



RAPPORT annuel
Annual REPORT 2021
INVEST IN PROVENCE

by **PROVENCE PROMOTION**
the invest in Provence agency

MÉTROPOLE AIX-MARSEILLE-PROVENCE | CCI AIX-MARSEILLE-PROVENCE | DÉPARTEMENT DES BOUCHES-DU-RHÔNE | PROVENCE TOURISME | RÉGION SUD | RISING SUD |
EPA EUROMÉDITERRANÉE | AÉROPORT MARSEILLE-PROVENCE | PORT DE MARSEILLE-FOS | AIX-MARSEILLE UNIVERSITÉ | IUPÉ3 | FRANCE CHIMIE | UIMM | L'UMF |
PAYS D'AIX DÉVELOPPEMENT | LA CIOTAT SHIPYARDS | CCI PAYS D'ARLES | ARLES CRAU CAMARGUE MONTAGNETTE | TERRE DE PROVENCE | VALLÉE DES DEUX ALPILLES | EDF | ENGIE | ORANGE | SAFIM |



©SGC Caroline SERY

SOMMAIRE - CONTENTS

EDITOS - EDITORIALS

- | | | |
|----------|--|-------|
| 1 | QUI SOMMES-NOUS ?
WHO ARE WE ? | 8-21 |
| 2 | NOS RÉSULTATS & ACTIONS
OUR RESULTS & ACTIONS | 22-33 |
| 3 | LE MAG : LE LIEU DE TRAVAIL DU FUTUR?
THE MAG: THE WORKPLACE OF THE FUTURE? | 34-39 |
| 4 | NOTRE PROGRAMME D'INFLUENCE
OUR INFLUENCE PROGRAM | 40-43 |
| 5 | NOTRE FEUILLE DE ROUTE 2021-2023
OUR ROADMAP 2021-2023 | 44-53 |
| 6 | LES RAISONS D'INVESTIR EN PROVENCE
REASONS TO INVEST IN PROVENCE | 54-59 |
| 7 | NOS INTERLOCUTEURS ET Outils AU SERVICE
DES INVESTISSEURS
OUR TEAM AND RESOURCES
TO SERVE INVESTORS | 60-65 |



©DR

**MALGRÉ LA CRISE, AIX-MARSEILLE-PROVENCE
demeure un choix stratégique
POUR LES INVESTISSEURS FRANÇAIS ET ÉTRANGERS**

**EVEN AMID THE CRISIS, AIX-MARSEILLE-PROVENCE
remains a strategic choice
FOR FRENCH AND INTERNATIONAL INVESTORS**

BERNARD DEFLESSELLES

Président de Provence Promotion et Député des Bouches-du-Rhône
President of Provence Promotion and Member of the National Assembly for the Bouches-du-Rhône

Malgré la crise sanitaire, l'attractivité du territoire s'est maintenue, soutenue par les actions de Provence Promotion.

L'année 2020 est venue rebattre les cartes. Dès les premières semaines du confinement, les équipes de Provence Promotion ont engagé une réflexion prospective pour identifier les secteurs à privilégier et les méthodes à mettre en place pour l'après confinement. Au cours du 2^{ème} semestre 2020, nous avons révisé nos plans d'actions et réorienté nos budgets afin d'assurer une prospection internationale avec l'ouverture de liaisons offices à l'étranger. Grâce à sa mobilisation, l'agence a permis 65 investissements d'entreprises en Provence sur l'année 2020 pour un total de 1356 emplois directs dans les 3 ans. Si en 2019, 80 entreprises avaient été attirées par Provence Promotion, générant 1935 emplois, la crise du coronavirus et ses conséquences n'ont pas interrompu le flux des entreprises arrivantes séduites par les atouts d'Aix-Marseille-Provence et du Pays d'Arles.

La Provence reste un grand pourvoyeur d'investissements. Les limitations de circulations n'ont pas freiné l'attraction de projets étrangers puisqu'ils ont constitué 45% des implantations sur le territoire des Bouches-du-Rhône, en hausse d'un point par rapport à 2019, émanant de 18 pays. Pour 2021, Provence Promotion a pour ambition de rester sur les mêmes bases que l'année écoulée en tentant d'atteindre 65 projets aboutis pour 1300 emplois.

Despite the health crisis, the Aix-Marseille-Provence territory has remained highly attractive for investment due to the actions taken by Provence Promotion.

The year 2020 reshuffled the cards.

From the moment the first lockdowns were announced, the Provence Promotion team began to reflect on adapting the investment prospecting process, identifying the priority sectors that would emerge, and developing new methods for the post-pandemic period. During the second half of 2020, we revised our action plans and reoriented our budgets to ensure continued international prospecting with an initiative to open liaison offices abroad. Thanks to these types of efforts, the agency facilitated 65 business investments in Provence in 2020, which resulted in 1356 direct jobs over three years. Although this number is down from 2019, when Provence Promotion facilitated inward investments from 80 companies and 1935 jobs were created, the impact of the coronavirus crisis could have been much worse, and a steady flow of incoming companies embraced the advantages of the Aix-Marseille-Provence metro area.

Provence remains a significant generator of global investment. Travel restrictions did not slow the arrival of international projects: in total, there were investments that originated in 18 different countries, and these investments accounted for 45% of the new projects in the Bouches-du-Rhône department, an increase of one percentage point compared to 2019. For 2021, Provence Promotion's ambition is to maintain the same activity level as the previous year, with the concrete goal of completing 65 inward investment projects and creating 1300 jobs.



©Cyril CHAUVIN

UNE ANNÉE *riche en
ENSEIGNEMENTS.*

A YEAR *rich in
NEW PERSPECTIVES.*

L'année 2020 a été riche en enseignements. Provence Promotion en a profité pour travailler différemment dans l'attraction de nouvelles activités sur le territoire et pour accélérer sa transformation et enrichir de nouvelles réflexions pour rendre notre territoire toujours plus visible auprès de décideurs. Dans le métier de Provence Promotion qui est l'attractivité, la prospection et l'accueil, il est nécessaire de s'adapter aux nouveaux comportements des actifs souhaitant quitter les grandes métropoles et ceux des entreprises qui repensent leur organisation avec moins de surface de bureau et plus de travail à distance.

Pour ce faire, Provence Promotion va activer trois principaux leviers :

- maximiser ses contacts sur les grandes capitales économiques comme Paris, Londres, San Francisco ou Singapour
- faciliter l'attraction de nouveaux investissements en mode économie circulaire grâce à sa fine connaissance de l'écosystème
- poursuivre plus que jamais son offre pour l'accueil des talents et des familles.

The year 2020 has provided new perspectives and valuable lessons. Provence Promotion has used this period as an opportunity to work differently, attract new activities, accelerate the economy's transformation, and enrich the agency's prospection strategy, all with the overriding goal of further enhancing our territory's reputation among national and international decision-makers.

When it comes to Provence Promotion's central missions – economic attractiveness, investment prospection, and welcoming talent – it is essential to adapt to new business trends, such as the desire of employees to leave dense urban metro areas and the way companies are rethinking their organization to have less physical office space and more infrastructure to enable remote working. To respond to these changing dynamics, Provence Promotion is focusing on three initiatives:

- maximizing contacts in major economic capitals such as Paris, London, San Francisco, and Singapore;
- facilitating the attraction of new investments in the circular economy thanks to the agency's in-depth knowledge of the local ecosystem;
- augmenting its suite of services to welcome talent and families.



1

QUI SOMMES-NOUS ? WHO ARE WE?



Team building Provence Promotion





QUI SOMMES-NOUS ? - WHO ARE WE?

Aix-Marseille Université ©FONDACCI JEAN



Trois métiers au service des investisseurs

Three initiatives to serve investors

Provence Promotion est l'interlocuteur depuis 22 ans des entreprises qui veulent investir dans une activité nouvelle. Nous sommes une équipe de 23 personnes, organisée autour de trois métiers qui s'adressent aux entreprises porteuses d'un projet.

Un métier d'experts sectoriels pour notre prospection qui ouvrent aux investisseurs les portes des écosystèmes du territoire.

Un métier de conseils en implantation pour la recherche des meilleurs scénarios de localisation.

Un métier de professionnels de la communication qui mettent en valeur les entreprises qui ont choisi d'investir sur le territoire pour faciliter leurs recrutements et leur développement.

Par ailleurs, Provence Promotion rassemble les collectivités, les organisations professionnelles, les aménageurs économiques et ses principales entreprises signatures mondiales dans **un programme d'influence** collective du territoire.

Le secrétariat général assure la vie de l'association et la mobilisation de tous.

For 22 years, Provence Promotion has served as the contact agency for companies seeking to invest in new projects. We are a team of 23 experts focused on three core missions to help companies with their investments.

Sector-based prospecting that introduces investors to the territory's dynamic ecosystems and business networks.

Company location consulting to provide corporate intelligence and support for the best-possible business relocation or launch scenario.

Business communication with top marketing professionals committed to promoting companies that have invested in the territory to facilitate their recruitment and boost their development.

In addition, Provence Promotion brings together local governments, economic organizations, development agencies, and major companies to contribute to a joint **influence program** that enhances the territory's profile and attractiveness.

Our **general secretariat** is responsible for the management of the association and the mobilization of its stakeholders.

PROVENCE PROMOTION est l'agence d'attractivité économique
DE LA MÉTROPOLE AIX-MARSEILLE-PROVENCE ET DU PAYS D'ARLES
QUI FORMENT UN DES TERRITOIRES EUROPÉENS LES PLUS DIVERSIFIÉS
ET OUVERTS.

PROVENCE PROMOTION is the economic attractiveness agency
FOR THE AIX-MARSEILLE-PROVENCE METRO AREA AND THE PAYS
D'ARLES, WHICH TOGETHER FORM ONE OF EUROPE'S MOST DIVERSE AND
OPEN TERRITORIES.



Trombinoscope

Who's who?

**PROVENCE
PROMOTION**
the invest in Provence agency

Présidence



Bernard Deflesselles
Président



Jean-Luc Chauvin
Vice-Président

Direction Générale / Executive Office



Philippe
Stéfanini



Matthieu
Vis



Emmanuelle
Végla

Secrétariat Général / General Secretariat



Yves
Faverjon



Philippe
Latte



Helen
Rasmussen

l'équipe DE PROVENCE PROMOTION
THE PROVENCE PROMOTION team

QUI SOMMES-NOUS ? - WHO ARE WE ?



Prospection et filières / Prospecting and sectors



Christophe
Perez



Laetitia
Biciacci



Catherine
Serre



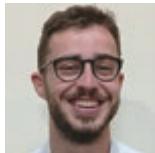
Nicolas
Cambazard



Erik
Fackeldey



Gayané
Shahinyan



Nathanaël
Brunet



Natalia
Gestwa-Chudinova



Sophia
Mabrouk

Implantation et offre territoriale / Business launch and territorial services



Laurence
Soldermann



Salima
Chelabi



François
Coulomb



Isabelle
Laboucheix



Maribel
Sierra

Marketing et communication / Marketing and communication



Alexandre
Venec



Églantine
Vallette



Sofya
Zamolina



*Attirer les talents & LES ENTREPRENEURS DU
MONDE ENTIER pour créer des emplois durables
en Provence.*

*Attracting talented individuals AND AMBITIOUS
ENTREPRENEURS FROM AROUND THE WORLD
to create sustainable jobs in Provence.*



Arenes d'Arles ©P. AGUILAR/ Provence Tourisme



nos MISSIONS et valeurs our MISSIONS and values

OUVERTURE D'ESPRIT

Open-Mindedness

Notre équipe est enthousiaste et multiculturelle avec 9 langues parlées.
Our enthusiastic and multicultural team can accommodate business leaders in nine different languages.

ECOUTE

Personal Attention

Connaître vos exigences, évaluer ensemble vos besoins, c'est notre métier.
We work with you to evaluate your dossier, identify your needs, and offer custom solutions.

IMPLICATION

Commitment

Votre projet est notre projet.
Nous imaginons sans cesse de nouveaux outils pour vous accompagner.

Your project is our project. We are constantly developing new tools and better networks to support your success.

AMBITION

Ambition

Faire d'Aix-Marseille et du pays d'Arles, la référence des affaires et de l'innovation à la croisée de l'Europe et de la Méditerranée.

To make the greater Aix-Marseille and Arles territory a benchmark for business and innovation at the crossroads of Europe and the Mediterranean.



nos PARTENAIRES our PARTNERS

LES PARTENAIRES DE PROVENCE PROMOTION MOBILISÉS POUR RÉUSSIR LA CRÉATION, L'INSTALLATION D'UNE NOUVELLE ACTIVITÉ OU LA REPRISE D'UNE ENTREPRISE

QUI SOMMES-NOUS ? - WHO ARE WE?

INSERTION DANS L'ÉCOSYSTEME TECHNOLOGIQUE INTEGRATION INTO THE TECH ECOSYSTEM

Chambres de commerce et d'industrie, pôles de compétitivité, French Tech Aix-Marseille Région Sud, SATT Sud Est (Société d'accélération des transferts de technologies), Aix-Marseille Université, grandes écoles.

Chambers of Commerce and Industry, competitiveness clusters, French Tech Aix-Marseille Region Sud, SATT Sud-Est (technology transfer accelerator), Aix-Marseille University, and other prestigious schools.

AIDE AU RECRUTEMENT HIRING ASSISTANCE

risingSUD, cabinets de recrutement.
risingSUD, recruitment agencies.

