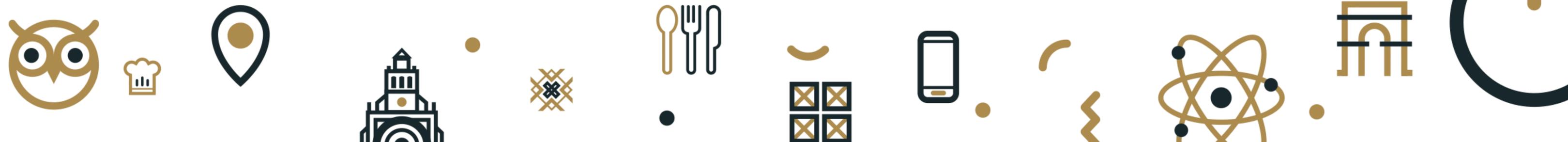




Feuille de route stratégique et plan d'action prévisionnel 2023

Présenté en Bureau exécutif le 28/11/2022 et Assemblée Générale le 9/01/2023



18 mois d'un large travail de réflexion collective

2021

Ateliers et accompagnement par 3 sociétés de conseil : ADALTYS, BLUE SIGHT CONSEILS et ALGOE CONSULTANTS

2022

- **24 janvier** : dépôt des statuts de l'agence
- **24 mars** : délibération de la métropole pour financer DBI sur 3 ans
- **12 mai** : lancement officiel de l'agence à la CIGV
- **1^{er} septembre** : démarrage de l'équipe
- **2 septembre** : séminaire de rentrée
- **5 septembre** : Bureau exécutif
- **12 septembre** : Assemblée Générale

2023

- **9 janvier** : Stratégie et plan d'action présentée à l'AGO

01. FEUILLE DE ROUTE STRATEGIQUE

2022-2024

Raison d'être de l'agence d'attractivité

Favoriser l'implantation d'entreprises nouvelles, de toutes tailles, sur la métropole et accompagner les entreprises locales dans leurs projets d'extension, de développement *et de transition écologique*

Passer de l'attractivité subie à l'attractivité choisie

Focalisation assumée de nos actions

- être sélectif pour tenir compte de la raréfaction foncière/taux de vacance faible
- scorer les projets détectés pour prioriser les allocations de ressources
- choisir les segments cibles correspondant aux secteurs d'excellence ou en devenir de la métropole

Renforcer trois leviers majeurs de l'attractivité du territoire

- Bassin d'emploi et talents (Poursuivre l'effort dans la formation initiale supérieure , développer une formation continue vers les métiers de la connaissance et le niveau supérieur)
- accessibilité
- conventions, congrès et salons à vocation économique sur le territoire

Fédérer et cultiver la force du collectif

- Déployer les task-forces thématiques en associant des entreprises non membres de l'AG
- Faire de l'AG le forum de l'attractivité du territoire
- Multiplier les partenariats
- S'appuyer sur le lien affectif avec Dijon

Penser l'attractivité comme un enjeu global

- **Attirer de l'extérieur (exogène) mais aussi soutenir les activités déjà implantées** en répondant à leurs enjeux de développement (RH, extension, ...) ou de croissance pour les start up et les jeunes entreprises innovantes
- **Penser les projets détectés par la métropole dans le cadre global du territoire régional** en se coordonnant avec les territoires voisins, travailler réciproquement à profiler une offre métropolitaine unifiée à l'échelle régionale
- **Diversifier** : au-delà des projets d'implantation impliquant du terrain à bâtir, penser aussi aux opportunités offertes pour ces projets par la requalification de bâtiments, les friches industrielles ou encore la densification immobilière positive
- **Prendre appui sur la politique tourisme** conduite en matière de congrès, salons et tourisme d'affaires pour conforter l'image 'pro-business' et dynamique du territoire
- **Contribuer par la nature des projets détectés à la mutation numérique et environnementale du territoire**

Faire de 3 tendances, des opportunités pour Dijon

1. **Saisir l'opportunité** de délestage/conquête des entreprises basées à Paris et dans les très grandes métropoles en quête de nouveaux relais de croissance dans les territoires (vrai tant pour les entreprises que pour les organismes de recherche, écoles de formation, etc...)
2. **Répondre à la montée en puissance des nouvelles normes de l'attractivité** : talents, qualité de vie, ville bas carbone et inclusive sur lesquelles la métropole peut répondre et démontrer de réels atouts. Aller vers Dijon Ville Positive
3. **La qualité de l'articulation entre vie professionnelle et vie personnelle** est de plus en plus importante pour les collaborateurs : Dijon offre une belle réponse à cette évolution

