



#### Saint-Brieuc

24 bis, Bd Charner  
22000 Saint-Brieuc  
Tél. 02 96 68 43 43

#### Nantes

1, rue Du Guesclin  
BP 61905  
44019 Nantes Cedex

#### Web

[www.cibles-strategies.com](http://www.cibles-strategies.com)  
[accueil@cibles-strategies.com](mailto:accueil@cibles-strategies.com)

**cibles** & **stratégies**  
marketing communication

# Elaboration d'un schéma d'accueil des entreprises



1

**Réaliser un bilan de l'activité économique du territoire** sur la période 2008/2016 pour analyser les dynamiques de l'économie présentielle, les dynamiques touristiques et les dynamiques de l'économie productive.

2

**Identifier les perspectives d'évolution des entreprises par filière** au regard des mutations de la demande, du profil des chefs d'entreprise et repérer les leviers fonciers et immobiliers à actionner pour accompagner les développements.

3

**Réaliser un bilan des opportunités de développement économiques** du territoire et identifier les filières porteuses de développement.

4

**Evaluer les besoins en foncier économique à échéance de 5 / 10 / 20 / 30 ans** au regard des dynamiques économiques du territoire et des potentiels à capter.

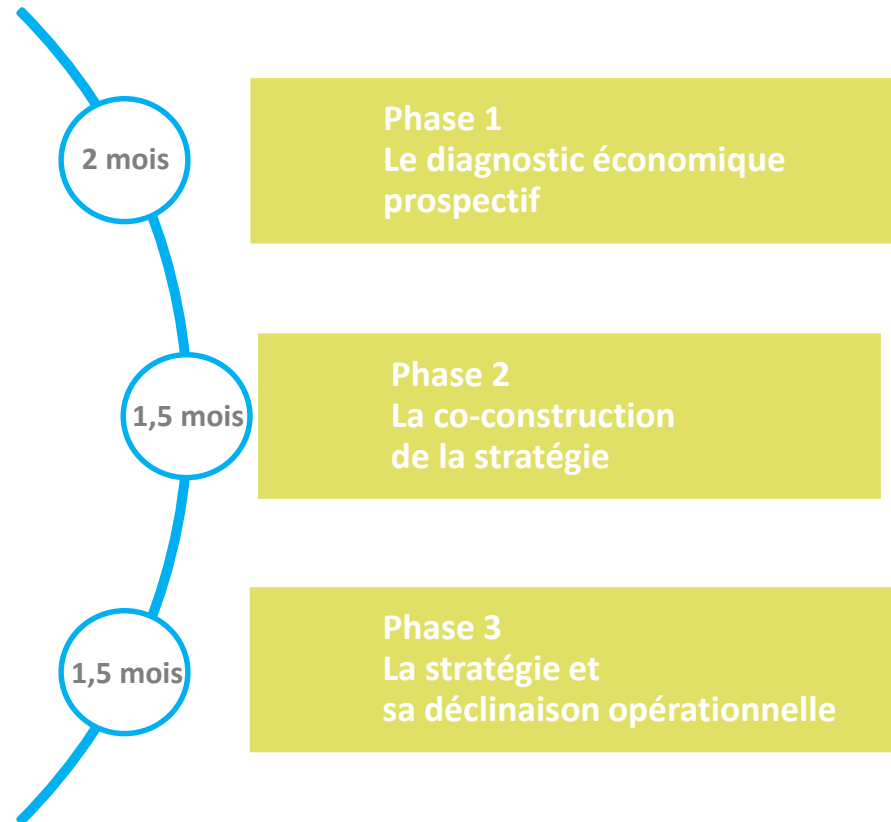
5

**Positionner l'offre du territoire** en cohérence interne et avec les territoires voisins.

6

**Optimiser la stratégie de développement économique** au regard des potentialités des espaces, des évolutions de la fiscalité économique, des ressources et projets de l'ensemble des collectivités du territoire, des modalités d'organisation de la fonction économique sur le territoire.