FACILITATION DE LA MOBILITÉ DES FAMILLES

EMPLOYEE MOBILITY
ASSISTANCE

Préfecture, Office français de l'immigration et de l'intégration-OFII, Métropole Aix-Marseille Provence, Communauté Arles Crau Camargue Montagnette, Terre de Provence, Vallée des Baux Alpilles, Welcome office ITER, consulats... APEX

Prefecture, French immigration department, Aix-Marseille-Provence Metro Area, ITER Welcome Office, consulates, and local authorities such as the Arles Crau Camargue Montagnette community, the Terre de Provence, Vallée des Baux Alpilles... APEX



PROVENCE PROMOTION'S PARTNERS ENSURE A SUCCESSFUL CREATION, RELOCATION, OR TRANSFER OF A BUSINESS.

SOLUTIONS IMMOBILIÈRES REAL ESTATE SOLUTIONS

Métropole Aix-Marseille Provence, Intercommunalités du Pays d'Arles, conseils en immobilier d'entreprise, promoteurs immobiliers, aménageurs de sites d'activité, centres d'affaires.

Aix-Marseille-Provence Metropolis, the Pays d'Arles territory, commercial real estate consultancies, real estate developers, business park developers, business centers.

RECHERCHE DE FINANCEMENT FINANCING

risingSUD, Région Sud Provence-Alpes-Côte d'Azur, Métropole Aix-Marseille Provence, Sud Invest, Provence Business Angels...

risingSUD, Sud Provence-Alpes-Côte d'Azur Region, Aix-Marseille-Provence Metro Area, Sud Invest, Provence Business Angels...

FAISABILITÉ JURIDIQUE ET ÉCONOMIQUE

LEGAL AND BUSINESS FEASIBILITY STUDY

Avocats d'affaires, cabinets d'audit.

Business lawyers, auditing firms.

CRÉATION D'ENTREPRISE

BUSINESS START-UP

Marseille Innovation, Pays d'Aix Développement, Incubateurs Impulse et Belle de Mai, business accélérateurs, espaces de co-working.

Marseille Innovation, Pays d'Aix Développement, Impulse and Belle de Mai incubators, business accelerators, co-working sites.

REPRISE D'ENTREPRISE

BUSINESS TRANSFER

IRCE, Réseau Entreprendre, chambres consulaires...

IRCE business (development agency), Réseau Entreprendre (job creation agency), chambers of commerce...

ACCÉLÉRATION D'ENTREPRISE

BUSINESS ACCELERATION

thecamp, P.Factory, Cité de l'Innovation, ZEBOX, Accélérateur M, Obratori...

thecamp, P.Factory, Cité de l'Innovation, ZEBOX, Accélérateur M, Obratori...



©Camille Moirenc



nos ADHÉRENTS our MEMBERS

PROVENCE PROMOTION est une initiative conjointe de la métropole Aix-Marseille-Provence, de la Chambre de Commerce et d'Industrie Aix-Marseille-Provence et du département des Bouches-du-Rhône.

Provence Promotion réunit aussi la Région Sud Provence-Alpes-Côte d'Azur, les intercommunalités et la CCI du Pays d'Arles, les grands aménageurs de sites d'activité et les fédérations professionnelles, tous acteurs de l'accueil des entreprises.

Des offres innovantes à destination des entreprises investisseuses sont proposées avec succès par Provence Promotion en association avec Euroméditerranée, le Port de Marseille-Fos, l'Aéroport Marseille-Provence, ITER, risingSUD, Business France et Aix Marseille Université.

Les investisseurs accèdent aussi aux opportunités offertes par TEAM Henri-Fabre, la French Tech Aix-Marseille, Marseille Immunopôle, le CEA-Cité des Energies, la plateforme industrielle de Fos (PICTO), les opérations d'intérêt régional.

PROVENCE PROMOTION is a joint initiative of the Aix-Marseille-Provence metro area government, the Chamber of Commerce and Industry Aix-Marseille-Provence, and the Bouches-du-Rhône department.

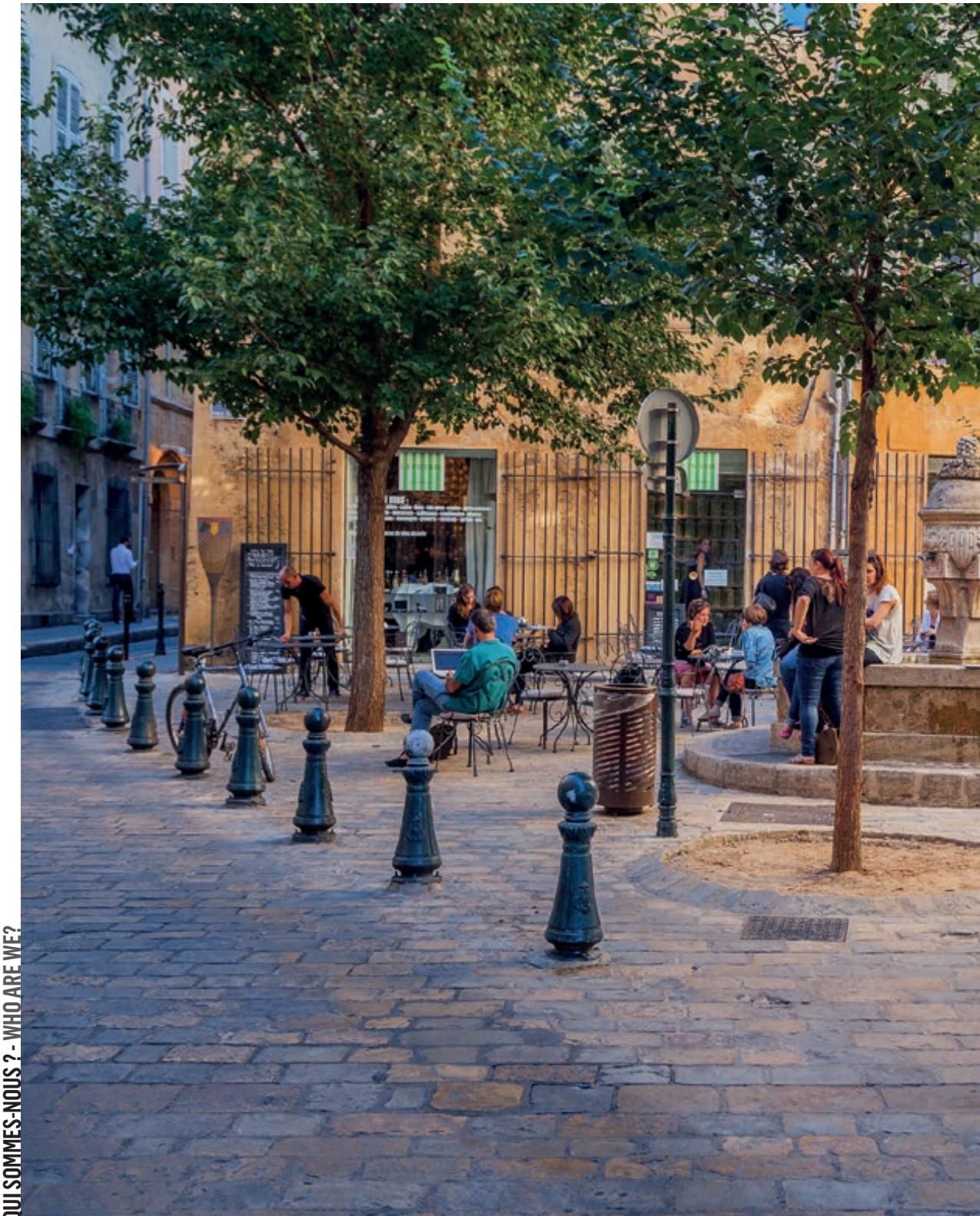
Provence Promotion also brings together an array of other organizations that help welcome investors and companies, including the Sud Provence-Alpes-Côte d'Azur Region, inter-municipal governments, the Chamber of Commerce and Industry of the Pays d'Arles, the leading developers of business sites, and professional networks.

Innovative and adapted offers for investing companies are developed by Provence Promotion in association with Euroméditerranée, the Port of Marseille-Fos, the Marseille-Provence Airport, ITER, risingSUD, Business France, and Aix-Marseille University.

Investors also have access to opportunities offered by TEAM Henri-Fabre, the Aix-Marseille French Tech network, the Marseille Immunopôle hub, the CEA-Cité des Energies, the Fos industrial platform (PICTO), and the regional OIR strategic sector program.

ADHÉRENTS MEMBERS 2021

CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE MÉTROPOLITaine AIX-MARSEILLE-PROVENCE |
MÉTROPOLE AIX-MARSEILLE PROVENCE | CONSEIL DÉPARTEMENTAL DES BOUCHES-DU-RHÔNE |
RÉGION SUD PROVENCE-ALPES-CÔTE D'AZUR | CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DU PAYS D'ARLES |
COMMUNAUTÉ D'AGGLOMÉRATION ARLES CRAU CAMARGUE MONTAGNETTE |
COMMUNAUTÉ D'AGGLOMÉRATION TERRE DE PROVENCE |
COMMUNAUTÉ DE COMMUNES VALLÉE DES BAUX-ALPILLES |
ETABLISSEMENT PUBLIC D'AMÉNAGEMENT EUROMÉDITERRANÉE |
GRAND PORT MARITIME DE MARSEILLE | AÉROPORT MARSEILLE PROVENCE | PAYS D'AIX DÉVELOPPEMENT |
LA CIOTAT SHIPYARDS | EDF | FÉDÉRATION RÉGIONALE DES INDUSTRIES AGRO-ALIMENTAIRES | ENGIE |
FRANCE CHIMIE MÉDITERRANÉE | UNION DES INDUSTRIES ET DES MÉTIERS DE LA MÉTALLURGIE | ORANGE |
SAFIM | UNION POUR LES ENTREPRISES 13 | UNION MARITIME ET FLUVIALE |



QUI SOMMES-NOUS ? - WHO ARE WE ?



©P. AGUILAR / Provence Tourisme

Aix-en-Provence ©P. AGUILAR / Provence Tourisme

©P. AGUILAR / Provence Tourisme

Après notre départ de Singapour, nous ne voulions pas baser la start-up en région parisienne avec ses marchés saturés et un manque de qualité de vie. Nous souhaitions évoluer sur un territoire plus accueillant. En Provence, tout nous est apparu plus ouvert et les contacts faciles.

La présence de grandes sociétés avec de vraies bases stratégiques de développement, l'accès à des décideurs ou financeurs plus limité mais plus pertinents la dimension internationale d'Aix-Marseille et ses projets régionaux ont fait basculer notre décision pour créer notre entreprise en Provence.

After leaving Singapore, we didn't want to base the start-up in the Paris region due to its saturated markets and lack of quality of life. We wanted to develop our project in a more welcoming area. In Provence, everything seemed more open, and it was easier to make contacts.

The presence of large companies that provide the foundations for strategic growth, the access to decision-makers and financing bodies that might be more limited but are more relevant to our needs, the international dimension of Aix-Marseille, and the range of regional projects... these are all reasons why we decided to create our company in Provence.

Stanislas Verley

Fondateur de Twirlify

Founder of Twirlify



NOS RÉSULTATS & ACTIONS - OUR RESULTS & ACTIONS

2

NOS ACTIONS & RÉSULTATS OUR RESULTS & ACTIONS

L'équipe Live mentor



Attraction d'entreprises et emplois Businesses and employment attraction

2020

65

PROJETS D'INVESTISSEMENT ABOUTIS
SUCCESSFUL INVESTMENT
PROJECTS



1356

EMPLOIS CRÉÉS ET PÉRENNISÉS
JOBS CREATED AND MAINTAINED

Nous avons été agréablement surpris, lors du transfert de notre siège social depuis Paris vers Aix-en-Provence, par la qualité et la profondeur du bassin d'emploi en Provence. Notre offre a pu se différencier dans cette ville qui possède une implantation French Tech et dont la situation, à moins de 4h en TGV de Paris, permet d'y retourner quand nous le souhaitons. Nous avons trouvé des appartements très facilement, notamment pour les plus jeunes qui avaient l'habitude d'avoir du mal à se loger à Paris et surtout d'accéder à un niveau de vie qui n'a juste rien à voir !

La région est magnifique, nous venons au bureau en 5-10 minutes, ce qui est impossible à Paris.

When we transferred our headquarters from Paris to Aix-en-Provence, we were pleasantly surprised by the quality and depth of the labor pool in Provence. In this city, which has a French Tech hub and is less than four hours from Paris by high-speed train, we could stand out in the market and still return to the capital whenever we wanted to. We found apartments easily, especially for our younger staff who used to have difficulties finding accommodation in Paris, and the standard of living here is unparalleled!

The region is magnificent, and our commute to the office is just 5 or 10 minutes, which is unheard of in Paris.

