



Home Sweet Home prochainement ! ...

Menlo College... un nouveau pont d'or ?

Née, en 2002, d'un pari, l'opération Home Sweet Home, dont l'objet est de faire revenir en Provence des entrepreneurs Français expatriés en Californie, mise encore plus haut. De ses premiers succès, elle n'en tire qu'un seul enseignement : continuer sa quête avec de nouveaux horizons en vue. C'est donc à Menlo College (au sud de San Francisco), qu'elle dévoilera le 8 décembre ses nouvelles cartes... cibler tous les entrepreneurs expatriés en Californie, et intéressés par la Provence comme base d'accès à l'ensemble du Bassin Euroméditerranéen ! Une nouvelle prouesse à venir...

> Menlo College... Prochaine étape !

Après San Francisco, Boston, Londres, Montréal, objectif Palo ! Cette ville, abritant la célèbre université de Stanford, accueillera en effet le prochain workshop de l'opération Home Sweet Home... Organisé par Provence Promotion, ce Workshop aura lieu au sein du prestigieux centre d'affaires de Menlo Park, désigné comme le site le plus favorable en matière de prospection/promotion par le Club de la Silicon Valley French association.

> Vous parlez français ?...

Toujours en recherche de nouvelles idées, et surtout de nouveaux entrepreneurs expatriés à rapatrier, Provence Promotion a décidé, pour ce séminaire, d'élargir ses cibles. Jusqu'à présent, ses recherches étaient résolument focalisées sur les entrepreneurs expatriés français...

Provence Promotion s'est en effet intéressé, - en plus des Français expatriés -, à tous les francophones Algériens, Libanais, Marocains, Tunisiens... vivant en Californie, qu'ils soient chefs d'entreprises, chercheurs, cadres dans des sociétés liées aux nouvelles technologies.

> Pépites économiques en approche

Pour découvrir ce que recelaient la Californie, comme futures pépites économiques, Provence Promotion a sollicité le club de la French Silicon Valley Association ainsi que tous les partenaires publics ou privés, comme les missions économiques, les ambassades, les missions scientifiques, les associations et réseaux d'étrangers. C'est en tout, plus de 8 000 personnes identifiées, parmi lesquelles sont attendues environ 200 personnes, dont un tiers d'Algériens, Libanais, Marocains, Tunisiens.

> Sus aux idées reçues...

Dans ce contexte, le message a, lui aussi, été revu... étoffé même, pour se conformer à la nouvelle cible. Il ne s'agit plus seulement de parler de la Provence, comme terre d'accueil, mais de ce territoire provençal, comme base stratégique pour attaquer les marchés méditerranéens et européens.

Pour tous ces expatriés, "revenir en Provence" après avoir vécu dans la très prospère Californie, est psychologiquement assez difficile à concevoir, très souvent même, ressenti comme un retour en arrière. C'est cette idée-là, que Provence Promotion veut contrer en dévoilant le potentiel de croissance que détient cette région euro méditerranéenne pour les 5, 10, 15 années à venir.

> L'atout Pôles de compétitivité

Le déploiement des pôles de compétitivité arrive à point nommé. Pointant sur les ressources économiques, scientifiques, technologiques, détenus par le territoire provençal, ils en dessinent une carte schématique qui permet d'accroître la visibilité du potentiel pour des investisseurs, des créateurs d'entreprises et plus largement des porteurs de compétences. Trois cibles à convaincre !

Pour ses 2 ans, Home Sweet Home - Start in Provence souffle ses 40 projets !

Après deux ans d'existence le programme Home Sweet Home - Start in Provence a passé le cap du 40e projet de Start up détecté et accompagné localement par les partenaires de l'innovation en Provence. Les derniers arrivés (septembre/octobre 2005) sont E-lycée, Hyptique, Black Mirror, et Dynamic 3D. Près de la moitié des projets (18) sont issus des Etats-Unis, les projets représentent un engagement de plus de 500 emplois sur 3 ans. Les trois précédents séminaires avaient réuni globalement 500 personnes identifiées par les réseaux de Français aux Etats-Unis, associant les partenaires publics et privés, comme les missions économiques, les ambassades, les missions scientifiques, les associations de Français, etc.



Home Sweet Home prochainement ! ...

> La preuve par l'exemple !

Poussant plus loin son raisonnement, Provence Promotion sait que la meilleure démonstration est l'exemple. D'où des témoignages de réussite, comme celui de Abdeslam Kasseh, Chief Executif de Medin Tech, société spécialisée sur la numérisation de matériel médical. Cet entrepreneur marocain, formé à Montpellier, et actuellement basé au Canada (siège de Medintech), vient d'implanter son unité de production à Casablanca et finalise le centre européen de R&D en Provence. Voilà, selon Provence Promotion, une stratégie innovante, qui permet, outre de bénéficier des talents de la région, de s'implanter aussi sur le marché très prometteur du bassin méditerranéen. On n'évoque plus un simple retour au pays, mais une façon de relier ses différentes attaches, culturelles, économiques, familiales...

Autre exemple, tout aussi convaincant, celui d' Eric Pouligny, de Parametric Technology, basé à Aix en Provence, et disposant d'un centre relation client au Maroc.

> Quant à la recette, inchangée !

Forte de son réel engouement jamais démentie jusqu'à présent, la recette "échanges directs entre experts, entrepreneurs expatriés et témoins d'un retour réussi en Provence" reste inchangée pour le reste.

Deux heures pour présenter comment Provence Promotion est un réel "porte avion d'atterrissage" pour tout entrepreneur qui souhaite se développer dans la région euro méditerranéenne. L'organisation construit donc une ingénierie dédiée aux ressources humaines, à la fiscalité, au financement public et privé, et donne la parole à des experts pour montrer comment optimiser sur tous ces points son implantation en Europe et en Méditerranée.

> Mais bon, restons lucides

Si l'idée de Provence Promotion est d'élargir sa cible de prospection et de présenter la Provence comme Porte d'entrée de la Méditerranée et de l'Europe, sa volonté n'est pas non plus de se diluer. C'est pourquoi, elle tient aussi à se recentrer sur ses thématiques les plus porteuses et innovantes qui, parmi elles, comptent les nouvelles technologies de communication, l'énergie, l'instrumentation médicale, la microélectronique, etc.

C'est en créant des cœurs de métiers extrêmement spécifiques que viendront les capitaux risqueurs dans la région. Seul moyen, selon Provence Promotion, d'opérer ce déclic pour le retour au pays !