



PROJET DE PLAN D'ACTION 2026

Approuvé lors du Bureau exécutif du 13 Octobre 2025

Annexe 3



ARTICLE 2. – OBJET : L'Association a pour objet de concevoir et de mettre en œuvre des stratégies de développement économique et d'innovation pour le territoire de Dijon Métropole selon les axes d'action suivants :

- Le soutien des entreprises et des entrepreneurs des filières de croissance du territoire par une **offre de services à destination des entreprises implantées, des entreprises ayant un projet d'implantation et des start-ups** ;
- Le développement d'une **offre de services orientée sur l'aide à l'implantation des entreprises et à leur développement** sous forme de conseils et d'accompagnement en matière juridique, fiscale, d'ingénierie financière, d'accompagnement immobilier et foncier, de mobilité des salariés et de RH, de mentorat et de mise en relation entre les acteurs économiques du territoire ;
- La **promotion du territoire de Dijon Métropole** lors de salons industriels et autres événements de ce type et la promotion desdits événements ;
- La fédération et l'animation d'un **réseau d'acteurs et d'ambassadeurs** ;
- Le soutien aux **projets et partenariats à fort impact territorial** ;

Mouvements structurants

1. Mouvement structurel des entreprises issues de la région parisienne et des très grandes métropoles en quête de nouveaux relais de croissance dans les territoires

2. Montée en puissance des nouvelles normes de l'attractivité: talents, ville bas carbone et inclusive

3. Poids croissant de la qualité de vie notamment de l'articulation entre vie professionnelle et vie personnelle dans les décisions d'investissement

4. Développement de stratégies de coopérations inter territoriales en complément des stratégies de concurrence

Positionnement de Dijon

Dijon bien positionné sur les trois critères dominants de l'attractivité : **accès au marché, puissance universitaire, disponibilité foncière**

Dijon moins bien positionné sur la **diversité de l'offre immobilière, accessibilité à un hub aéroportuaire, image 'externe' du territoire**

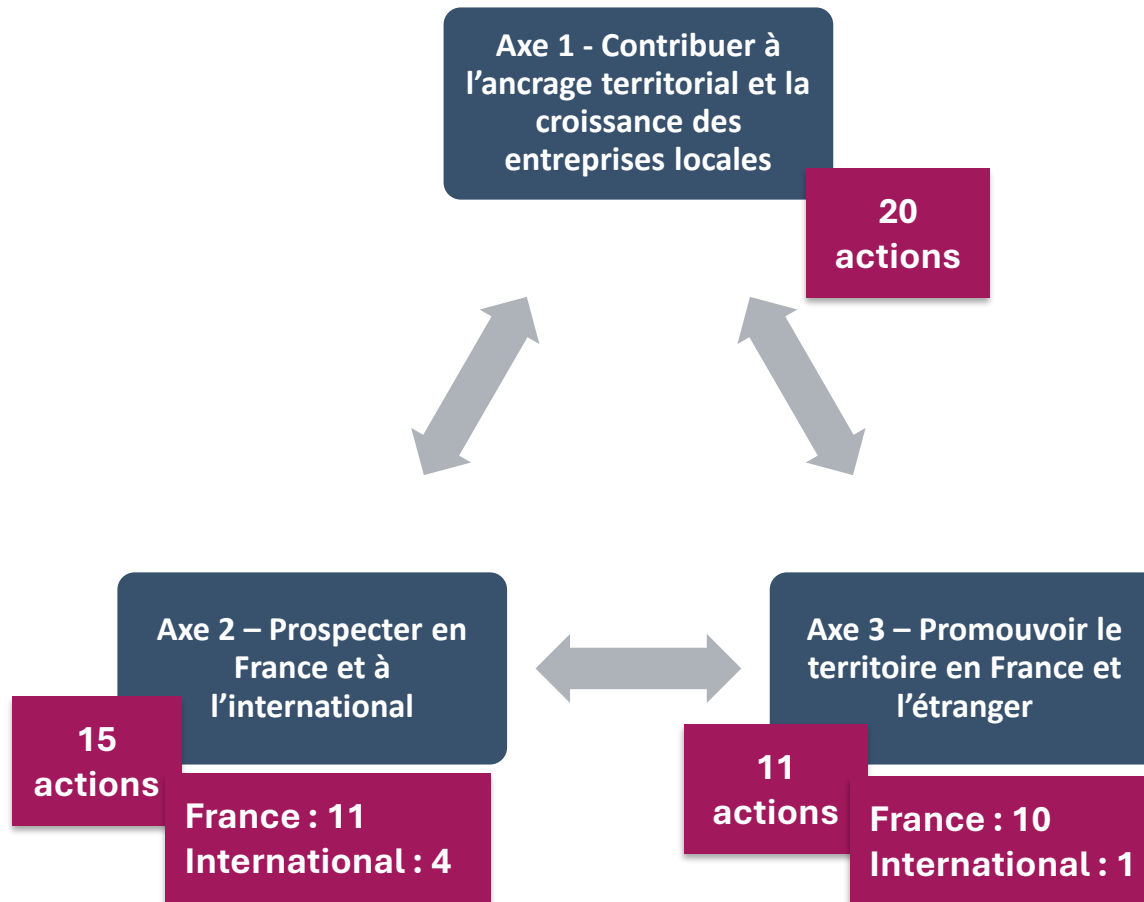
Réponses opérationnelles proposées par DBI

