

PROVENCE PROMOTION BAT SES RECORDS D'IMPLANTATION DE LA DÉCENNIE

L'agence de développement économique des Bouches-du-Rhône et de la métropole Aix-Marseille-Provence a présenté ses résultats pour l'année 2021. Malgré la crise sanitaire, avec 83 installations, Provence Promotion a enregistré son meilleur résultat des dix dernières années.



Cyrille Hahang, directeur général délégué d'Electrosteel, dont Provence Promotion a accompagné le projet d'extension à Arles.

Avec 83 projets d'investissements aboutis en 2021, représentant 2 120 nouveaux emplois, l'agence de promotion de la métropole Aix-Marseille-Provence et du département des Bouches-du-Rhône a enregistré son meilleur score depuis dix ans. « Nous avons largement franchi les objectifs de 65 entreprises et 1 300 emplois que nous nous étions fixés », commente avec satisfaction Bernard Deflesselles, président de Provence Promotion, qui compte 23 salariés. Sur les 83 entreprises installées, 45 % viennent de l'étranger, un chiffre qui se maintient d'année en année et confirme l'attractivité du département des Bouches-du-Rhône. Cette année, toutefois, les entreprises françaises ont représenté 62 % des emplois nouvellement créés, notamment du fait des délocalisations parisiennes liées à la crise sanitaire et au télétravail. Depuis une dizaine d'années, les Américains représentaient près

de la moitié des investissements étrangers sur le territoire.

L'ANGLETERRE ET L'INDE EN PÔLE POSITION

« Pour la première fois, en 2021, la donne a changé et les premières nationalités installées sont anglaise et indienne », confie le président. Ainsi, l'entreprise britannique Tissue & Cell, spécialiste des implants chirurgicaux, a choisi Aix-en-Provence pour y installer son centre de recherche et développement et fait partie des sept projets venus du Royaume-Uni, représentant 255 salariés, implantés en 2021. Provence Promotion sera par ailleurs également en mission de prospection en Inde durant le premier semestre 2022. Quatre projets issus de ce pays ont été concrétisés en 2021, représentant 115 emplois, dont l'extension, à Arles, du siège européen du groupe indien Electrosteel, spécialiste des tubes hydrauliques. « S'installer en Provence peut permettre aux entreprises indiennes de se positionner, non seulement

sur le marché européen, mais également en Afrique. Nous pouvons les accompagner sur ces marchés qu'ils ne maîtrisent pas forcément ».

« Après la crise liée au Covid, nous avons été réactifs. Très vite, nous avons changé nos méthodes de prospection. Nous ne pouvions, comme nous le faisons traditionnellement, nous rendre sur de grands salons à l'international. Alors, nous avons décidé de passer par les services de cabinets spécialisés dans les pays cibles, qui prospectent pour nous. Nous préparons une liste d'entreprises cibles, le cabinet qualifie les contacts, organise les rendez-vous... Nous l'avons notamment mis en place aux États-Unis et en Grande-Bretagne. Beaucoup d'entreprises se sont installées en Angleterre comme tête de pont pour attaquer le marché européen. Le Brexit a changé la donne. Nous avons misé sur ces sociétés », détaille Bernard Deflesselles.

De son côté, Jean-Luc Chauvin, président de la CCI Aix-Marseille-Provence (contributeur avec la Métropole et le Département de l'agence de promotion qui réunit aussi la Région Sud, la CCI du Pays d'Arles, les grands aménageurs et les fédérations professionnels) rappelle l'importance du travail collectif. « À chaque fois que nous travaillons tous ensemble, nous sommes meilleurs que les autres », souligne-t-il, conscient qu'en 2022, les résultats seront sans doute en retrait. Pour l'année en cours, Provence Promotion vise ainsi un objectif de 70 nouvelles entreprises et envisage de prospecter des zones moins classiques comme, notamment, le Japon.

Didier Gazanhes