Positionnement de Dijon Bourgogne Invest

1. Structure légère et réactive, **offrant des garanties de service** (prise en main sous 48h00 par exemple)
2. **Entité en prise constante avec le territoire**, via notamment sa gouvernance à dominante entrepreneuriale
3. **Ensembleur et maître d'ouvrage, porte d'entrée du territoire** pour les projets d'implantation et de croissance
4. **Plateforme de services** construite en partenariat avec les acteurs locaux
5. **Apporteur de solutions à des projets de développement**, via un écosystème transdisciplinaire, pas un vendeur de m2
6. Une **agence pleinement alignée sur les enjeux stratégiques de la métropole**

Vers un nouveau récit de territoire

Capitale du goût, de la transition alimentaire et de l'hospitalité

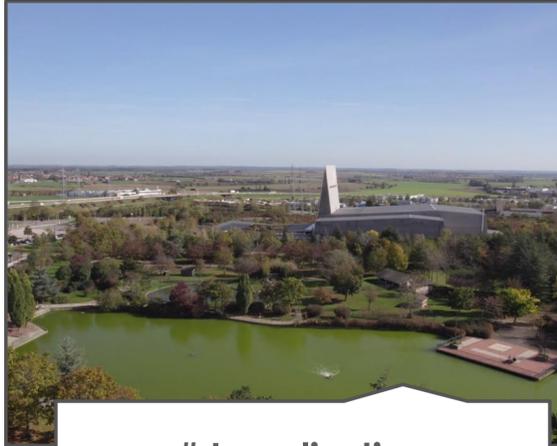
Métropole économique inscrite dans cercle des grands hub santé en France

Métropole entrepreneurante et accueillante, pour les étudiants, chercheurs et enseignants

Métropole qui offre tout à 15 min...qualité de vie, qualité de ville

Dijon 'la positive'
Pionnière des métropoles bas carbone en France et en Europe,

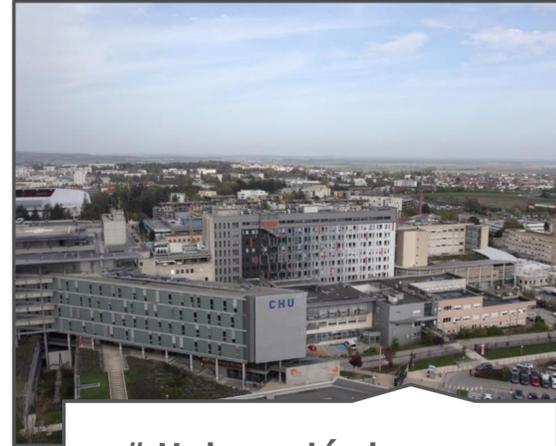
...qui se décline en 10 raisons d'investir et s'implanter à Dijon



Localisation exceptionnelle



Capitale du goût, de la transition alimentaire et de l'hospitalité



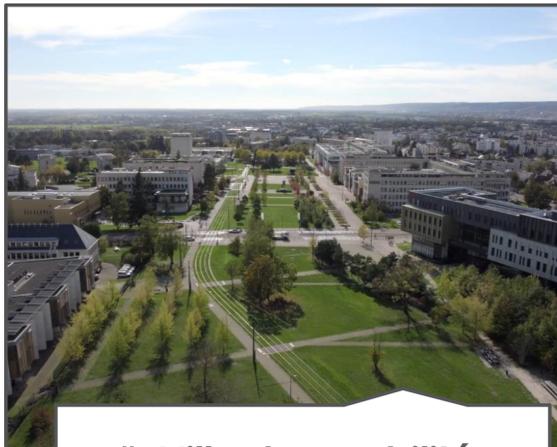
Hub santé de rang national



Métropole pionnière des villes bas carbone en France et en Europe



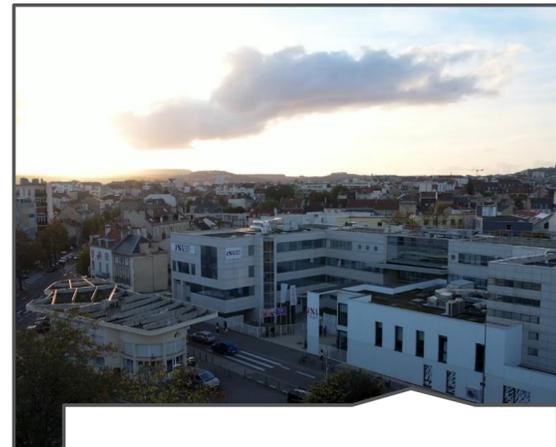
Métropole engagée dans la transition numérique