Anaïs Pretot

Co-Fondatrice Live Mentor / Co-Founder, LiveMentor



Nos ACTIONS Our ACHIEVEMENTS

LES 65 PROJETS ABOUTIS EN 2020 ONT ÉTÉ OBTENUS GRÂCE À :

THE 65 PROJECTS COMPLETED IN 2020 WERE MADE POSSIBLE BY:

PROJETS ABOUTIS /
SUCCESSFULLY COMPLETED PROJECTS

51 > 33
MISSIONS DE PROSPECTION
MARKET DEVELOPMENT MISSIONS

313 > 10
CANDIDATURES BUSINESS FRANCE
APPLICATIONS SUBMITTED
THROUGH BUSINESS FRANCE

48 > 11
START IN PROVENCE
CRÉATEURS EXOGÈNES ACCOMPAGNÉS
ASSISTED OUTSIDE START-UPPERS

47 > 7
GO BETWEEN IN PROVENCE
RAPPROCHEMENTS D'ENTREPRISES
BUSINESSES BROUGHT TOGETHER

**UNE DÉTECTION
DE PROJETS**
A PROJECT
DETECTION
SYSTEM



VISITES
INVESTINPROVENCE.COM
WEBSITE HITS
47 769 > 4

UN ACCOMPAGNEMENT DE PROJETS SUPPORT FOR PROJECTS

UNE VALORISATION DE PROJETS PROMOTION FOR PROJECTS

NOMBRE DE PROJETS ACCOMPAGNÉS NUMBER OF PROJECTS SUPPORTED	191
TOURS DE TABLE DES SOLUTIONS IMMOBILIÈRES ET FINANCIÈRES ROUND TABLES ON FINANCIAL AND REAL ESTATE SOLUTIONS	36
VISITES DU TERRITOIRE ORGANISÉES POUR DES ENTREPRISES AREA VISITS ORGANIZED FOR BUSINESSES	37
DESTINATAIRES DE LA E-NEWSLETTER E-NEWSLETTER RECIPIENTS	7181
ACCUEIL VIP VIP HOSTING	7
CÉLÉBRATIONS SUCCÈS SUCCESS CELEBRATIONS	2
CITATIONS PRESSE PRESS ARTICLES	80
PUBLICATIONS RÉSEAUX SOCIAUX SOCIAL MEDIA POSTS	448



Les projets aboutis par pays Successful projects by country

LA SITUATION SANITAIRE DE L'ANNÉE 2020 N'A PAS EU UN GRAND IMPACT EN TERMES D'INVESTISSEMENTS ÉTRANGERS. LA PROVENCE EST RESTÉE ATTRACTIVE ET A CONTINUÉ D'ATTRIRER DE NOMBREUX PROJETS VENUS DU MONDE ENTIER. Trois pays arrivent en tête en termes d'investissements directs étrangers. Les USA ont doublé leur nombre de projets sur le territoire par rapport à 2019, représentant en 2020 un projet étranger sur cinq. De son côté, les investissements italiens ont maintenu une part importante dans les projets étrangers sur Aix-Marseille (14%). Enfin, les projets allemands sont revenus dans le trio des IDE en Provence avec une part de 10%.

THE HEALTH CRISIS DID NOT HAVE AN OUTSIZED IMPACT IN TERMS OF INTERNATIONAL INVESTMENT IN 2020. PROVENCE REMAINED A HIGHLY APPEALING DESTINATION FOR NEW ECONOMIC ACTIVITY AND CONTINUED TO ATTRACT NUMEROUS PROJECTS FROM AROUND THE WORLD. Three countries were the leading sources of foreign direct investment. The USA doubled its number of projects in the territory compared to 2019, and, overall, one in five international projects in Provence were American in 2020. Italian investments continued to account for a significant share of international projects in Aix-Marseille (14%), while Germany reentered the Top 3 for FDI in Provence with a 10% share of projects.

EN NOMBRE DE
PROJETS ABOUTIS
IN NUMBER OF
SUCCESSFUL
PROJECTS

ENTREPRISES FRANÇAISES
FRENCH COMPANIES

55%

ENTREPRISES ÉTRANGÈRES
FOREIGN COMPANIES

45%



MC Marseillaise@M CLAVEL

LES PLUS GRANDS POURVOYEURS D'INVESTISSEMENTS ÉTRANGERS THE LARGEST SOURCES OF FOREIGN INVESTMENT

20%

USA

14%

ITALIE

ITALY

10%

ALLEMAGNE

GERMANY

**EN NOMBRE
D'EMPLOIS**
**IN NUMBER
OF JOBS**

ENTREPRISES FRANÇAISES
FRENCH COMPANIES

52%

ENTREPRISES ÉTRANGÈRES
FOREIGN COMPANIES

48%



Pour notre projet d'implantation, Provence Promotion a été à l'écoute de nos besoins. L'agence nous a donné une lisibilité du terrain et des conseils précieux jouant un rôle d'aiguilleur territorial. Ce territoire est en effet pour nous un réservoir de croissance. Nous souhaitons proposer nos services spécifiques aux acteurs du raffinage qui s'y trouvent.

When it came to our investment project, Provence Promotion listened to all of our needs. The agency provided a clear view of the local market, gave us precious advice, and served as our compass so we could navigate the territory. For us, this area represents a true opportunity for growth. We want to offer our specialized services to stakeholders in the territory's refining industry.

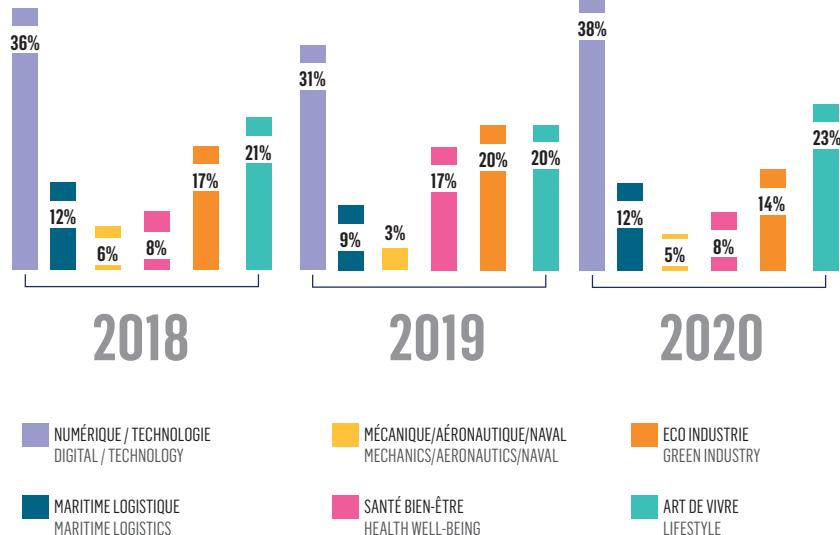
Benoit Serreau

Directeur Général - General Manager

RI-CND



Comparaison de l'attractivité par filières depuis 2018 Inward investment by sector since 2018

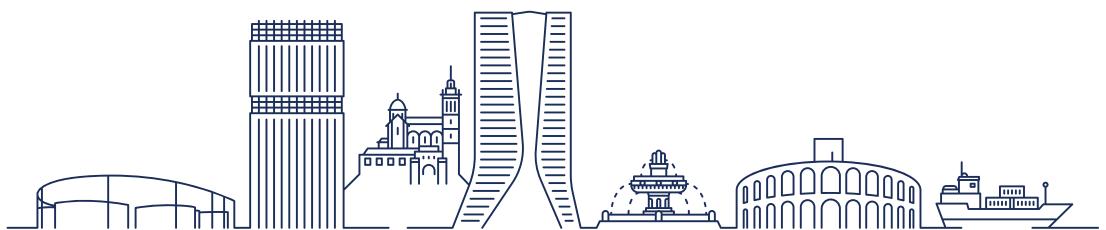


Entre 2018 et 2020, six secteurs d'excellence de l'économie provençale concentrent les investissements attirés par Provence Promotion.

SUR LES TROIS ANNÉES ÉCOULÉES, LES FILIÈRES **NUMÉRIQUE** ET **ART DE VIVRE** DEMEURENT EN TÊTE DES INVESTISSEMENTS DANS LES BOUCHES-DU-RHÔNE.

Between 2018 and 2020, six areas of excellence in the Aix-Marseille-Provence economy were the focus of Provence Promotion's strategy to attract investment.

OVER THE PAST THREE YEARS, **THE TECH** AND **LIFESTYLE** SECTORS REMAIN THE TOP AREAS OF INVESTMENT IN THE BOUCHES-DU-RHÔNE DEPARTMENT.



CHAQUE ANNÉE BUSINESS FRANCE RECENSE L'ENSEMBLE
DES INVESTISSEMENTS DIRECTS ÉTRANGERS (IDE) QUI VOIENT LE JOUR EN FRANCE.
EVERY YEAR, BUSINESS FRANCE ANALYZES FOREIGN DIRECT INVESTMENT (FDI) IN FRANCE.



PROVENCE PROMOTION
the invest in Provence agency

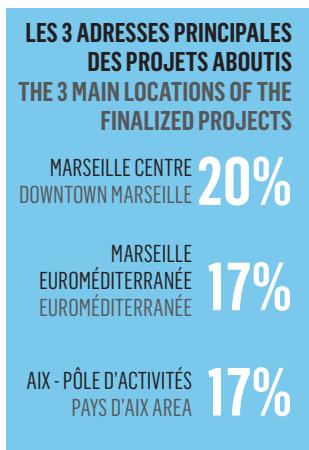
DANS NOTRE RÉGION SUD EN 2020, BUSINESS FRANCE IDENTIFIE 77 IDE POUR 1851 EMPLOIS DONT 55 DANS LES BOUCHES-DU-RHÔNE (SOIT 71%) POUR 1234 EMPLOIS.

SUR LES 55 IDE RECENSÉS PAR BUSINESS FRANCE (BF), DANS LES BOUCHES DU RHÔNE, 34 ONT ÉTÉ ACCOMPAGNÉS PAR PROVENCE PROMOTION (DONT 29 EN 2020 ET 5 COMPTABILISÉS PAR PROVENCE PROMOTION EN 2019 OU QUI LE SERONT EN 2021).

SUR LES 55 IDE RECENSÉS 30 SONT PASSÉS AU COSPE (COMITÉ D'ORIENTATION STRATÉGIQUE DES PROJETS ÉTRANGERS) ET 25 N'ONT PAS TRANSITÉS PAR BUSINESS FRANCE.

IN THE 2020 ANALYSIS OF THE SUD REGION, WHICH IS HOME TO AIX-MARSEILLE-PROVENCE, BUSINESS FRANCE IDENTIFIED 77 INTERNATIONAL INVESTMENTS THAT GENERATED 1851 JOBS, INCLUDING 55 INVESTMENTS IN THE BOUCHES-DU-RHÔNE DEPARTMENT (71%) THAT GENERATED 1234 JOBS. OF THESE 55 INVESTMENTS CITED BY BUSINESS FRANCE, 34 WERE SUPPORTED BY PROVENCE PROMOTION (29 REGISTERED IN 2020 AND 5 REGISTERED EITHER IN 2019 OR SCHEDULED TO BE REGISTERED IN 2021). OF THE 55 FDI PROJECTS IDENTIFIED, 30 WENT THROUGH BUSINESS FRANCE'S PROJECT STEERING COMMITTEE (COSPE) AND 25 OCCURRED OUTSIDE THE AUSPICES OF THIS PROGRAM.

2020 DES INVESTISSEMENTS RÉPARTIS SUR L'ENSEMBLE DU TERRITOIRE INVESTMENTS ACROSS THE TERRITORY





Aix-Marseille-Provence, capitale d'une région ouverte aux nouveaux arrivants

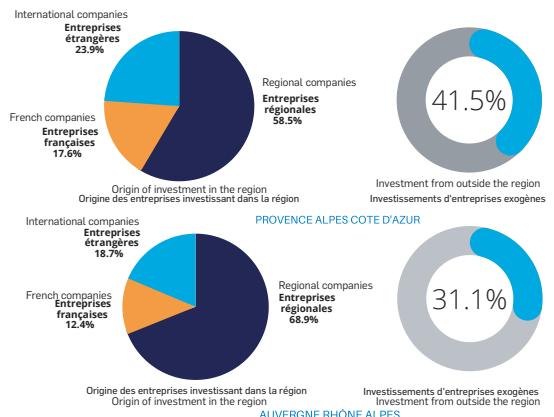
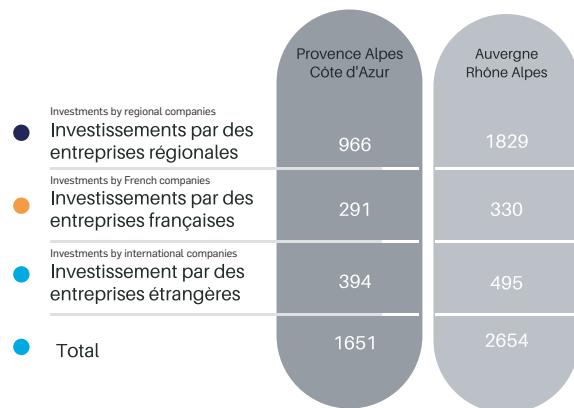
Aix-Marseille-Provence, the heart of a region that opens its arms to newcomers

NOMBRE D'INVESTISSEMENTS CRÉATEURS D'EMPLOIS RECENSÉS EN PROVENCE-ALPES-CÔTE D'AZUR (CRÉATION OU EXTENSION D'ÉTABLISSEMENTS) DE 2014 À 2018

Sources : trendeo, ey et business france

NUMBER OF JOB-CREATING INVESTMENTS IDENTIFIED (CREATION OR EXTENSION OF COMPANIES) FROM 2014 TO 2018

Sources: Trendeo, EY, and Business France

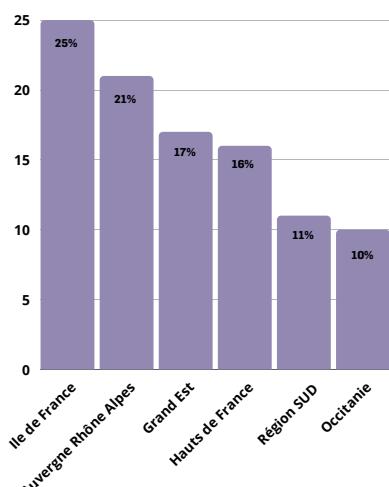


PART DES ENTREPRISES À CAPITAUX ÉTRANGERS DANS LE CHIFFRE D'AFFAIRES DE DIFFÉRENTES RÉGIONS DE 2014 À 2018

Sources : trendeo, ey et business france

SHARE OF INTERNATIONALLY OWNED COMPANIES IN THE TOTAL COMPANY TURNOVER IN DIFFERENT REGIONS FROM 2014 TO 2018

Sources: Trendeo, EY, and Business France





En 2020, sur les 77 investissements directs à l'étranger recensés en Provence-Alpes-Côte d'Azur par Business France, 69 % ont choisi les Bouches-du-Rhône.

