisse - Autriche) - Stockholm (Pays scandinaves)

Annexe 3 Organigramme

(30 novembre 2014)

Une équipe pluridisciplinaire de 15 personnes