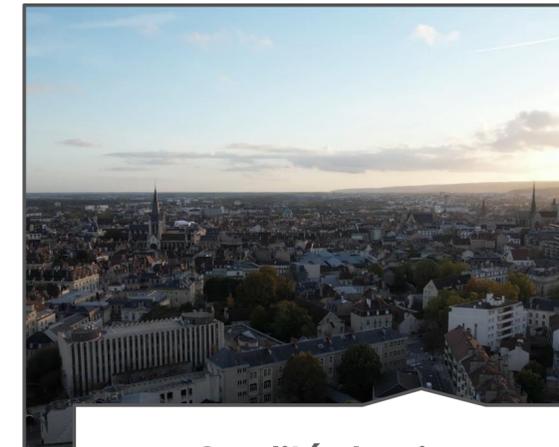
Ville des mobilités douces



Métropole accueillante pour entreprendre



Vivier de compétences



Qualité de vie exceptionnelle



Zones d'activités économiques diversifiées

02. PRIORITES SECTORIELLES

5 priorités de détection de projets d'implantation



Filière éco-construction, ingénierie & énergies vertes
Dijon, métropole bas carbone



Filière agro-alimentation :
Conforter Dijon Bourgogne, capitale du goût, du vin et de l'hospitalité



Filière santé
Se positionner dans le top 5 des hub santé en France



Filière numérique
Trois verticales majeures : e-santé, foodtech, greentech



Préparer le futur en soutenant les **start up et jeunes entreprises innovantes**

Filière santé

Se positionner dans le top 5 des hub santé en France

Atouts de la métropole de Dijon

- **La métropole réunit toutes les composantes d'un hub santé** : complexe hospitalo-universitaire, 800 chercheurs, 10,000 étudiants liés à la filière, tissu industriel fort de 100 entreprises, 4000 emplois, et de sociétés leaders dont beaucoup ont leur centre de décision à Dijon
- **Actualité forte** : URGO avec Génesis, croissance rapide d'Adhex Pharma et rachat en Allemagne, contrat de 50 mio de Crossject avec les USA, développement de ONCODESIGN, Corden Pharma, Inventiva
- **Portefeuille dynamique de grands programmes** de recherche : Genesis, Phar'Image, Powder ON, Vaximprove, Strada, Numécare, IVP, Réadaptic
- **Site totem** en phase de production : campus 2 sur 10,000 m2 incluant des équipements d'incubation/accélération
- **Projet de Bio Park en gestation**
- **Marque 'Santenov' potentiellement fédératrice** créée par les grands acteurs locaux (Métropole, CHU, Université...)

Axes stratégiques de l'agence sur la filière santé

- **Se positionner sur le créneau de la santé globale** (One Health) qui fédère 'santé, alimentation saine, environnement et sport'
- **Exploiter Santenov** comme catalyseur de la filière santé dijonnaise
- **Prospecter prioritairement dans nos secteurs de spécialité** :
 - Imagerie pharmaceutique
 - Médecine de précision
 - Médecine régénérative,
 - Médecine réadaptative
 - Procédés pharmaceutiques innovants, poudres, bio production
 - Compléments alimentaires
- **Cibler prioritairement**
 - Entreprises internationales
 - Entreprises dont le centre de décision est à Dijon ou envisageant de l'y installer
- **Consolider le socle numérique** du secteur santé
- **S'appuyer sur la forte dimension industrielle** de Dijon dans le secteur santé (par rapport à discours recherche pure)
- **Soutenir le lien entreprise/monde** de la recherche et de l'enseignement pour accélérer les transferts de technologique

Filière santé

Se positionner dans le top 5 des hub santé en France

Actions 2023 : premières orientations

- Rencontres régulières avec les grandes entreprises de la métropole pour consolider l’ancrage local
- Valoriser/exploiter la 2^{ème} convention d’affaires IA4CARE à Dijon
- Travailler à attirer une convention d’affaires de rang national à Dijon (Biofit, Medfit)
- Organiser notre propre convention, par exemple autour de la santé globale (creuser le projet One Health)
- Participer à des congrès et conventions d’affaires techniques pour promouvoir le hub santé de Dijon :
 - Congrès BioProduction – 30 et 31 mars 2023 TOURS
 - MEDFIT

A l’étude

- Congrès EANM – 9 au 12 septembre 2023 – Vienne (Autriche)
- Congrès Bio Data World Congress (Bale)
- Exposer/visiter sur deux grands salons généralistes pour détecter des projets et consolider notre positionnement
 - SANTEXPO - 23 au 25 mai 2023 – Paris – Stand DBI
 - MEDICA - 13 au 17 novembre 2023 – Dusseldorf – Stand DBI en partenariat avec AER (?)