Une mission axée sur  
**la vision  
prospective,  
la co-construction  
et l'expertise**



**Saint-Brieuc**

24 bis, Bd Charner  
22000 Saint-Brieuc  
Tél. 02 96 68 43 43

**Nantes**

1, rue Du Guesclin  
BP 61905  
44019 Nantes Cedex

**Web**

[www.cibles-strategies.com](http://www.cibles-strategies.com)  
[accueil@cibles-strategies.com](mailto:accueil@cibles-strategies.com)

**cibles & stratégies**  
marketing communication

**Phase 1 :**

# Le diagnostic économique prospectif



*"Le schéma doit être avant tout l'expression d'une stratégie économique volontariste et en lien avec l'habitat, les services, l'agriculture"*

## 1.1. Les rencontres avec les acteurs de l'économie

- | Entendre un avis critique sur les premiers éléments du diagnostic.
- | Recueillir un certain nombre de données utiles au diagnostic détenues par ces différents organismes.
- | Prendre connaissance de leurs politiques locales en matière de développement économique, d'emploi ou de formation.

## 1.2. L'enquête entreprises

- | Leurs besoins spécifiques en matière de service sur les ZA du territoire.
- | Leurs attentes en matière d'équipements, de services, d'accessibilité, de foncier, d'immobilier, de réseaux, etc...
- | Leurs projets de développement.
- | Leurs attentes vis-à-vis des différents acteurs institutionnels intervenant sur le territoire.
- | Leur vision de l'attractivité du territoire et des moyens de la renforcer.
- | Leur point de vue sur les filières les plus porteuses de développement pour le territoire et celles qui sont plus en difficultés.
- | Les suggestions qu'elles pourraient faire à la collectivité.

## 1.3. Le bilan économique du territoire

Bilan de l'activité artisanale :  
unités artisanales, emploi, séparation habitat-atelier, évolution des métiers, besoins logistiques

Bilan de l'activité de transformation des ressources naturelles : (filières bois, filières agricoles) : évolution des entreprises, de l'emploi...

Bilan de l'activité industrielle : unités productives, emploi, savoir-faire, impact environnemental

Bilan de l'activité touristique : emploi, bilan hébergement, bilan équipements, bilan prestataires, évolution fréquentation, état qualitatif du parc

Bilan de l'activité commerciale : évaluation de l'emploi, du chiffre d'affaires

*"20 entretiens pour comprendre pourquoi on s'implante sur le territoire"*

## 1.4. L'analyse des moteurs de l'attractivité territoriale

- I Ont-elles été créées par des acteurs du territoire ou des chefs d'entreprises extérieurs au territoire ?
- I Quels facteurs les ont motivées ?
- I S'agit-il de facteurs d'attractivité propres au territoire sur lesquels il serait possible de s'appuyer davantage ?
- I Comment les entreprises nouvelles ont-elles connu le territoire ? quelles difficultés ont-elles rencontrées ? quelles aides ont-elles trouvées ?
- I Dans les choix d'implantation, quels territoires sont mis en concurrence avec celui du Pays ?

## 1.5. L'enquête auprès des futurs investisseurs

Les résidents secondaires sont les premiers investisseurs et de loin en matière économique. Nous vous proposons ainsi, en lien avec vos services, d'identifier les résidents secondaires et de mener une enquête auprès d'une cinquantaine d'entre eux.