In 2020, out of a total of 77 FDI projects counted in Provence-Alpes-Côte d'Azur by Business France, **69%** chose the Bouches-du-Rhône.

On mesure qu'en Provence-Alpes-Côte d'Azur, les entreprises exogènes françaises et étrangères contribuent à 41% des ouvertures de nouveaux établissements contre 31% en Auvergne-Rhône-Alpes. Historiquement, le stock d'investissements directs étrangers est plus important en Auvergne-Rhône-Alpes mais la région Provence-Alpes Côte d'Azur a des flux d'investissements étrangers plus importants désormais.

Analysis shows that in the Sud Provence-Alpes-Côte d'Azur region, international companies and businesses from other regions of France contributed to 41% of the new projects compared to 31% in the Auvergne-Rhône-Alpes region. Historically, the proportion of foreign direct investment has been higher in Auvergne-Rhône-Alpes (home to the Lyon metro areas), but the Sud Provence-Alpes-Côte d'Azur region now has a higher percentage of international investment.

©T. DUVAL / Provence Tourisme



Ils ont investi en 2020 In 2020 they invested in Provence

ART DE VIVRE LIFESTYLE	BRIGAD	FRANCE	1
	CAMPANILE LOUVRE HOTELS	FRANCE	2
	EUROSHOP	BELGIQUE / BELGIUM	3
	FORSTAFF	FRANCE	4
	ILLUCITY	FRANCE	5
	JSC TRADE	FRANCE	6
	LA LAITERIE MARSEILLAISE	FRANCE	7
	LE POTAGER VOYAGEUR	FRANCE	8
	N° 6	FRANCE	9
	PRIVATE GREEN	FRANCE	10
ÉCONOMIE NUMÉRIQUE DIGITAL ECONOMY	SNIPES	ALLEMAGNE / GERMANY	11
	TENNIS DU MIDI	FRANCE	12
	THE PEOPLE HOSTEL	FRANCE	13
	VASTINT FRANCE	PAYS-BAS / NETHERLANDS	14
	VORWERK	ALLEMAGNE / GERMANY	15
	ALGOSECURE	FRANCE	16
	ARC INFORMATIQUE	FRANCE	17
	BUREAUX & CO	FRANCE	18
	DRIVATA	CANADA	19
	COMPUTER TASK GROUP	ETATS-UNIS / USA	20
	CONVOICAR	FRANCE	21
	CORTUS	FRANCE	22
	DIGITAL REALTY	ETATS-UNIS / USA	23
	DIVINEMENCIEL	FRANCE	24
	ESA GAMES	FRANCE	25
	FUNDBOT	LIBAN / LEBANON	26
	GARMIN	ETATS-UNIS / USA	27
	LIBERKEYS	FRANCE	28
	LIVEMENTOR	FRANCE	29
	LUCCA	FRANCE	30
	MERITIS	FRANCE	31
	NOW COWORKING	FRANCE	32
	OPTIMIZ	ALLEMAGNE / GERMANY	33
	PURPI	TUNISIE / TUNISIA	34
	MICROSOFT	ETATS-UNIS / USA	35
	TERADYNE	ETATS-UNIS / USA	36
	TRAVELBUDDS	ILE MAURICE / MAURITIUS	37
	TWINLIFY	SINGAPOUR / SINGAPORE	38
	WHYTHAWK	ROYAUME-UNI / UNITED KINGDOM	39

ENVIRONNEMENT / ÉCO-INDUSTRIES ENVIRONMENT/ GREEN INDUSTRY	ALLIANCE DU FROID	FRANCE	40
	CLEARITIS	FRANCE	41
	ELYSE TECHNOLOGY	FRANCE	42
	FUTURA GAIA TECHNOLOGIES	FRANCE	43
	KEPCO	CORÉE DU SUD / SOUTH KOREA	44
	LA LIGNE VERTE	ITALIE / ITALY	45
	RENOV IMMO	RUSSIE / RUSSIA	46
	INEOS OXIDE	SUISSE / SWITZERLAND	47
	TIANLONG EUROPE GROUP	CHINE / CHINA	48
	VGG TRANSFORMATIONS	ESPAGNE / SPAIN	49
MARITIME / LOGISTIQUE MARITIME/ LOGISTICS	CEVA FREIGHT MANAGEMENT FRANCE	FRANCE	50
	DMS LOGISTIC IO	FRANCE	51
	EPALIA	FRANCE	52
	GSA LOGISTICS	FRANCE	53
	PREGEL FRANCE	ITALIE / ITALY	54
	KINTETSU WORLD EXPRESS	JAPON / JAPAN	55
	NAOS	FRANCE	56
	PRODUCTYS	FRANCE	57
	DENOIZE	PAYS-BAS / NETHERLANDS	58
	STIL MARPOSS	ITALIE / ITALY	59
MÉCANIQUE / AÉRONAUTIQUE /NAVAL MECHANICS/ AEROSPACE/NAVAL	RI-CND	FRANCE	60
	ALYSCAMPS	FRANCE	61
	ESSTAR	ÉTATS-UNIS / USA	62
	MONATOMICS TECHNOLOGY	FRANCE	63
	FRACON AGRIFOOD PRODUCTS	TURQUIE / TURKEY	64
	SAPIO SANTE FRANCE	ITALIE / ITALY	65
SANTÉ BIEN-ÊTRE HEALTHCARE/ WELL-BEING			

3

Le Mag'



The Babel Community : Co-living - Co-working ©OSIRI



Le futur des lieux de travail s'invente dans la métropole Aix-Marseille-Provence

The future of the workplace is being invented in the Aix-Marseille-Provence metro area.

Alors que la crise sanitaire a chamboulé les manières de travailler avec notamment l'avènement du travail à distance, la deuxième métropole française a décidé d'entrer en réflexion sur le futur des lieux de travail avec les directeurs immobiliers d'entreprises françaises du CAC40. Pour cette collaboration, les échanges ont été lancés à partir du cas d'école d'Aix-Marseille-Provence et de ses réalisations urbaines emblématiques. Une réflexion montée avec l'ADI – Association des Directeurs Immobiliers à l'initiative de l'agence d'attractivité économique Provence Promotion et de l'établissement public d'aménagement Euroméditerranée, toujours dans la perspective de renforcer les relations du territoire avec les sièges des grands employeurs de la métropole.

The health crisis has transformed the way people work with the widespread adoption of remote working. As a result, stakeholders in Aix-Marseille, France's second-largest metro area, have begun to reflect on the future of the workplace in collaboration with facilities management executives from companies listed on the CAC-40, France's benchmark stock exchange. This joint effort began with a case study of the Aix-Marseille-Provence property market and a visit program involving key urban projects that took place in September 2020. Organized in partnership with the ADI, France's national association of real estate directors, the visit program was initiated by Provence Promotion and the Euroméditerranée public infrastructure project with a view to strengthening the territory's relations with the headquarters of France's major private-sector employers.





Comment satisfaire les aspirations des nouvelles générations d'actifs ? Quelles sont les meilleures solutions pour créer les lieux de travail du futur ?

Dans la perspective de répondre à l'évolution des grands employeurs du territoire en matière de lieux de travail, pour leurs activités actuelles et futures, aménageurs et grandes entreprises, fleurons de l'économie locale, ont été invités à s'interroger ensemble à l'occasion d'une réflexion commune dans la cadre inspirant de thecamp, campus du futur dédié aux innovations à proximité d'Aix-en-Provence.

Un panel de 40 directeurs immobiliers des sièges de ces groupes et les porteurs de l'offre territoriale - Métropole, CCI, Euroméditerranée, Port, Aéroport et Aix-Marseille Université ont contribué à cette réflexion. Les pistes ouvertes donneront lieu à une publication de l'ADI.

Le Secrétaire général de l'ADI en charge de la prospective, Jacques Perpere (également Directeur Immobilier d'Airbus Group, 1er employeur privé de notre région) a convaincu ses pairs de s'associer à ce travail commun.

Aix-Marseille-Provence est la plus vaste et la plus peuplée des métropoles de France après le Grand Paris. Les réflexions autour de la mobilité, de la centralité et de la mixité sont au cœur des nouveaux projets d'urbanisme, d'immeubles de bureaux ou d'habitation. L'éco-cité d'Euroméditerranée 2, dans sa vision portée par Hugues Parant, DG d'Euroméditerranée, avec les nouveaux quartiers de Smartseille et des Fabriques intègre une mixité de fonctions, des espaces de co-working pour les makers et même des services partagés entre habitants et salariés. Une illustration concrète pour les directeurs immobiliers qui en feront la visite.



LE MAG'

How can we meet the aspirations of a new generation of workers? What are the best solutions for creating the workplace of the future?

To respond to the workplace changes that the territory's biggest employers will face, in September 2020, stakeholders in the local economy – development planners, major companies, and other business leaders – participated in a seminar at thecamp, a campus dedicated to the innovations of the future, located near Aix-en-Provence.

This process of reflection involved a panel of 40 facilities management executives working for company head offices along with key representatives from the territory's commercial real estate market, including the Aix-Marseille metro area government, the chamber of commerce, Euroméditerranée, the port authority, the airport, and Aix-Marseille University. The results will be published by ADI, France's national association of real estate directors.

The broad embrace of this project is partly due to the efforts of the secretary-general of the ADI, Jacques Perpere, who is also Vice President for Real Estate Projects Investment and Transactions at Airbus, the leading private employer in the region. After the greater Paris area, Aix-Marseille-Provence is the largest and most populous metro area in France. Issues such as mobility, urban density, and cultural diversity are at the heart of new planning projects for commercial, office, and residential buildings. As envisioned by the Euroméditerranée CEO Hugues Parant, the Euroméditerranée 2 EcoCité, with its Smartseille demonstrator neighborhood and its Les Fabriques green district, features a mix of functions, including co-working spaces for makers and shared services for residents and employees. This project provides a concrete example of the sustainable workspace of the future for the real estate directors who will be visiting the site.



POUR LES ACTEURS DE CETTE RÉFLEXION, LE LIEU DE TRAVAIL DU FUTUR :

- retournera en partie en centre-ville
- s'hybridera avec l'habitat
- se rapprochera des hubs d'hyperconnectivité

Trois tendances très bien représentées dans les projets d'urbanisme et d'infrastructures d'Aix-Marseille-Provence.

FOR THOSE INVOLVED IN THIS PROCESS, THE WORKPLACE OF THE FUTURE MEANS :

- a partial return to the city center
- hybrid urban spaces with housing
- moving closer to hyperconnectivity hubs

These are three trends that are at the heart of urban planning in Aix-Marseille-Provence.

indispensables

DES BÂTIMENTS CONNECTÉS AUX HUBS DES CÂBLES INTERCONTINENTAUX

INDISPENSABLE: BUILDINGS CONNECTED TO INTERCONTINENTAL SUBSEA CABLE HUBS

Depuis la crise du coronavirus, les entreprises qui choisissent aujourd'hui de s'installer sur un territoire prennent en grande considération la capacité de maintenir leurs activités à distance avec des salariés dispersés internationalement. Cette nouvelle donne doit rentrer dans les stratégies de localisation pour de futures implantations comme les établissements relais par exemple. En France, deux hubs connectent le pays au reste du monde : Paris et Marseille. Fabrice Coquio, PDG d'Interxion France et Jérôme Lebon, Directeur général adjoint du Crédit Agricole Alpes Provence ont notamment confirmé la nécessité de tenir compte des infrastructures numériques présentes sur un territoire lors de la localisation d'une activité. Aix-Marseille est en passe de devenir une des cinq principales concentrations au monde de câbles sous-marins.

Since the coronavirus outbreak, companies considering locations to launch new projects or expand existing ones are taking into account the need to maintain remote operations and ensure communication with employees located offsite or around the world. This new working reality is even more essential for certain facilities, such as branch offices or subsidiaries. In France, two principal data and telecommunications hubs connect the country to the rest of the world: Paris and Marseille. Leaders such as Fabrice Coquio, Managing Director of Interxion France, and Jérôme Lebon, Assistant Director-General of Crédit Agricole Alpes Provence, confirmed the need to consider digital infrastructure when choosing the location of a new project. In our territory, Aix-Marseille is on its way to becoming one of the world's top five hubs for submarine and telecommunications cables.