Filière agro-alimentaire

Dijon Bourgogne, capitale du goût, du vin et de l'hospitalité

Atouts de la métropole de Dijon

- Image puissante et cohérente de Dijon autour de la gastronomie, du vin et de l'hospitalité
- Marque exceptionnelle : Dijon Bourgogne
- Réputation alimentaire : des produits iconiques (moutarde, cassis, pain d'épice..), 8 entreprises du patrimoine vivant, 13 AOC et IGP, plus de 500 restaurants dont 5 étoilés
- Destination touristique : 3 millions de visiteurs par an
- Vivier de compétences majeur : Agro Sup Dijon, Université de Bourgogne, BSB (MBA Wine&Spirits Business..), 3000 enseignants et chercheurs dans le secteur
- Visibilité internationale : lancement de la Cité Internationale de la Gastronomie et du Vin en 2022, accueil de l'Organisation Internationale du Vin et de la Vigne à Dijon
- Positionnement affirmé sur la transition alimentaire (PRODIJ)
- 9000 emplois dans la filière agro alimentation et des entreprises emblématiques : Eurogerm...
- Au cœur de la 3^{ème} région agricole de France

Axes stratégiques de l'agence sur la filière agro-alimentaire

- Valoriser un écosystème à la fois puissant et reconnu : Agronov, pôle de compétitivité Vitagora
- Se focaliser sur quatre éléments de la chaîne de valeur des IAA :
 - amont : ingrédients, additifs, ferments (projet ferments du futur)
 - aval : logistique
 - agri technologies
 - industrie connexes, à commencer par le secteur de l'emballage, conditionnement
- Cibler prioritairement :
 - Implantation de projets de R&D et d'innovation, food tech
 - Sociétés internationales de distribution de produits alimentaires
 - Fournisseurs de l'agro-alimentation
 - Entreprises de services liées au secteur de la transition alimentaire
 - Petite production alimentaire
- Faible capacité à se positionner fortement sur l'industrie de transformation agro de grande taille (problème d'eau et de foncier)
- Filière aval (méthanisation, éco construction, économie circulaire..)

Filière agro-alimentaire

Dijon Bourgogne, capitale du goût, du vin et de l'hospitalité

Actions 2023 : premières orientations

- Rencontres régulières avec les grandes entreprises de la métropole pour consolider l'ancrage local
- Déplacement voire exposition sur le SIRHA (19 au 23 janvier 2023) – Lyon



- Partenariat sur VITA CONNECT le 6 avril 2023 – Dijon – Accueil de grands comptes internationaux et de start-up



Filière éco-construction, ingénierie & énergies vertes

Dijon, pionnière des métropoles bas carbone

Atouts de la métropole de Dijon

- Pionnière
 - 1^{ère} métropole hydrogène de France : à l'horizon de 2024, Dijon aura la plus grande flotte de bus à l'hydrogène vert en France, produit localement par deux stations de production locales.
 - Première ville au monde à ériger une tour de bureaux à énergie positive (tour ELITHIS)
- Engagée
 - Porteuse du label "100 villes climatiquement neutres et intelligentes d'ici 2030"
 - Ville pilote en Europe avec le programme Response pour la création de quartiers à énergie positive
 - 4^{ème} plus grand réseau de chaleur urbain en France, majoritairement alimenté par des énergies renouvelables
 - Centrale photovoltaïque du centre d'enfouissement technique, une des plus grandes fermes solaires en France
- Apaisée
 - Centre-ville principalement piéton (+60 % de voirie piétonne au centre-ville entre 2011 et 2019),
 - Ville où il fait bon rouler en vélo : 27 % du linéaire de voirie dédiée aux vélos soit 316 kms d'aménagement cyclable
 - Dijon est la ville française où l'on perd le moins de temps dans les embouteillages (17 minutes en moyenne chaque jour contre 33 et 40 minutes respectivement à Lyon et Paris).
 - Biodiversité , accès aux espaces naturels

Axes stratégiques de l'agence sur les enjeux de la ville bas carbone

- Valoriser les grands projets métropolitains dans le secteur de façon transversale dans le marketing territorial de l'agence
- Faire (re)connaître Dijon 'la positive'
- Soutenir les entreprises émergentes dans le secteur des greentech (exemple Symone...)
- Intégrer dans le scoring des projets d'implantation l'exemplarité environnementale. Militer auprès des prospects pour des projets décarbonés et déployés en lien étroit avec l'environnement local

Filière éco-construction, ingénierie & énergies vertes

Dijon, pionnière des métropoles bas carbone

Actions 2023 : premières orientations

- Thématiser notre présence sur le MIPIM 2023 autour de la thématique 'ville bas carbone'
- Participation au salons MIXE en mai 2023 à Lyon



Numérique

Se focaliser sur 3 verticales

Atouts de la métropole de Dijon

- ON Dijon, l'une des plus importantes réalisations de ville intelligente en Europe
- Des ESN leader, attachées au territoire (ATOL, CPAGE....)
- Pôles d'expertise reconnus : smart city, numérique santé, foodtech et industrie 4.0
- Vivier d'au moins 2000 étudiants formés chaque année aux métiers du numérique