- 1. Se différencier par la qualité de l'accompagnement de l'agence**
- 2. Accélérer la consolidation et la diversification l'offre foncière et immobilière**
- 3. Effort ciblé sur les secteurs pour lesquels nous avons des actifs**
- 4. Saisir les opportunités :** data center, organismes de formation de l'ESP, hôtellerie, sites logistiques..
- 5. Faire venir:** la prospection vise à obtenir des visites de site car leur taux de conversion est élevé
- 6. Renforcer notre présence digitale**
- 7. Intensifier l'effort endogène** pour une captation optimale des projets locaux

1. Approche globale de l'attractivité (endogène & exogène)
2. Accompagnement de toutes tailles d'entreprises de la TPE à la Grande Entreprise
3. Coopération étroite avec la métropole de Dijon
4. Offre de service avec un focus sur les enjeux de ressources humaines & et les entreprises innovantes
5. Une agence 'agile'

- **Diversifier les actions de soutien aux entreprises locales** pour optimiser le nombre et la qualité des projets d'investissement endogènes que nous détectons et accompagnons
- **Prospection exogène plus autonome, plus internationale, plus ciblée**
- **Recentrer la communication DBI sur la génération de leads** et amplifier la promotion du territoire à travers de la marque Dijon Bourgogne

Plan d'action de l'agence 2026 qui se décline autour de 3 axes



Axe 1 - Contribuer à l'ancrage territorial et la croissance des entreprises locales

Mobiliser les entreprises locales

Petit-déjeuner de l'attractivité
3 éditions envisagées en 2026

Evènement signature lors de l'AG annuelle.
Nouveau format impliquant les membres du BEX

Réunion annuelle des brokers
Prescription auprès des acteurs de l'immobilier d'entreprise

Evènement 'Invest in Dijon'
Réunir les entreprises à capitaux étrangers implantées à Dijon

Club des implantés
réunir régulièrement les entreprises nouvellement implantées

Prospection des sites dépendants
Prise de contact avec les filiales de groupes et leurs sièges sociaux

Programme 'RH' Faciliter le recrutement et l'intégration des nouveaux collaborateurs

3^{ème} édition de WELCOME TO DIJON
Campus ESEO/ESTP Université ?