Des centres-villes DYNAMISÉS POUR Y TRAVAILLER

Si la tendance au télétravail et aux réunions à distance s'est accélérée, se rencontrer demeure une nécessité. Les centres-villes abritent de plus en plus d'espaces de co-working et de tiers lieux offrant la possibilité de se réunir mais aussi d'immobilier de bureau alternatif aux quartiers d'affaires.

Un centre-ville agréable et bien aménagé représente en outre un cadre de travail attractif pour les salariés. Les projets de rénovation comme ceux de la rue de la République à Marseille encouragent les employeurs à réinvestir en centre-ville. Cette rue haussmannienne, une des plus longues de France, illustre pour Laurent Fléchet, Directeur général de Primonial, un ensemble plus large qui voit de nouveaux espaces de travail ouvrir dans les 1^{er} et 6^{ème} arrondissements de Marseille.

La notion de bien-être est également une réalité prise en compte lors du projet de réhabilitation de la Poste Colbert à Marseille, le plus grand projet tertiaire de La Poste en région dans le cadre de sa stratégie Village La Poste. 400 collaborateurs issus de 11 services et de 5 sites différents seront regroupés dans ce bâtiment historique de près de 15.000 m² transformé sous l'autorité de Rémi Feredj, Directeur général de Poste-Immo.

En architecture comme en urbanisme, construire c'est avant tout penser à nos modes de vie. Du haut de la tour La Marseillaise imaginée par Jean Nouvel et récemment inaugurée sur Euroméditerranée, les directeurs immobiliers ont pu s'inspirer de ces visites pour engager de premiers échanges.

TO BOOST THE WORK EXPERIENCE

While the trend towards telecommuting and remote meetings has accelerated, in-person exchanges are still a necessity. Downtown cores are increasingly home to co-working spaces and other work venues that offer the opportunity to gather, meet, and collaborate, and there are also emerging workspace alternatives in established business districts.

A charming and well-developed city center represents an attractive working environment for employees. Renovation projects such as those on Rue de la République in Marseille are encouraging employers to reinvest in the downtown core. This Haussmann-style street, which is one of the longest in France, was used as a representative case by Laurent Fléchet, the managing director of the Primonial wealth management fund, when he sketched out a vision for Marseille that would involve new workspaces opening in the city's 1st and 6th arrondissements.

The notion of employee well-being was also a vital part of the project to renovate the Colbert post-office site in downtown Marseille. This initiative is part of the French national postal service's broader Village La Poste strategy to create thriving collaborative spaces, and it represents the postal service's biggest redevelopment project in the region. When the Colbert site is finished, 400 employees from 11 branches and five locations will work together in this historic 15 000m² building. The project is being overseen by Rémi Feredj, Managing Director of the postal service's Poste Immo division.

In both architecture and urban planning, a building is, above all else, a reflection of our lifestyles. These planning discussions, which were held at the top of the recently inaugurated La Marseillaise tower in the Euroméditerranée district that was designed by Jean Nouvel, were an opportunity for property managers to draw inspiration from a territory that is at the vanguard of the evolution of the modern work environment.



@Cyril CHAUVIN

Projections

SUR LE FUTUR À THECAMP

C'est au sein du campus thecamp, au pied de la montagne Sainte-Victoire, que la délégation de directeurs immobiliers a été amenée à débuter et partager l'ensemble de leurs réflexions qui mènera à une publication juste avant l'été 2021.

A partir des visites et de leurs propres expériences, l'objectif est désormais de commencer à dégager une vision commune des besoins des futurs espaces de travail.

LOOKING TOWARD THE FUTURE AT THECAMP

The delegation of real estate directors was invited to thecamp, the innovation campus located at the foot of Montagne Sainte-Victoire, to begin the reflection process that will result in a road map that is scheduled to be published just before the summer of 2021.

Based on the visits to the sites, the discussions, and their own experiences, the objective is to develop a shared vision for the workspace of the future.



©DR

NOTRE PROGRAMME D'INFLUENCE OUR INFLUENCE PROGRAM



©Thierry FOULON

PROVENCE PROMOTION A LANCÉ EN 2019 UN NOUVEAU PROGRAMME COLLECTIF D'INFLUENCE VISANT À CONFORTER LA DESTINATION

ÉCONOMIQUE DU TERRITOIRE AIX-MARSEILLE-PROVENCE. Ce programme d'influence collectif associe les mandants de Provence Promotion, les grands aménageurs, ainsi que l'université Aix-Marseille et les signatures mondiales présentes sur le territoire.

Provence Promotion est fortement basée sur une stratégie « one to one » en termes d'attraction d'entreprises. Pour progresser en matière de rayonnement en France et à l'international, le programme d'influence s'appuie sur la notion « d'advocacy », afin d'accroître la visibilité et l'intérêt de notre territoire auprès d'une cible de prescripteurs, de cercles d'influence. Ces actions en mode « one to few » portent aujourd'hui sur quatre cibles principales :

IL A POUR CHAMP D'ACTIONS :

- Les grands sièges sociaux parisiens ainsi que la presse nationale et internationale basée à Paris.
- Les disrupteurs dont les Etats-Unis sont le creuset mondial.
- Les autorités chinoises qui s'engagent dans un programme de géopolitique à travers les routes de la soie.
- Le Moyen-Orient, concentration de fonds d'investissements très actifs en Europe.

Plusieurs actions ont été initiées auprès de nos cibles, avec de nombreux partenariats mis en place.



IN 2019, PROVENCE PROMOTION LAUNCHED AN INFLUENCE PROGRAM AIMED AT REINFORCING AIX-MARSEILLE-PROVENCE'S REPUTATION AS A TOP DESTINATION FOR INVESTMENT.

The influence program is a joint initiative that brings together stakeholders in Provence Promotion as well as Aix-Marseille University and major international companies based in the territory.

Provence Promotion has adopted an emphatic "one to one" strategy to attract companies to its territory. As a way to continue to enhance Aix-Marseille's reputation in France and internationally, the influence program relies on outreach and advocacy to increase the visibility and appeal of our territory among targeted economic influencers. This strategy also involves a "one to few" initiative that focuses on four target groups.

THE PROGRAM'S KEY FOCUS AREAS:

- Major companies with headquarters in Paris, and the national and international media based in Paris.
- Economic disruptors in the United States that emerge from the American innovation culture.
- Chinese leaders involved in the New Silk Road global economic development program (balancing traditional economic rivalry with new partnership opportunities).
- The Middle East and its concentration of investment funds that are highly active in Europe.

Several successful actions have already been carried out with these target groups, and numerous partnerships have been established.



Nos territoires d'influence Our spheres of influence



PARIS

Une année 2020 exceptionnelle aura agi comme un révélateur et accélérateur du phénomène de déconcentration qui attire entreprises et talents franciliens dans les métropoles régionales, avec plusieurs actions initiées pour **positionner la Provence comme alternative aux capitales :**

- Un travail collaboratif sur le futur des lieux de travail avec l'Association des Directeurs Immobiliers (ADI) pour inscrire dans l'opinion des grands groupes que la Provence se prête à implanter des établissements innovants pour répondre aux nouveaux modes de travail ;

- Une démarche associant les directions générales autour de l'enjeu d'attractivité des fonctions de décision, en collaboration avec PwC et l'objectif de développer à terme un observatoire des fonctions centrales sur Aix-Marseille ;
- La collaboration avec Les Marseillais de Paris, dans un rôle de réseau d'ambassadeurs au service des projets totem du territoire.

The unusual nature of 2020 accentuated and accelerated the economic decentralization in France as both companies and talent are leaving Paris and relocating to regional metro areas. **The agency has launched multiple initiatives to position Provence as a top alternative to capital cities:**

- Collaborative work on the future of the workplace with the ADI property directors' association, to make it clear to major companies that Provence is an ideal location to set up innovative facilities that can respond to the challenges of new work methods;
- An outreach program to company executives in collaboration with PwC to evoke the advantages of relocating decision-making functions and head offices, with the aim of eventually developing a central institute to support corporate offices in Aix-Marseille;
- Joint efforts with the Les Marseillais de Paris business group to leverage this network's ability to generate support for the territory's key projects.



USA

L'Amérique du Nord peut compter sur la flexibilité et l'agilité de ses entreprises pour relancer l'activité économique, et bénéficie encore d'un leadership sur l'innovation, en particulier l'investissement dans l'innovation.

Les actions d'influence 2020 pour faire reconnaître une Provence « business friendly » :

- Partenariat avec l'AmCham, plus ancien et premier think tank dédié aux relations transatlantiques à Paris. La Provence se place parmi les 4 territoires français actifs au sein de ce réseau, proche de l'Ambassade US et des grands groupes américains présents en France ;
- Approche directe auprès des services économiques (Minister Counselor for Economic Affairs) de l'Ambassade des Etats-Unis à Paris pour présenter l'attractivité du territoire et le principe d'un dispositif d'accueil de « disrupteurs » ;
- Ouverture d'un bureau de liaison fin 2020 pour travailler aussi bien sur des missions de prospection directe qu'en « mode influence », sur le recrutement de profils « disrupteurs » ;
- Campagne de recrutement de disrupteurs pouvant installer une innovation en Provence.

The USA and North America can count on the flexibility and agility of their economies to boost economic activity, and they also benefit from a head start in terms of leadership in innovation, particularly investment in innovation.

In 2020, influence programs were launched to spread awareness about Provence's business-friendly ecosystem, including:

- A partnership with AmCham, the oldest and most renowned business organization in Paris that is dedicated to transatlantic relations. Provence is one of four French territories active in this network, which has strong ties with the U.S. embassy and the most significant American companies working in France;
- A direct outreach to the Minister Counselor for Economic Affairs at the U.S. Embassy in Paris to present the attractiveness of the territory and the goal of welcoming American disruptors to Provence;
- The opening of a liaison office at the end of 2020 to work on direct prospecting missions and influence initiatives focused on recruiting entrepreneurs that fit the "disruptor" profile;
- Recruitment campaign to bring economic disruptors and their innovations to Provence.



PAYS DU GOLFE - GULF STATES

A l'occasion de la crise sanitaire, les pays du Golfe ont accéléré leur stratégie de diversification, portée par une vision de long terme, notamment dans l'innovation, la tech de manière générale, mais aussi à l'étranger en ciblant des projets d'infras autour des enjeux de décarbonation et de transition énergétique. L'objectif poursuivi sera de rendre visible un positionnement « business » du territoire, au-delà de l'attractivité touristique reconnue de la Provence.

Les actions d'influence en 2020 consistaient en priorité à mieux appréhender le marché et à identifier des partenaires potentiels :

- Rencontre avec le cercle économique franco-qatari *Qadran* et des consultants français, proposant une intermédiation avec les autorités qataries ;
- Organisation d'une présentation géopolitique de la zone GCC aux partenaires régionaux avec la direction du Moyen-Orient du MEAE ;
- Préparation avec le bureau de Dubaï de Business France pour l'organisation en 2021 de missions de prospection, forums investisseurs et relations presse en amont de l'Exposition universelle de Dubaï ;
- Réceptif d'un family office avec Business France pour tester une approche investisseurs sur des actifs immobiliers et dans les infras numériques.
- Participation aux French Business Days Dubaï à travers une action presse.

During the health crisis, the Gulf states have accelerated their diversification strategy with a long-term vision focusing on innovation, technology, and international infrastructure projects related to green energy and the energy transition. While Provence is already acclaimed as a tourist destination in the Gulf states, the objective is to make the territory's business opportunities more visible.

Influence actions taken in 2020 consisted primarily in market intelligence and identifying potential partners:

- Meeting with the Franco-Qatari economic network Qadran and French consultants, a proposal to create an interface with the Qatari authorities;
- Working with the Middle East Economic Association (MEEA) to organize a presentation of the Gulf Cooperation Council (GCC) zone to regional partners;
- Collaborating with Business France's Dubai office to organize 2021 programs such as prospecting missions, investor forums, and media relations campaigns ahead of the World Expo in Dubai;
- Joining forces with Business France to host a Family Office focused on managing family wealth as a way to test new methods of approaching investors in regards to real estate assets and digital infrastructure;
- Participating in the French Business Days Dubai through a media relations program.



CHINE - CHINA

La Chine a vu son PIB croître plus vite qu'en 2019 sur les derniers mois de l'année, et était la seule économie majeure avec une croissance positive en 2020.

Nos actions d'influence ciblent en priorité les autorités qui orientent les investissements à l'étranger :

- Chinese Business Club : en adhérant collectivement au 1er club d'affaires franco-chinois de la capitale, le groupe influence y bénéficie de rencontres privilégiées avec les autorités chinoises à Paris, les grands groupes chinois présents en France mais aussi des grands groupes français du tourisme, du luxe, de l'art de vivre
- Des événements digitaux pour rester au contact des régions chinoises avec le séminaire Choose France, le Belt&Road summit et ALMAC, la plus grande conférence en Asie dédiée à la logistique
- Introduction en bourse du groupe Quechen, avec un message adressé par les acteurs économiques et autorités du territoire d'Aix-Marseille aux investisseurs présents avec le consul de Shanghai et Business France.

In the final months of 2020, China saw its GDP grow faster than in 2019, and it was the only major economy with an overall positive growth rate in 2020.

Our influence actions were focused on leaders and authorities that are involved in China's international investments:

- Joining the Chinese Business Club, the #1 Franco-Chinese business club in Paris, which gives stakeholders in the influence program privileged meetings with Chinese authorities in Paris, key Chinese companies based in France, and French companies working in high-growth sectors involving the Chinese market, such as tourism, luxury goods, and lifestyle products.
- Participation in digital events to stay in touch with Chinese regions, including the Choose France event, the Belt and Road summit, and ALMAC, the largest conference in Asia dedicated to logistics.
- Maintaining a profile at the Quechen Group's IPO with a message sent to investors by public- and private-sector leaders from the Aix-Marseille territory (in collaboration with the Shanghai consulate and Business France).