Axes stratégiques de l'agence sur la filière numérique

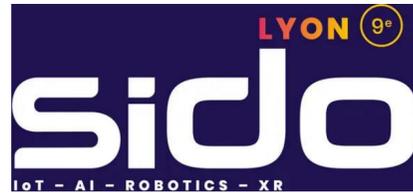
- Se focaliser en matière de prospection sur 4 verticales :
 - Food et agri tech
 - E-Santé
 - Industrie 4.0
 - Construction intelligente, smart city, smart building, smart office
- Capitaliser sur l'éventuelle labellisation 'Capitale French Tech'
- S'appuyer sur la dynamique de candidature à un campus cyber pour attirer et mobiliser les entreprises du secteur
- Mettre la captation de talents et de compétences dans le secteur du numérique au cœur de nos actions de promotion
- Travailler à la production d'un événementiel (congrès, salon...) avec Congrexpo (post renouvellement de la DSP) autour du numérique (lien à explorer avec le projet porté par Numéum)

Numérique

Se focaliser sur 3 verticales

Actions 2023 : premières orientations

- Présence sur le SIDO



- Présence sur VIVA TECHNOLOGY



Start up et jeunes entreprises innovantes

Atouts de la métropole de Dijon

- Ecosystème assez complet
- Pas d'opérateurs 'concurrents' entre eux
- Motivation collective forte pour se mobiliser autour du sujet
- Vivier potentiel de projets significatif compte tenu du nombre et de la diversité du potentiel académique

Axes stratégiques de l'agence sur l'enjeu des entreprises innovantes à croissance rapide

- Répondre aux deux 'trous' dans la raquette identifiés:
 - 1° Pas d'incubateur généraliste
 - 2° faiblesse de l'offre d'accompagnement 'post accélération' (sur le volet immobilier notamment)
- Valoriser et promouvoir l'écosystème de soutien aux entreprises innovantes
- Fédérer les acteurs pour les accompagner dans la consolidation de l'écosystème

Start up et jeunes entreprises innovantes

Actions 2023 : premières orientations

- Editer un document de promotion collective de l'écosystème
- Réunir les acteurs pour faire émerger un projet collectif de consolidation de l'écosystème
- Présence sur Vivatech



03. PLAN D'ACTION 2023

Cinq leviers majeurs pour détecter des nouveaux projets d'implantation et d'investissement



1. Faire connaître la proposition de valeur 'Dijon métropole' en mobilisant les réseaux

Action 1.1. Entretiens auprès des grands prescripteurs

- Cabinets de conseil nationaux et internationaux
- Acteurs immobiliers
- Cabinets d'expertise comptable
- Editeurs de classements & baromètre d'attractivité
- Fédérations professionnelles et organismes économiques (à l'image de l'opération SYNTEC du 1^{er} décembre)
- PME, ETI et Grandes Entreprises du territoire

Action 1.2 Mobiliser la 'filiale dijonnaise'

- Communiquer auprès du réseau des alumni des grandes écoles (BSB, Université de Bourgogne, Grandes Ecoles)
- Organiser une soirée avec les entrepreneurs/acteurs économiques dijonnais (élargir à la Bourgogne ?) installés à Paris (2023 ou début 2024)
- Constituer un kit ambassadeur pour permettre aux entreprises locales de parler/promouvoir le territoire, en adapter un spécifiquement pour les membres du BE

Action 1.3 Mobiliser des task force sur les sujets clefs (membres du BE, de l'AG et acteurs économiques)

- Réunir une 1^{ère} task force autour des entreprises innovantes/start up, réunir les acteurs
- Lancer 2 autres task force en 2023 (sur la consolidation du secteur du numérique avec le VP numérique, sur l'attractivité des talents et des compétences avec le VP ESR)
- Inviter des intervenants extérieurs aux bureaux exécutifs

Action 1.4 Finaliser un partenariat avec l'AER afin de renforcer la captation de projets issus du réseau Business France et exploiter leurs moyens pour renforcer notre action de prospection

2. Mettre en place un programme de prospection directe

Action 2.1. Présence sur des salons professionnels (stand et visite de prospection)

	Q1	Q2	Q3	Q4
Salons immobiliers	MIPIM 14 au 17 mars 2023 Cannes Stand DBI et RV B to B			SIMI Décembre 2023 Paris Stand DBI et RV B to B
Salons Santé		SANTEXPO 23 au 25 mai 2023 Paris Prospection DBI		MEDICA 13 au 17 novembre 2023 Dusseldorf Prospection DBI
Salons Agro-alimentation	SIRHA 19 au 23 janvier 2023 Lyon Prospection DBI			
Salons 'Ville intelligente et bas carbone'		MIX.E 14 au 17 juin 2023 Lyon Stand DBI et RVD B to B		
Salons 'Numérique' et Start Up		VIVATECH 14 au 17 juin 2023 Paris Prospection DBI	SIDO - IoT, IA, ROBOTIQUE & XR 20 et 21 Septembre 2023 Lyon Prospection DBI	
Salons Industriels	GLOBAL INDUSTRIE 7 au 10 mars Lyon RV B to B			BUSINESS INDUSTRIES Novembre Dijon Stand DBI