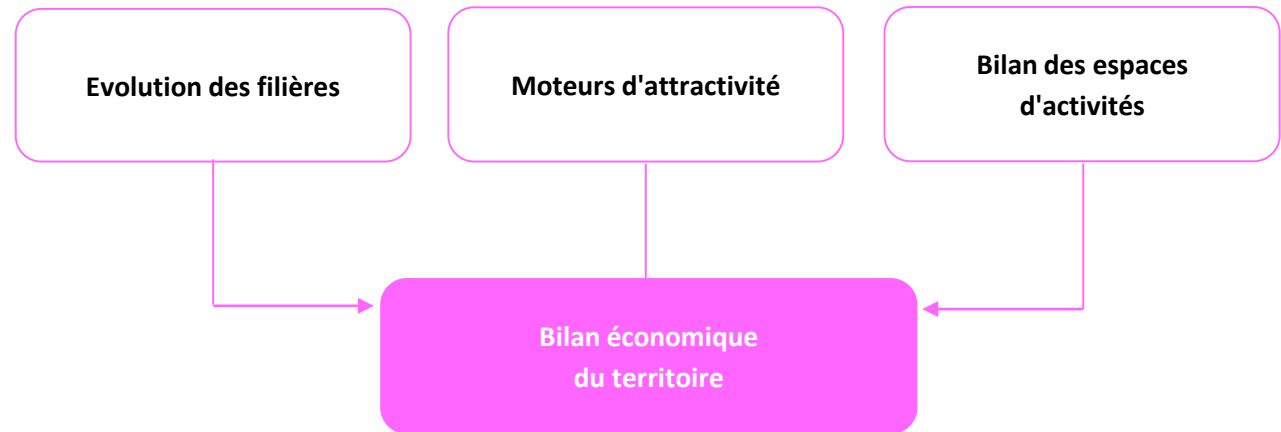
*"S'interroger sur  
les moteurs  
d'attractivité et  
identifier les leviers  
à actionner"*

## 1.6. L'analyse du foncier et du bâti économique

- I Le foncier (superficie, contexte urbanistique, disponibilités, réserves foncières, ...) et le découpage parcellaire.
- I L'occupation du sol suite à un relevé précis sur le terrain, l'identification de ces entités permet de comprendre comment fonctionne le site.
- I Le rythme de commercialisation / saturation / potentiel d'extension.
- I L'attractivité urbaine : accès, signalétique, intégration paysagère, qualité architecturale...

## 1.7. Les livrables

*" Présentation en comité technique et comité de pilotage d'un bilan des activités économiques du territoire et de ses principaux enjeux de développement "*





**Saint-Brieuc**

24 bis, Bd Charner  
22000 Saint-Brieuc  
Tél. 02 96 68 43 43

**Nantes**

1, rue Du Guesclin  
BP 61905  
44019 Nantes Cedex

**Web**

[www.cibles-strategies.com](http://www.cibles-strategies.com)  
[accueil@cibles-strategies.com](mailto:accueil@cibles-strategies.com)

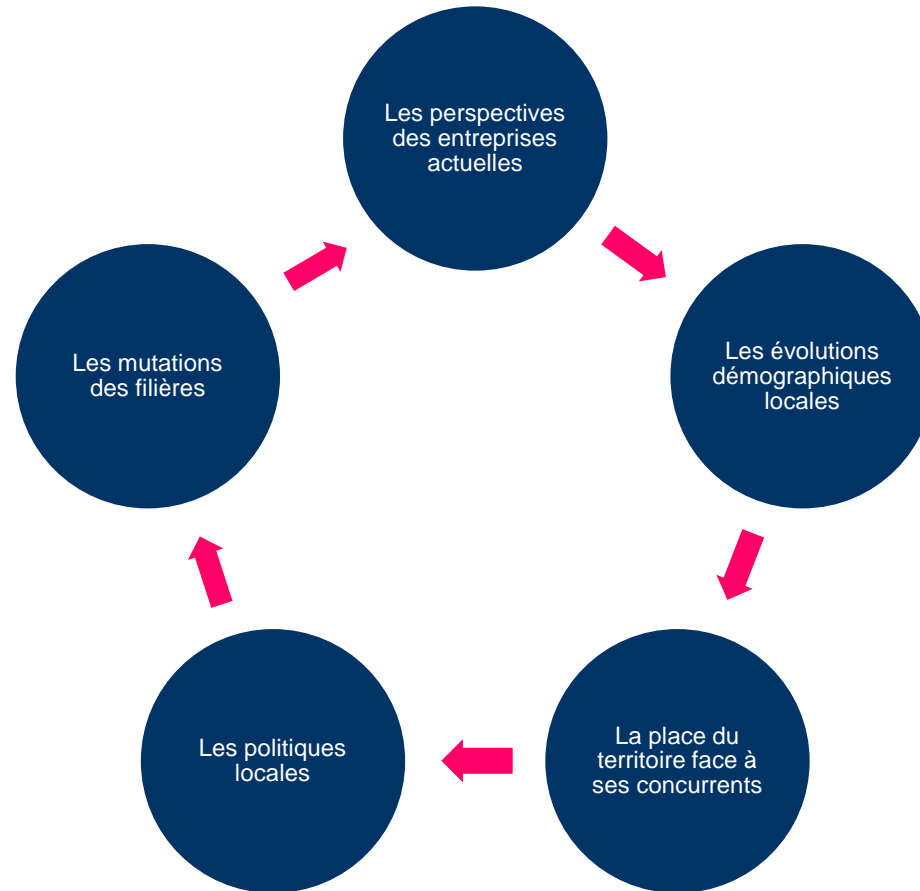
**cibles** & **stratégies**  
marketing communication