5

NOTRE FEUILLE DE ROUTE OUR ROAD MAP 2021-2023



NOWCOWORKING Marseille Vieux-port ©Ludovic Beyan



Notre stratégie pour capter la reprise des investissements en 2021

Our strategy to capitalize on the rebound in global investment in 2021

MALGRÉ LES RESTRICTIONS SANITAIRES QUI COMPLIQUENT LES POSSIBILITÉS DE DÉPLACEMENTS, PROVENCE PROMOTION A PRÉVU DE RENCONTRER PRÈS DE 600 ENTREPRISES EN FRANCE ET À L'ÉTRANGER POUR DÉTECTER DE NOUVEAUX PROJETS À TRAVERS 70 ACTIONS DE PROSPECTION.

47 SALONS DIGITAUX

9 MISSIONS BUSINESS FRANCE

7 CAMPAGNES DE RENDEZ-VOUS À L'ÉTRANGER

3 CONFÉRENCES CHOOSE FRANCE

DESPITE THE HEALTH RESTRICTIONS THAT COMPLICATE TRAVEL POSSIBILITIES, PROVENCE PROMOTION HAS PLANNED TO MEET WITH NEARLY 600 COMPANIES IN FRANCE AND ABROAD TO IDENTIFY NEW PROJECTS, THROUGH 70 PROSPECTING CAMPAIGNS.

47 ONLINE BUSINESS EVENTS

9 BUSINESS FRANCE TRADE MISSIONS

7 INTERNATIONAL NETWORKING CAMPAIGNS

3 CHOOSE FRANCE CONFERENCES



AMÉRIQUE DU NORD NORTH AMERICA

■ Liaison office The Give Academy
Liaison office / The Give Academy

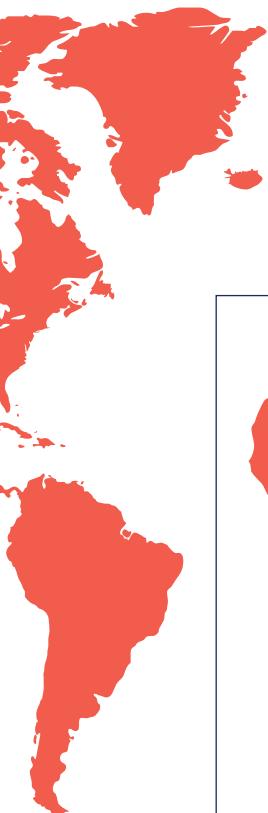
■ Approche de 50 comptes stratégiques avec Euroméditerranée et le Port Marseille-Fos
Outreach to 50 strategic companies with Euroméditerranée and Port Marseille-Fos

■ Approche du top 10 accélérateurs avec La Cité de l'innovation - CISAM
Outreach to the Top 10 accelerators with the CISAM innovation center

■ 5 salons digitaux
5 online business events

■ 4 missions Business France
4 Business France trade missions

■ 1 Conférence Choose France
1 Choose France conference



ROYAUME-UNI - UNITED KINGDOM

- Prospection Brexit via un représentant sur place avec Euroméditerranée
Post-Brexit prospecting via an on-site representative, with Euroméditerranée
- Partenaires UK pour la CISAM
UK partners for the CISAM innovation center at Aix-Marseille University (AMU)
- Coopération scientifique (AMU & Cambridge) pour rapatrier des chercheurs
Scientific cooperation (AMU & Cambridge) to repatriate researchers
- 5 salons digitaux
5 online business events

ALLEMAGNE/ITALIE/BENELUX GERMANY/ITALY/BENELUX

- 10 salons digitaux
10 online business events
- 2 missions Business France
2 Business France trade missions
- Partenariat CCI italienne
Partnership with Italian CCI

ASIE - ASIA

- 2 salons digitaux avec le Port Marseille-Fos
2 online business events,
with the Port of Marseille-Fos
- 1 mission Business France
1 Business France trade mission
- 1 conférence Choose France
1 Choose France conference

TUNISIE / TUNISIA

- 1 Road Show Tunis
1 Road Show in Tunis

FRANCE

- Consultant Paris avec Euroméditerranée
Consultant in Paris with Euroméditerranée
- 23 salons digitaux
23 online business events
- Campagne de RDV présentiels
antenne Paris Métropole CCI
In-person meeting program with
the Paris chamber of commerce

MOYEN ORIENT DONT ISRAËL MIDDLE EAST INCLUDING ISRAEL

- 2 salons digitaux
2 online business events
- 2 missions Business France avec le Port Marseille-Fos
2 Business France trade missions
- 1 Conférence Choose France avec le Port Marseille-Fos
et Aéroport
1 Choose France conference, with the Port of
Marseille-Fos and airport



Attirer des entreprises dans les 6 secteurs d'excellence du territoire

Attracting investments within 6 strategic sectors

... ET DES QUARTIERS GÉNÉRAUX
APANAGE D'UNE MÉTROPOLE DE NIVEAU EUROPÉEN.

... AND A HEADQUARTERS HUB
WITH ALL THE ADVANTAGES OF A TOP EUROPEAN METROPOLIS.

ÉCONOMIE NUMÉRIQUE

DIGITAL ECONOMY

Aix-Marseille-Provence, métropole de La French Tech avec les futures réalisation de La Plateforme, Campus Théodora, Microsoft Lab et le quartier numérique de la Constance.

Aix-Marseille-Provence, a French Tech metro hub with plans for tech centers such as La Plateforme, Campus Théodora, and Microsoft Lab.

MARITIME LOGISTIQUE

MARITIME LOGISTICS

Fonctions liées au rôle de Marseille-Fos dans la supply chain avec la nouvelle plateforme de Distriport II.
Activities related to the role of the Port of Marseille-Fos in the supply chain with the new Distriport II platform.

MÉCANIQUE AÉRONAUTIQUE NAVAL

MECHANICAL AEROSPACE NAVAL

Projet européen d'usine étendue pour l'aéronautique, matériaux et fabrication additive avec le futur technocentre Henri-Fabre.

European project for an extended factory of the future for aeronautics, materials, and additive manufacturing with the TEAM Henri-Fabre technocenter.

ÉNERGIE ET ÉCO-INDUSTRIES

ENERGY AND ECO-INDUSTRIES

La Provence terre de transition énergétique et d'écologie industrielle.
Provence is a world leader in renewable energies and green industries.

SANTÉ ET BIEN-ÊTRE

HEALTHCARE AND WELL-BEING

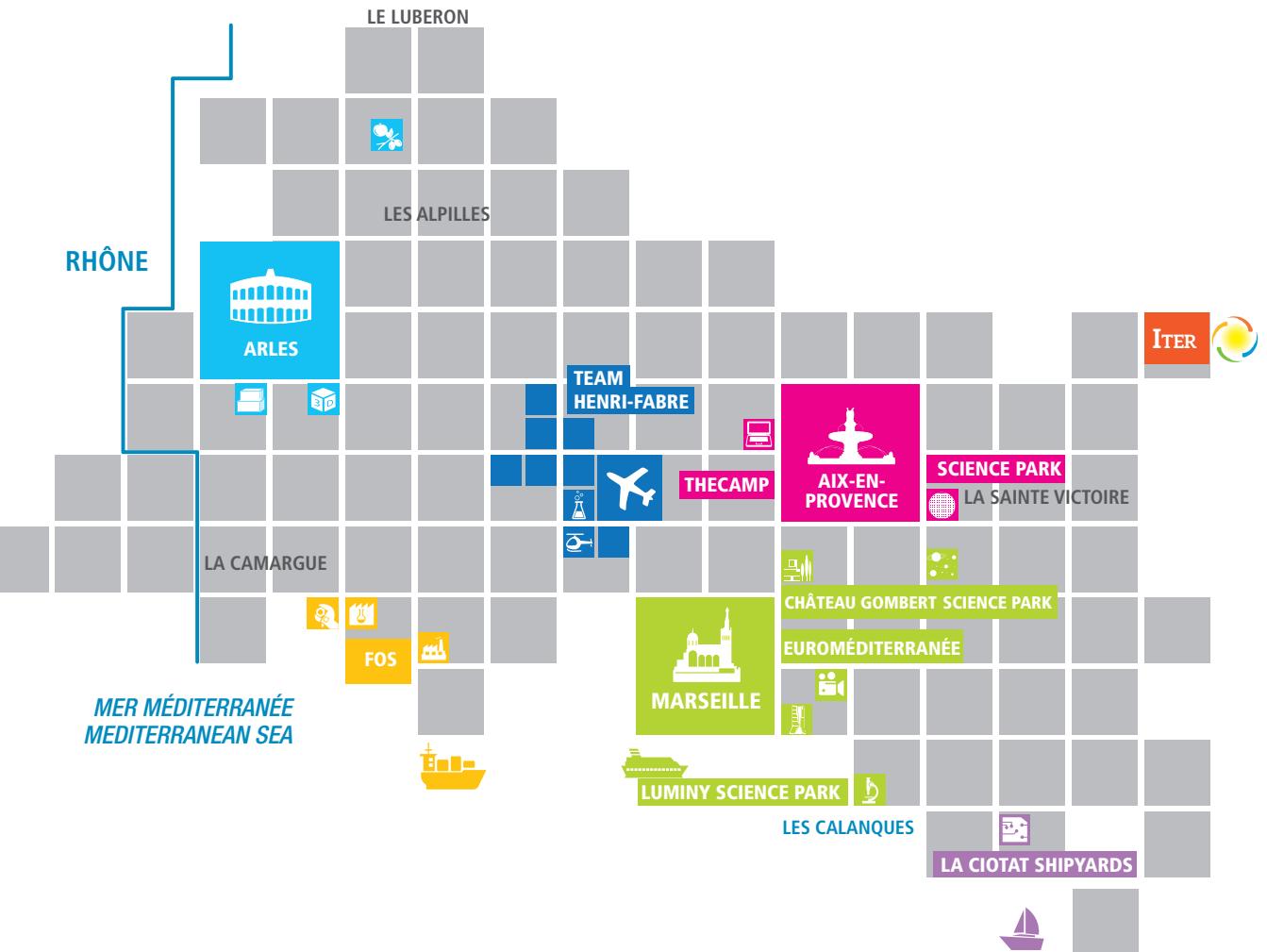
Plateformes de recherche translationnelle ouvertes aux entreprises avec un pôle d'entreprises santé de 30 000 m² au sein du CHU et le technopôle de Luminy.

Cross-disciplinary research platforms for companies and a health sector cluster.
Launch of a 30 000 m² health tech hub within the university hospital.

ART DE VIVRE

LIFESTYLE

La Provence ouverte aux investissements touristiques avec un plan de relance spécifique.
Provence is open to tourism investments with a specific recovery plan for the sector.



PROVENCE PROMOTION S'AFFIRMERA DANS LES 3 ANS COMME L'AGENCE FAISANT LE LIEN ENTRE LES GRANDES OFFRES DU TERRITOIRE ET LES DEMANDES DES INVESTISSEURS.

OVER THE NEXT 3 YEARS, PROVENCE PROMOTION WILL CONFIRM ITS POSITION AS THE AGENCY THAT PERFECTLY MATCHES THE NEEDS OF INCOMING INVESTORS WITH THE OPPORTUNITIES AT THE TERRITORY'S MAJOR BUSINESS PLATFORMS AND PROJECTS.



Feuille de route à 2023

2023 Roadmap

PROVENCE PROMOTION CONSTITUE L'INTERFACE UNIQUE DU TERRITOIRE POUR ATTIRER LES ENTREPRISES ET LES TALENTS. AGENCE MÉTROPOLITaine POUR LA PROMOTION, LE MARKETING ET L'INFLUENCE DU TERRITOIRE, ELLE AGIT DIRECTEMENT SUR LA PROSPECTION D'ENTREPRISES À L'INTERNATIONAL. ELLE EST LE LIEN INDISPENSABLE ENTRE LA DEMANDE DES ENTREPRISES ET L'OFFRE DU TERRITOIRE.

Sur la période 2020 – 2023, Provence Promotion a choisi de concentrer ses actions en quatre principaux objectifs :

UNE PROSPECTION QUARTIERS GÉNÉRAUX

- Pour mieux convaincre les entreprises de choisir Aix-Marseille, pour implanter ou faire grandir leurs services centraux, Provence Promotion sera l'instigateur d'un cluster des QG pour promouvoir la richesse de notre ressource humaine et le succès des sièges sociaux sur notre territoire.

UNE PROSPECTION INVESTISSEURS

- À destination des nouvelles offres du territoire comme le pôle tertiaire aéroport, le Fab 7 à Rousset, le pôle biotech-medtech des hôpitaux sud...

UN FAST TRACK GRANDS PROJETS

- Pour un « fast track » grand projets à plus de cent emplois et un accompagnement plus important pour le recrutement des collaborateurs, l'accueil des familles, la recherche de financements pour les gros projets tertiaires...

DES RELATIONS PRESSE À PARIS

- Pour promouvoir auprès des décideurs économiques et leaders d'opinion, nos projets totems de niveau international, nos réussites mondiales ainsi que les nouveaux arrivants qui crédibilisent le territoire...toujours dans le but d'attirer l'attention des talents, investisseurs et entreprises.