2. Mettre en place un programme de prospection directe

Action 2.2 Présence sur des congrès et conventions

Congrès BioProduction – 30 et 31 mars 2023 à Tours

MEDFIT – 9 et 10 octobre 2023 à Strasbourg

A l'étude

Congrès EANM – 9 au 12 septembre 2023 – Vienne (Autriche)

Congrès Bio Data World Congress (Bale)

Action 2.3 Séminaire investisseur/roadshow autour Hub Santé et du projet campus 2

- Paris, Dijon proche

Action 2.4 Séminaire investisseurs sur des pays limitrophes/ proches (2023 ou début 2024)

- Suisse
- Pays-Bas
- Belgique
- Allemagne

Action 2.5 Contractualiser avec un prestataire externe pour nous accompagner dans la prospection et prise de RV

- Actions test prévues sur Global Industrie et Santexpo

3. Prospecter le tissu local : re-Invest

Action 3.1 Prospecter les entreprises internationales et à capital étranger implantées sur la métropole

- Mise à jour des fichiers (en cours, finalisation décembre 2022)
- Prospection systématique des ECE de la métropole de Dijon pour détecter des projets d'extension (et/ou identifier des risques).
- Approcher ponctuellement les sièges sociaux des filiales de production implantées sur Dijon

Action 3.2 Suivi des grands comptes métropolitains

- Organiser un petit-déjeuner annuel avec les ETI/GE du territoire (247 établissements >50 et 69 >150 personnes) dès le premier trimestre 2023
- Rencontres ciblées régulières avec 12 plus grandes entreprises de la métropole dans chacun nos 4 secteurs cible pour consolider l'ancrage local (santé, agro, numérique, ville bas carbone)

Action 3.3 Accompagner les start-up du territoire dans leur parcours de croissance

- Massifier l'effort de communication de l'écosystème local pour attirer des start up sur Dijon : éditer un plaquette de promotion de l'éco système
- Agir comme ensemble pour accompagner et soutenir l'effort de croissance des start up et jeunes entreprises innovantes
- Soutenir les partenariats entre l'entreprise et l'éco système académique

Action 3.4 Lancer 'Chouette Move', notre service d'accompagnement à la mobilité professionnelle

- Créer et animer un club des RH des grandes entreprises de la métropole
- LancerThématiser notre présence sur le MIPIM 2023 autour de la thématique 'ville bas carbone'
- l'offre 'Chouette Move' : kit d'accueil et flyer de promotion

Action 3.5 Organiser des opérations corporate

- Partenariat avec la JDA sur des matchs internationaux et/ou des matchs de prestige
- Opérations similaires dans d'autres domaines (musique, opéra, culture...)

4. Promouvoir le territoire : presse, digital et événementiel

Action 4.1 accroître la présence digitale de l'agence

- Nouvelle landing page au 1^{er} décembre 2022 (en cours)
- Site internet complet au printemps 2023
- Tester une première campagne Ad Words au 2nd semestre 2023

Action 4.2 poursuivre l'effort de présence sur les réseaux sociaux (10% d'abonnés gagnés en 3 mois, 7000 abonnés)

- LinkedIn : poursuivre la progression du nombre d'abonnés et de vues tout en maintenant le taux d'engagement
- Campagnes de mise en valeur sur linkedin
- Entamer la réflexion sur d'autres réseaux potentiellement utiles dont Instagram (perspective 2024)

Action 4.3 Soirée des Ambassadeurs

- Créer un événement signature, quoi fédère et célèbre l'attractivité du territoire

Action 4.4 Lancement des rendez-vous réguliers sur des thèmes clefs de l'attractivité métropolitaine

- Financement des projets et start up > commencer par un premier événement sur la dynamique start up (format afterwork, avec présentations, échanges et si possible un temps B to B)
- Défi des talents
- Défi de l'efficacité énergétique
- Connectivité du territoire

Action 4.5 campagne de promotion autour de 'RV dans 15 mn' pour valoriser l'avantage comparatif majeur de Dijon Métropole

- Travailler sur 3 cibles côté presse : local (journal du Palais), régional (Décideurs) **mais surtout** national (Challenges, le Point, Les Echos, JDD, Be Smart TV)
- Priorité croissante à la présence digitale (effort budgétaire 50%/50% sur les deux média)
- Décliner la campagne en lien étroit avec les événements DBI