# Phase 2 / Volet 1 : La co-construction de la stratégie



*"Identifier les capacités d'accueil du territoire et identifier les leviers de développement et de création d'emploi à actionner"*

### 2.1. L'analyse des potentiels de marché



*" Une concertation pour définir une stratégie certes économique en foncier mais destinée à stimuler l'initiative économique"*

## 2.2. La co-construction

Les "Assises de l'économie" sur une demi-journée.

## 2.3. L'élaboration de la stratégie

- I Les objectifs de développement.
- I Les thématiques d'activités à développer.
- I Les formes d'implantation à privilégier.

**Saint-Brieuc**  
24 bis, Bd Charner  
22000 Saint-Brieuc  
Tél. 02 96 68 43 43

**Nantes**  
1, rue Du Guesclin  
BP 61905  
44019 Nantes Cedex

**Web**  
[www.cibles-strategies.com](http://www.cibles-strategies.com)  
[accueil@cibles-strategies.com](mailto:accueil@cibles-strategies.com)

**cibles & stratégies**  
marketing communication

# Phase 2 / Volet 2 : La déclinaison opérationnelle de la stratégie



*" Une stratégie pour activer les moteurs d'attractivité "*

### 3.1. La stratégie de territoire

- | Les objectifs de développement des facteurs d'attractivité vis-à-vis des entreprises.
- | Les "types" de zones à développer et les services éventuellement associés.
- | Les objectifs en matière de répartition cohérente des activités dans l'espace.
- | Les objectifs en matière de planification des créations / extensions de parcs d'activités dans le temps.

### 3.2. L'organisation spatiale des espaces d'activités à 10 ans

- | Un volet foncier précisant :
  - Les caractéristiques techniques (surfaces, dessertes, réseaux, aménagements ...) des différents type de zones (zones phares, zones de proximité, zones mixtes ...).
  - Les surfaces à envisager (en création ou en extensions) et le phasage des ouvertures à la commercialisation à court, moyen et long terme.
- | Un volet complémentaire détaillant les services à renforcer, la nature de l'offre immobilière à prévoir.
- | Des prescriptions en matière d'aménagement de l'espace, de contraintes architecturales et de respect des conditions de développement durable.

*" Une feuille de route pour préparer l'offre foncière & immobilière de demain"*

### 3.3. Les préconisations pour des projets structurants

- | Les types d'aménagement à privilégier.
- | Au-delà du foncier, l'offre immobilière à mettre en place.
- | Les services "annexes" à développer.
- | Les modalités d'accueil des entreprises et de gestion des zones.

### 3.4. La stratégie d'aménagement

- | Synthèse de l'existant sur la zone (vocation de la ZA, superficie, lots affectés et disponibles, entreprises présentes, nombre d'employés, services sur ZA, ...).
- | Priorités d'aménagement associées.
- | Projections foncières.
- | Un plan de développement de l'immobilier et des services aux entreprises.

### 3.5. La stratégie d'attractivité

- | Les outils d'innovation des entreprises existantes pour stimuler l'émergence des projets.
- | Les outils de prospection vers les cibles économiques définies.
- | Les outils de veille à mettre en œuvre.
- | Les outils de promotion à utiliser.