Montée en puissance de la plate-forme HelloWork Dijon

Poursuivre le Programme CHOUETTE MOVE

Programme 'Start-Ups' soutenir les entreprises innovantes

Chargé de mission partiellement dédié
au suivi des start-ups de territoire

Promotion de l'éco système dijonnais d'innovation
sur VIVATECH à Paris (juin)

4^{ème} édition du guide Start-Up mode d'emploi
(septembre)

Promotion de l'éco système dijonnais d'innovation
sur le SIDO à Lyon (septembre)

3^{ème} édition de l'Agri-food Challenge en partenariat avec Village by CA, Agronov, Vitagora et Deca-BFC (novembre)

Accompagner la métropole de Dijon dans ses grands projets

Contribuer activement au projet TECHNOV

Suivi des dossiers défensifs et les conventions de revitalisation

Faire vivre nos partenariats avec les acteurs locaux

Table de 10 prospects
À l'occasion du gala annuel CPME

Partenaire de la REF 21 organisée par le MEDEF

Membre d'audace d'entreprendre & partenaire de l'opération annuelle

Partenariat avec les Clubs d'entreprise de la métropole

Axe 2 - Prospector en France et à l'international

MODE D'ACTION	CIBLE	ENTREPRISES						INVESTISSEURS	
		Agro-alimentaire	Santé	Numérique & Tech	Energies & Environnement	Industrie	Tous secteurs		
8 stands sur des salons professionnels		SIAL PARIS 17 – 21 OCTOBRE		STAND VIVATECH PARIS 17 – 20 JUIN		STAND GLOBAL INDUSTRIE PARIS 30 MARS – 2 AVRIL		STAND MIPIM CANNES 9 – 13 MARS	SIMI PARIS DECEMBRE
				STAND SIDO LYON SEPTEMBRE	ASSISES EUROPEENES LA TRANSITION ENERGÉTIQUE	STAND BUSINESS INDUSTRIES DIJON NOVEMBRE			
3 missions de prospections en France			MISSION BIO- PRODUCTION 15 et 16 AVRIL	MISSION TECH & NUM LIEU ET DATE A FIXER	MISSION CLEANTECH LYON				
3 missions de prospections à l'international		MISSION DE PROSPECTION ITALIE						MISSION DE SUIVI JAPON	
		MISSION DE SUIVI SUISSE						LANDING PACKAGE ENTREPRISES INTERNATIONALES	

Axe 3 – Promouvoir le territoire en France et l'étranger

Marque
territoriale
Dijon Bourgogne

Développer la
marque et le réseau
d'ambassadeurs
Dijon Bourgogne

**Accroître la visibilité
locale de la marque**
(présence visible dans
les lieux de flux,
accords partenariaux
avec J'aime Dijon)