5. Tisser notre dispositif de veille

Action 5.1. Remontées de terrain

- Adhésion CNER
- Adhésion 'Chaire Attractivité et Nouveau Marketing Territorial'
- Participation active aux activités de l'éco système dijonnais
- Participation à des réseaux et/ou à des événements nationaux ou internationaux
- Entretiens comptes clefs réguliers

Action 5.2 Abonnement à des bases de données spécialisées

- Firsteco
- Cap Financials
- Trendéo (2023 ou 2024)
- Le Cadran (à l'étude)

Action 5.3 Veille presse et digital

- Echos
- Usine Nouvelle
- Investment monitor (dossier à l'étude)

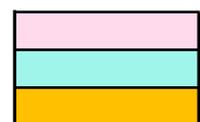
Action 5.4 Benchmark

- Suivi des baromètres, classements et palmarès (faire un agrégateur)
- Créer et suivre des villes repères en France et en Europe pour se comparer –enquête annuelle pour mesurer l'image de Dijon auprès des chefs d'entreprises

PROGRAMMATION 2023 - PRINCIPAUX TEMPS FORTS

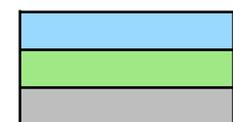
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Aout	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre
1												
2												
3												
4									BUREAU EXECUTIF SB			SIMI 2023 Paris
5				VITA'CONNECT					Business Industries - Dijon			
6				Congrès BioProduction 30 et 31 mars - Tours								
7			GLOBAL INDUSTRIE 7 au 10 mars - Lyon (stand et programme de RV BtoB)									
8												
9	ASSEMBLEE GENERALE				MIX.E 10 et 11 mai à Lyon (stand et programme de RV BtoB)					MEDFIT, 9 et 10 octobre Strasbourg Prospection DBI		
10												
11					Forum I4CARE							BUREAU EXECUTIF
12												
13		BUREAU EXECUTIF SB										
14			MIPIM 2023 Cannes Stand, conférence, RDV BtoB			VIVATECH - 14 au 17 juin à Paris RV B to B	SB				MEDICA - 13 au 17 novembre - Dusseldorf - Prospection DBI	
15												
16										BUREAU EXECUTIF SB		
17												
18												
19	SIRHA - 21 au 24 janvier , Lyon Prospection DBI							BUREAU EXECUTIF SB				
20			BUREAU EXECUTIF						SIDO - IoT, IA, ROBOTIQUE & XR		BUREAU EXECUTIF	
21												
22					ASSEMBLEE GENERALE							
23					SANTEXPO - 23 au 25 mai 2023 - Paris (stand)	SB						
24				BUREAU EXECUTIF								
25												
26												
27												
28												
29												
30												
31												
		FLYER ECOSSYSTEMES START UP	PETIT DEJEUNER ETI/GE - Dijon	LANCEMENT DU SITE INTERNET DBI		RV DE L'ATTRACTIVITE			SEMINAIRE INVESTISSEURS ROADSHOW	CAMPAGNE ADWORDS	SOIREE DES AMBASSADEURS	
	ACTUALISATION DU PORTEFEUILLE PROSPECT											
	PROSPECTION DES ENTREPRISES INTERNATIONALES IMPLANTEES A DIJON											
	ENTRETIENS CIBLES AUPRES DES PRESCRIPTEURS											
	PROSPECTION DES GRANDS COMPTES METROPOLITAINS											

LEGENDE

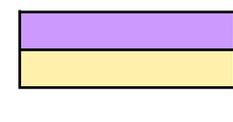


SECTEURS

filière santé
numérique
start up



filière agro
filière énergies & construction
industrie



immobilier
multisecteu

Professionaliser la structure

Offre de services et gestion de portefeuille de projets



Outils de prospection et de promotion

Offre de services & portefeuille projet

OFFRE DE SERVICES



IMMOBILIER & FONCIER

Recherche et détection de locaux et de terrains en adéquation à vos projets et organisation de visites de sites



INGENIERIE FINANCIERE

Identification des leviers de financement et aides adaptés à vos besoins



RESSOURCES HUMAINES

Aide au recrutement et mise en relation avec notre système éducatif



MOBILITE SALARIALE & FAMILIALE

Simplification de l'installation de vos salariés et familles sur notre territoire



JURIDIQUE & FISCAL

Accompagnement légal et fiscal avec notre réseau de partenaires



RESEAU D'AMBASSADEURS

Intégration à notre communauté et suivi assuré



RESEAU DE PARTENAIRES

Mise en relation avec des acteurs publics et privés précieux pour vos thématiques et intégration au réseau économique territorial