Provence Promotion is the territory's primary interface for attracting companies and talent. As a metro agency dedicated to the promotion, marketing, and influence of the region, it works on direct prospecting missions to attract international companies. Provence Promotion is the essential link between the territory's supply and the demand from companies in France and around the world.

For the period from 2020 to 2023, Provence Promotion will focus its efforts on pursuing four main objectives:

ATTRACTING COMPANY HEADQUARTERS

- To persuade companies to choose Aix-Marseille to set up or expand their corporate units, Provence Promotion will initiate a headquarters cluster to promote the richness of our human resources and the success of head offices already located in our territory.

IDENTIFYING INVESTORS

- To reach out to companies that would benefit from new projects in the territory such as the services hub at the airport, the Fab 7 clean-room in Rousset, or the biotech-MedTech business Parks in Marseille Hospitals.

MAJOR PROJECTS

- To introduce initiatives to fast track projects with the potential to create more than 100 jobs, such as expanded support services for recruitment, relocation, and financing.

MEDIA CAMPAIGNS IN PARIS

- To promote our landmark international projects, our global successes, and the incoming businesses that chose our territory among economic decision-makers and opinion leaders... with the constant goal of attracting the attention of talents, investors, and companies.

Aix-en-Provence Gare TGV ©HELIOS IMAGES / R. GRUNCHEC / Provence Tourisme



Nouveaux HORIZONS New HORIZONS

PROVENCE PROMOTION AFFÛTE SES ARMES
POUR LE FUTUR

PROVENCE PROMOTION HONES ITS WEAPONS
FOR THE FUTURE

Provence Promotion a choisi de développer avec ses partenaires, ses réseaux internationaux afin de se doter d'une représentation dans chacun des territoires clés pour l'attraction d'entreprise.
L'ensemble de ces partenaires, permettra de développer la visibilité de la destination économique Provence.



HUNSTMAN SCHOOL OF BUSINESS



Hunstman School of Business est fière de collaborer avec une agence de développement économique de premier plan en Europe. Cette nouvelle alliance va nous faire travailler de pair avec Provence Promotion sur les questions de ciblages d'investisseurs du monde entier qui réadaptent leur stratégie d'après COVID. Ce partenariat stratégique va nous aider à intégrer des sujets disruptifs dans nos programmes académiques et va, par la même occasion, aider Provence Promotion à bouleverser sa stratégie de ciblage.

The Huntsman School of Business is proud to collaborate with a leading economic development agency in Europe. This new alliance will allow us to work hand-in-hand with Provence Promotion on questions surrounding the identification of investors worldwide that are readjusting their strategy after COVID. This partnership will help us integrate disruptive topics into our academic programs and, at the same time, help Provence Promotion revolutionize its strategy for targeting prospects.

Dr Jim Davis

Huntsman School of Business / Huntsman School of Business

For 2021, Provence Promotion has chosen to develop its international network of partners to ensure that the territory is represented in each of the markets it has targeted for attracting new investments and businesses. These partners will help enhance Provence's visibility as a leading economic destination.



AÉROPORT MARSEILLE-PROVENCE



En 2021, l'Aéroport Marseille Provence poursuivra son étroite collaboration avec Provence Promotion, au travers de missions ciblées visant à rétablir la connectivité aérienne du territoire et préparer l'ouverture de nouvelles lignes intercontinentales, avec un objectif ambitieux de neutralité carbone d'ici 2030.

In 2021, Marseille Provence Airport will continue its close collaboration with Provence Promotion, with targeted missions to expand the region's air connections and prepare for the opening of new intercontinental routes, all with the ambitious objective of becoming carbon neutral by 2030.

Julien Boullay

Directeur Commercial et Marketing / Chief Commercial Officer at Marseille Provence Airport.



DAVID ECCLES SCHOOL OF BUSINESS



Notre travail avec Provence Promotion consiste à faire travailler nos étudiants sur un ciblage stratégique des cibles mondiales susceptibles de porter de l'investissement en Europe et plus précisément vers la France. Cette analyse stratégique donne à Provence Promotion un terroir de 500 cibles prioritaires de prospection que nous les aiderons à adresser avec des campagnes de lead génération déployées par nos étudiants pour le compte de Provence Promotion.

Our work with Provence Promotion consists of having our students work on a strategic identification of global targets likely to bring investment to Europe and, more specifically, to France. This strategic analysis provides Provence Promotion with a pool of 500 priority prospecting targets that we will help them approach using lead-generation campaigns deployed by our students on behalf of Provence Promotion.

Cesar Sanchez

Associate director global partnership at University of Utah (UoU) David Eccles School of Business/ Associate Director, Global Partnerships at University of Utah (UoU)
David Eccles School of Business



THE GIVE ACADEMY

L'Europe est une destination recherchée par les entreprises américaines en plein développement depuis les USA. Nous avons pour ambition d'identifier des « disruptors » de hauts niveaux souhaitant bénéficier des infrastructures pilotes de Provence Promotion pour y tester/développer leurs innovations en étant leur lien avec le territoire aux USA.

Europe is a sought-after destination for American companies seeking to develop by expanding in markets outside the U.S. Our ambition is to identify high-level "disruptors" that could benefit from Provence Promotion's pilot facilities to test/develop their innovations and to serve as their U.S. base for expanding the territory.

Brenner Adams

Founder & Head of Liaison office Provence Promotion North America



Depuis le Royaume-Uni, nous nous rendons compte que les entreprises américaines et asiatiques récemment installées se posent énormément de questions notamment sur la conséquence du Brexit et de la possibilité de travailler efficacement à l'échelle européenne. Notre rôle est alors de cibler spécifiquement les populations d'entreprises en forte croissance qui ont mis l'Europe en objectif de développement et de leur présenter les atouts du territoire Aix-Marseille.

Here in the United Kingdom, we realize that American and Asian companies that have recently set up shop are asking a lot of questions, especially about the consequences of Brexit and the possibility of working effectively at a European scale. Our specific role is to target high-growth companies that have made Europe their development objective and to present them with the advantages of the Aix-Marseille territory.

Chris Knight

CCO of Wavetech



AIX-MARSEILLE-UNIVERSITÉ



En 2021, Aix-Marseille-Université et Provence Promotion vont travailler en étroite collaboration pour rendre le territoire toujours plus attractif et mettre en réseau la Cité de l'Innovation (CISAM) avec de nombreux accélérateurs américains et britanniques.

In 2021, Aix-Marseille University and Provence Promotion will work closely together to make the territory even more attractive and to forge links between the CISAM innovation center and American and British accelerators.

Romain Laffont

Vice-Président Aix-Marseille Université
Vice-President of Aix-Marseille University



EPA EUROMÉDITERRANÉE



PORT DE MARSEILLE-FOS

En 2021, le Port de Marseille-Fos va approfondir une dizaine de filières essentielles à son développement dont plusieurs feront l'objet d'une prospection commune avec Provence Promotion. Provence Promotion a piloté un travail de détection des cibles industrialo-portuaires qu'il serait bon d'approcher dans le courant de l'année 2021.

In 2021, the Port of Marseille-Fos will be looking into a dozen or so sectors that are essential to its development, several of which will be part of a joint prospecting initiative with Provence Promotion. Provence Promotion has led the project to identify industrial-port targets to be approached in 2021.

Christine Rosso

Directrice du Développement – Grand Port Maritime de Marseille /
Chief Business Development Officer – Port of Marseille-Fos



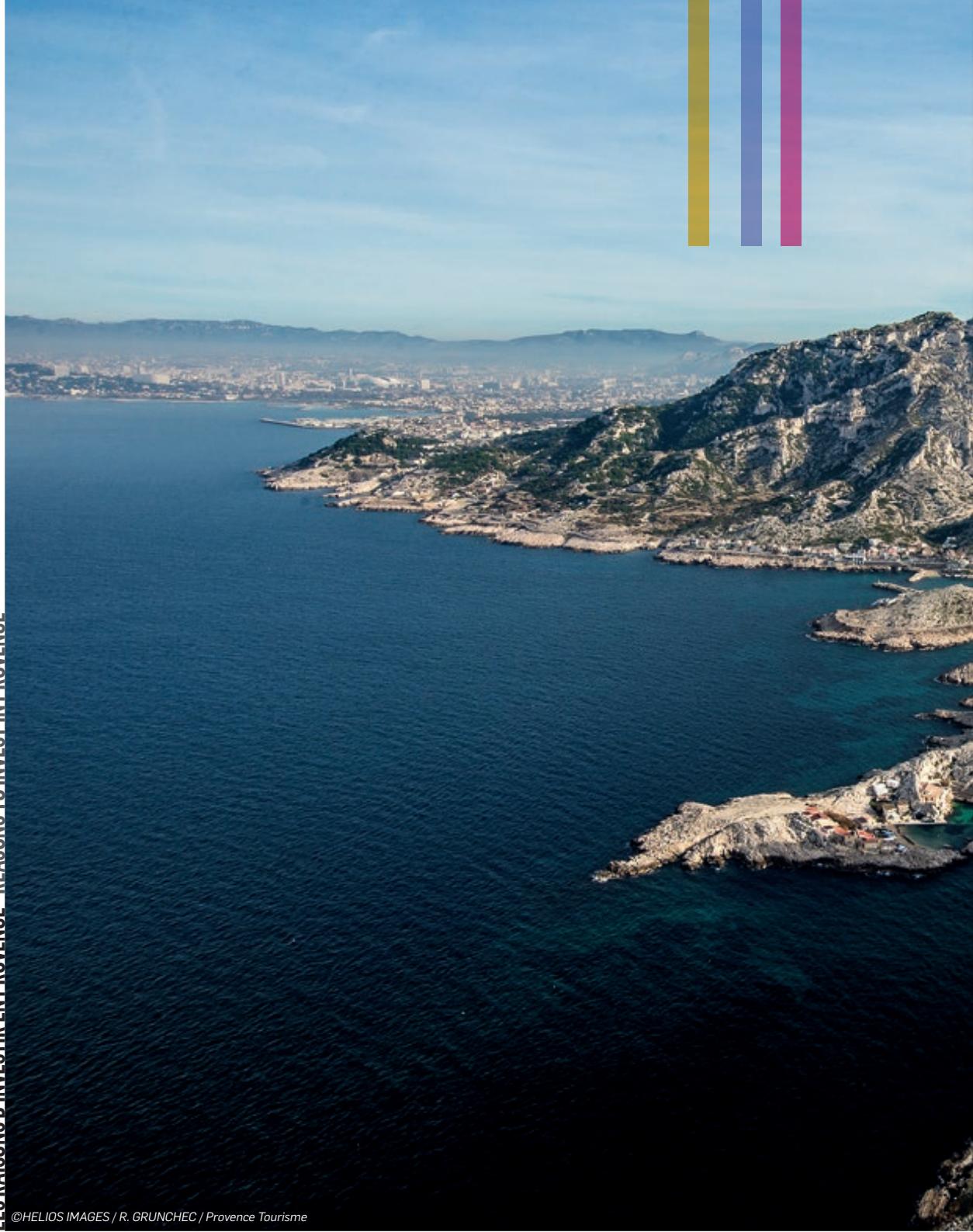
EUROMÉDITERRANÉE

Cette année, l'EPA Euroméditerranée et Provence Promotion ont consolidé une stratégie de prospection auprès de grands groupes qui souhaiteraient délocaliser certaines fonctions centrales. Cette collaboration de « chasse en meute » privilégie également une approche à l'international, de géographies en phase d'accélération avec un liaison office commun aux Etats-Unis, une stratégie de prospection UK sur des comptes britanniques, nord-américains et asiatiques dont le besoin d'une présence en Europe continentale est à nouveau une réalité depuis l'entrée en vigueur du Brexit.

This year, the Euroméditerranée public development project and Provence Promotion have consolidated a prospecting strategy involving the headquarters and facilities management branches of major companies as a way to identify organizations that would like to relocate some of their central functions. This "hunting in packs" collaboration also prioritizes an international approach that focuses on markets in their acceleration phase. This approach includes a joint liaison office in the United States as well as a UK prospecting strategy for British, North American, and Asian firms that need a presence in continental Europe now that Brexit has come into full effect.