**Campagne
'Dijon all around
the world'**

**2^{ème} Soirée des
ambassadeurs**

**Newsletter
mensuelle**
'Nous sommes
connectés'

**Développer des
partenariats
structurants avec
les acteurs locaux**
(JDA, Opéra...)

Dijon Bourgogne
Invest

valoriser notre
écosystème et notre
image

**Newsletter
mensuelle**
'Up Dijon'

10 numéros par an

**Vidéos d'acteurs, de
clusters et de filières
pour alimenter sur les
réseaux
l'argumentaire
territorial**

**Réactualisation des
principales
productions print**
(Investir à Dijon en
mars, guide Start-up,
guide Welcome...)

des actions pour
générer des leads

**Campagnes
sponsorisées sur les
réseaux sociaux**

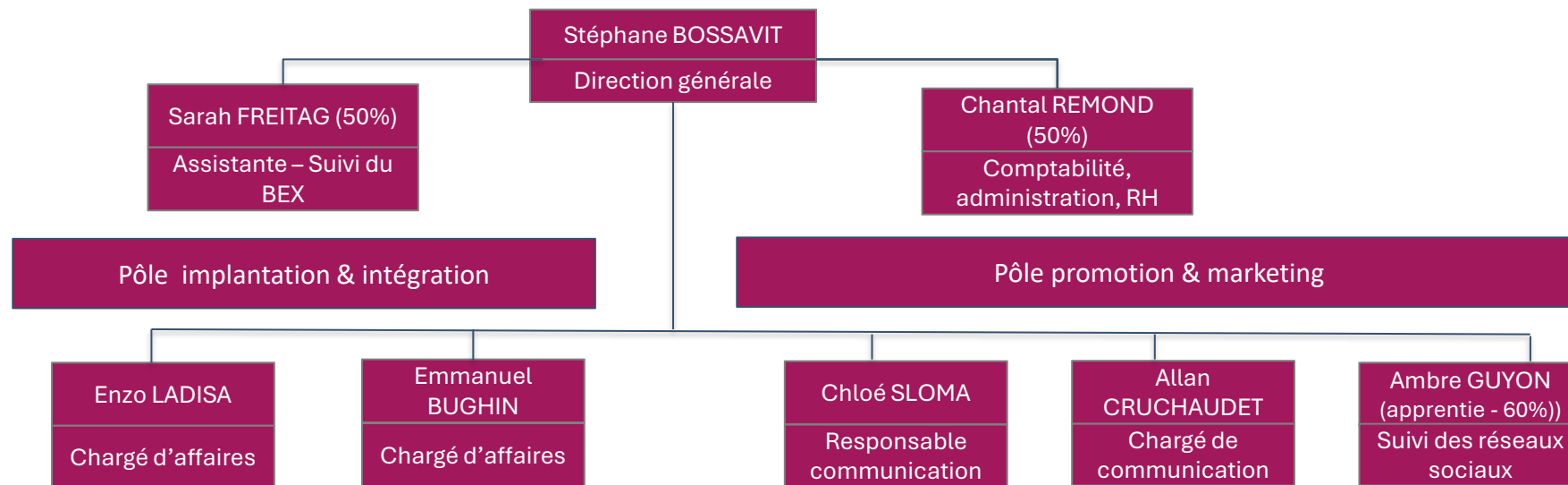
**Projet
'Business Case'**

Un chaque mois

**Webinar 'les clefs
d'une implantation
réussie'**
**1 intervenant, 1
thème, 1 heure**

- **Club des entreprises implantées : fédérer et accompagner la croissance des sociétés accompagnées (63 à cette date). Trois opérations/an**
 - Invitation à un match de la JDA
 - Un membre reçoit (commencer par Archipel)
 - Un espace de co-working nous reçoit sur une thématique
- **Invest in Dijon** : réunir les entreprises étrangères implantées à Dijon : faire une enquête (confié à une entité externe) et puis les réunir pour une présentation des résultats
- **Prospection de sites 'dépendants'** : prendre l'attache des sites de production sans siège/direction autonome sur Dijon en vue de contacter les sièges sociaux France
- **Engagement de DBI autour du projet Technov**
- **Landing package** pour les entreprises étrangères
- **Projet de mission de prospection Italie**
- **Campagne 'Dijon, all around the World »** : campagne digitale participative, photo d'un objet emblématique de Dijon mais pris dans une ville/pays étranger.
- **Webinar** : les clefs d'une implantation réussie 1 intervenant, 1 thème, 1 heure

Organisation et moyens mobilisés : 8 collaborateurs pour 6,6 ETP



1. **Evolution de la convention CNER/UCCAR et implications : mise en conformité de notre accord d'entreprise compte tenu de la caducité de la convention CNER/UCCAR (mandat confié à LEGIS CONSEIL)**
2. **Evolution du CRM Sales force**
 - Contrat TMA (4K€) à renouveler en mars 2026
3. **Projet 'mobilité informatique'**
 - Remplacement du serveur actuel (vieux de 6 ans)
 - Transfert complet des données vers 'One Drive' pour permettre un accès distant
 - Renouvellement partiel du matériel informatique