QUALITE DE VIE

Découverte du territoire métropolitain et de sa région aux multiples facettes

PROCESSUS MIS EN PLACE PAR DBI

1

Entretien réalisé

2

Projet détecté

3

Opportunité
ouverte

4

Visite
d'investisseur à Dijon

5

Décision d'investissement

6

Projet
en cours

7

Projet
abouti

Détail du processus et des KPI associés

Prospection

Implantation

		Commentaire	KPI
1 Entretiens réalisés	Prospects	Actions quotidiennes de prospection conduites par l'agence (entretien en face à face, en visio, sur des salons, dans des missions, par tel...). Nous ne rentrons dans le portefeuille que des contacts substantiels permettant de comprendre et identifier un projet ou une opportunité.	Nombre d'entretiens réalisés (total, par catégorie)
	Entreprises à Capitaux Etrangers		
	Prescripteurs		
2 Projets détectés	Création	Tout projet d'implantation, issu des entretiens et in fine des différentes sources mises en place par DBI, pouvant concerner Dijon et ce, indépendamment de ses caractéristiques propres. Des projets non prioritaires et/ou sans solution foncière apparente sur la métropole sont recensés à ce stade.	Nombre de projets détectés (total, par catégorie, par source)
	Extension/ maintien		
	Acquisition		
3 Opportunités ouvertes	Création	Projet d'implantation qualifié, conforme a priori à nos priorités, susceptible de se matérialiser à court ou moyen terme, nécessitant l'envoi d'informations, une offre d'accompagnement ou l'identification de solutions foncière ou immobilière	Nombre d'opportunités ouvertes (total, par catégorie, par source) Part des opportunités dans nos cibles sectorielles
	Extension/ maintien		
	Acquisition		
4 Visites d'investisseurs à Dijon	1 ^{ère} visite	Visite de sites et organisation de rencontres ciblées avec les prospects	Nombre de visites de site (dont 1^{ère} visite)
	Visites additionnelles		
5 Projets gagnés	Par source, par origine, par secteur, par nature, gabarit du besoin SDP, emploi prévisionnel à 3 ans	Projet pour lequel la décision d'implantation à Dijon est avérée (et donc documentée). Cela va de pair avec l'identification d'un lieu/site d'implantation. C'est à ce stade que nous proposons de communiquer, fonction de l'accord de l'investisseur et en articulation avec la métropole	Nombre de projets gagnés (prises de décision favorables) Emplois créés/maintenus à 3 ans Start up suivies
6 Projets en cours et/ou aboutis	Mêmes données que pour les projets gagnés, mais réactualisées	Projets qui sont dans leur cycle de mise en œuvre : construction, prise à bail, recrutement afin de passer en phase totalement opérationnelle	Nombre de projets en cours Nombre de projets aboutis

Se différencier par le niveau de service de l'agence

- Prise en charge des demandes sous 48h00
- Accessibilité des acteurs locaux
 - Développer un réseau partenarial large et réactif
 - Contribution forte des membres du Bureau Exécutif
- Expertise pointue sur les possibilités foncières et immobilières
 - recruter un stagiaire/alternant pour actualiser notre connaissance
 - entretenir notre relation avec les brokers et agents immobiliers
 - aller vers un observatoire métropolitain de l'immobilier avec la CCI
- Chargés d'affaires pour créer une véritable « intimité » dans l'accompagnement des projets
- Projet 'Chouette Move'

Outils de prospection et de promotion

Pour les prospects

- Argumentaires détaillés des atouts de Dijon dans les 5 domaines prioritaires
- Présentation type du territoire et de ses atouts en français et en anglais
- Présentation générale DBI

Membre du BE, et plus largement les ambassadeurs

- Dijon, les chiffres
- Éléments de langage 'récit de territoire' (sous forme de carte de visite/QR code)
- Présentation générale DBI

04. KEY PERFORMANCE INDICATOR

KEY PERFORMANCE INDICATOR

1. Nombre de nouvelles implantations

- Nombre de décisions
- % des implantations dans les filières d'excellence
- Qualité environnementale des projets

2. Entreprises du territoire accompagnées dans leur expansion

- nombre de décision d'expansion/relocations traitées

3. Emploi crée/sauvegardé à 3 ans

- Nombre d'emploi crée et/ou maintenu sur 3 ans

4. Start up

- Nombre de start up accompagnées dans leur développement

5. Accompagnement RH

- Nombre de bénéficiaires des programmes RH

6. Notoriété et visibilité

- Nombre d'abonnés linkedin
- Nombre de prospects détectés via le site internet
- Création d'un évènement signature

7. Portefeuille de projets

- Nombre de projets détectés
- Nombre d'opportunités ouvertes
- Nombre de projets en cours
- Nombre de projets aboutis