Stéphane Ghio

Directeur du Développement – EPA Euroméditerranée / Director of Economic Development – Euroméditerranée



©HELIOS IMAGES / R. GRUNCHEC / Provence Tourisme

6

LES RAISONS D'INVESTIR EN PROVENCE REASONS TO INVEST IN PROVENCE





Les PROJETS totem du territoire Landmark PROJECTS

MARSEILLE IMMUNOPÔLE

- > Ciblé Immunothérapie : segment à plus forte croissance
- > Une expertise techno unique: l'anticorps monoclonal (mAbs)
- > Un biotope favorable :
 - +1000 médecins/chercheurs
 - +80,000 échantillons
 - +200 partenariats industriels
- > Une ambition partagée : soutenu par le Programme d'Investissement d'Avenir du gouvernement

MARSEILLE IMMUNOPÔLE

- > Targeted immunotherapy: fastest growing segment of the market
- > Exclusive tech expertise: monoclonal antibodies (mAbs)
- > A thriving ecosystem:
 - more than 1000 doctors and medical researchers
 - more than 80 000 biological specimens
 - more than 200 industrial partners
- > A shared ambition: supported by the government's investment in the future program (PIA)

EUROMÉDITERRANÉE

- > Une opération d'intérêt national, une labellisation EcoCité, 7 milliards d'Euros d'investissements publics et privés
- > Un quartier central des affaires à haut niveau de services
- > Un cluster international avec des organisations internationales tournées vers la Méditerranée et de grandes entreprises leaders mondiaux

EUROMÉDITERRANÉE

- > Southern Europe's largest urban renewal project with €7 billion in public and private investment and a focus on green energy and smart city technology
- > An ultra-connected and easily accessible central business district with high-end services
- > A cluster of international organizations oriented toward the Mediterranean basin and the presence of leading global companies

PLATEFORMES INDUSTRIELLES

- > 82 500 emplois industriels tous secteurs confondus
- > 80 entreprises dont 50% à capitaux étrangers
- > 17% de la population active dans l'industrie sur le territoire des 4 plateformes
- > 1 milliard d'euros d'investissement en cours
- > + de 300 entreprises sous-traitantes leaders sur leur marché

INDUSTRIAL PLATFORMS

- > 82 500 jobs across all industrial sectors
- > 80 companies, 50% of which represent foreign investment
- > 17% of industrial workers employed via the 4 industrial platforms
- > €1 billion in investment underway
- > more than 300 leading industrial subcontractors

HENRI-FABRE

- > A l'horizon 2020/25
- > 7000 emplois, 150 hectares de zone d'activité
- > 100 millions d'investissements public/privé sur les plateformes collaboratives et le technocentre

HENRI-FABRE

- > An industrial innovation and technology transfer research center with growth projections for 2020-2025 that include:
- 7000 jobs and 150 hectares of business and research space
- €100 million in private/public investment in the Techno-center innovation research facility

FRENCH TECH AIX-MARSEILLE RÉGION SUD

- > Plus de 400 start-up impliquées
- > 15 tech champions
- > +13% de croissance annuelle
- > 7 programmes d'accélérateurs

FRENCH TECH AIX-MARSEILLE RÉGION SUD

- > More than 400 start-ups in the local tech ecosystem
- > 15 recognized technology leaders
- > +13% annual growth
- > 7 different business incubators or accelerators

ITER

Un projet de 20 milliards d' € ; un centre expérimental mondial de R&D autour de la fusion nucléaire (USA / Europe / Japon / Corée du Sud / Russie / Inde et Chine)

ITER

A €20-billion project to show the viability of nuclear fusion that involves the USA, the European Union, Japan, South Korea, Russia, India, and China.



2016 - Technocentre HF@TEAM Henri-Fabre



©DR



NOWCOWORKING@Ludovic beyan



©ITER - Image Iter Organisation

©DR La Mède



©VUE AERIENNE Kern et associés architectes urbaniste



4 MOTIFS d'investissement cités par les entreprises implantées 4 DRIVERS for investment cited by incoming companies

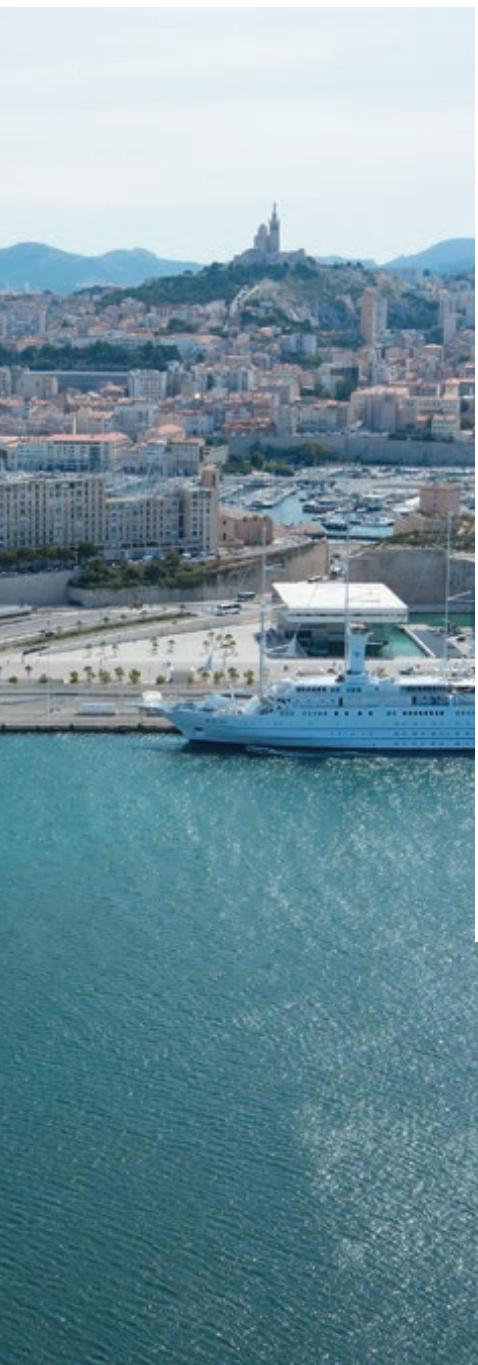
LES RAISONS D'INVESTIR EN PROVENCE - REASONS TO INVEST IN PROVENCE



CROISSANCE ÉCONOMIQUE ECONOMIC GROWTH

du territoire reconnue parmi les 5 plus rapides d'Europe en nombre d'emplois et ouverte aux nouvelles entreprises arrivantes.

The territory is in the Top 5 for Europe and the area is very welcoming to businesses.



DIVERSIFICATION DES FILIÈRES DIVERSE SECTORS

répondant à la demande « d'open innovation » et s'appuyant sur la plus forte concentration de pôles de compétitivité de France.

meeting the need for open innovation with the highest concentration of competitiveness clusters in France.

OUVERTURE AU MONDE OPEN TO THE WORLD

renforcée par sa position pour le commerce mondial permettant aux entreprises un développement sur des marchés multinationaux.

with its prime location for global trade that allows businesses to expand into international markets.

BIEN-ÊTRE DES COLLABORATEURS EMPLOYEE WELL-BEING

répondant à l'objectif d'attraction de talents.

creating the conditions to attract top talent.

7

NOS INTERLOCUTEURS ET OUTILS AU SERVICE DES INVESTISSEURS OUR TEAM AND RESOURCES TO SERVE INVESTORS

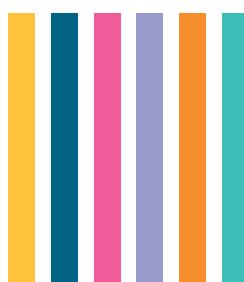




© HELIOS IMAGES / R. GRUNCHEC / Provence Tourisme

Provence Promotion développe une gamme d'outils renouvelée régulièrement pour répondre aux investisseurs : un web media, des programmes d'accompagnement, une aide à la décision des familles, des programmes de création et de reprise, des guides pour choisir son site, trouver des aides et connaître les écosystèmes ainsi qu'un réseau d'ambassadeurs.

Provence Promotion is developing a range of cutting-edge tools to help investors, including web media, support services, mobility help for families, programs to help with company creations or takeovers, guides for choosing a project site, introductions into key ecosystems, and a network of ambassadors.





Un web media Web media

Votre entreprise a un projet d'installation en Provence ...

Your company has plans for a project in Provence...

Retrouver toutes les informations du territoire sur notre média

All the information about the territory is available on our site

investinprovence.com

Votre famille projette de se relocaliser en Provence

Your family is planning to relocate to Provence

Proposition et découverte de 16 bassins de vie des Bouches-du-Rhône du littoral jusqu'aux collines intérieures et depuis la Camargue jusqu'à la Sainte-Victoire et les calanques.

Discover 16 distinct residential locales in the Bouches-du-Rhône, including the Mediterranean coastline, the inland hillsides, the Camargues marshes, the iconic Sainte Victoire area near Aix, and the Calanques inlets.

living-working-provence.com



Deux programmes spécialisés Two specialized programs

Vous êtes un créateur d'entreprises venant d'ailleurs

You are a start-upper coming to Provence

<http://startinprovence.com/>

Vous n'êtes pas basé sur le territoire et vous avez un projet de reprise d'entreprise en Provence...

You are based outside of the territory and you want to take over a company in Provence

<http://gobetweeninprovence.com/>



©François Moura pour Constructa

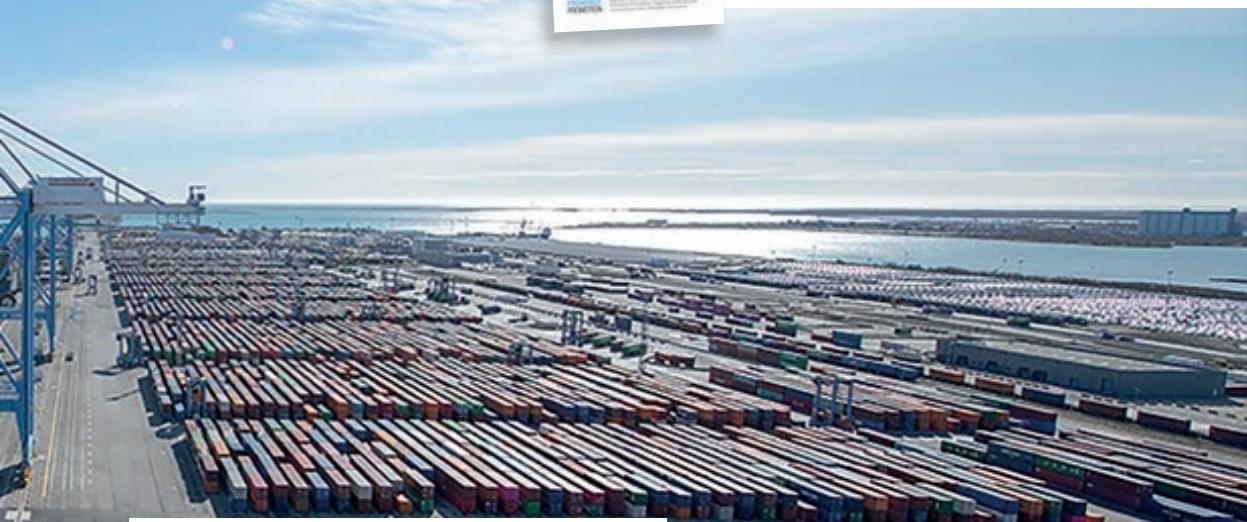


Une communauté dans le monde A community across the world

**Vous êtes un entrepreneur originaire de Provence à l'étranger ?
Vous avez la possibilité de devenir ambassadeur Massilia Mundi à l'étranger.**

Are you an entrepreneur from Provence who now lives abroad? You can become a Massilia Mundi ambassador.

<https://www.massiliamundi.com/>



Des éditions pour une aide à la décision Editions for decision support

Nos executive summaries par filières

Our executive summaries of our strategic sectors

<https://www.investinprovence.com/filieres-excellence>

Notre guide des incitations financières et fiscales à l'implantation

Our guide to financial and tax incentives for new investments

<https://www.investinprovence.com/accompagnement>



NOS INTERLOCUTEURS ET Outils AU SERVICE DES INVESTISSEURS - OUR TEAM AND RESOURCES TO SERVE INVESTORS



VOS CONTACTS
YOUR CONTACTS
**PROVENCE
PROMOTION**
the invest in Provence agency



NOWCOWORKING@Ludovic Beyan



DIRECTION GÉNÉRALE
CEO

p.stefanini@provence-promotion.fr

SECRÉTARIAT GÉNÉRAL
GENERAL SECRETARY

y.faverjon@provence-promotion.fr

VOTRE ENTREPRISE SE PROJETTE EN PROVENCE
YOUR BUSINESS SEES ITS FUTURE IN PROVENCE
PROSPECTION ET FILIÈRES
HEAD OF INWARD INVESTMENTS

c.perez@provence-promotion.fr

VOTRE ENTREPRISE S'IMPLANTE EN PROVENCE
YOUR BUSINESS IS LOCATING TO PROVENCE
IMPLANTATION ET OFFRE TERRITORIALE
HEAD OF LAUNCH SUPPORT

l.soldermann@provence-promotion.fr

VOTRE ENTREPRISE VEUT FAIRE CONNAÎTRE
SON INVESTISSEMENT
YOUR BUSINESS WANTS TO PROMOTE ITS INVESTMENT
MARKETING ET COMMUNICATION
HEAD OF MARKETING AND COMMUNICATION

a.venec@provence-promotion.fr

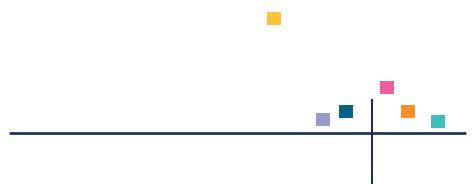
VOUS VOULEZ FAIRE RAYONNER LA PROVENCE
ÉCONOMIQUE À L'INTERNATIONAL ?
YOU WANT TO HELP THE PROVENÇAL ECONOMY
SHINE AROUND THE WORLD?
INTERNATIONAL ET STRATÉGIE
HEAD OF INTERNATIONAL AND STRATEGY

m.vis@provence-promotion.fr





**PROVENCE
PROMOTION**
the invest in Provence agency



Les Docks - Atrium 10.5
10, place de la Joliette
CS 45607 - 13567 Marseille cedex 02 - France
Tél : 33 (0)4 96 11 60 00
Fax : 33 (0)4 96 11 60 11
info@investinprovence.com



RAPPORT annuel
Annual REPORT 2021
INVEST IN PROVENCE

by **PROVENCE**
PROMOTION
the invest in Provence agency